



universität
wien

Diplomarbeit

Titel der Diplomarbeit

Faszination Barack Obama

Eine Analyse der

Wahlkampfrhetorik des 44. US-Präsidenten

Verfasser

Alexander Friedrich

angestrebter akademischer Grad

Magister der Philosophie (Mag. phil.)

Wien, im März 2011

Matrikelnummer: 0402316

Studienkennzahl lt. Studienblatt: A-300

Diplomarbeitsgebiet lt. Studienblatt: Politikwissenschaft

Betreuerin: Univ.-Prof.ⁱⁿ Dr.ⁱⁿ Sieglinde Rosenberger

Für Papa

Hiermit versichere ich, dass ich die vorliegende Diplomarbeit selbständig verfasst, andere als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel nicht benutzt und mich auch sonst keiner unerlaubten Hilfe bedient habe. Ich versichere des Weiteren, dass ich diese Diplomarbeit bisher weder im Inland noch im Ausland in irgendeiner Form als Prüfungsarbeit vorgelegt habe.

Alexander Friedrich

Wien, am 22. März 2011

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	5
2. Aktueller Forschungsstand zum Zusammenspiel von Politik und Massenkommunikation	13
2.1. Politikvermittlung, Medien und Persönlichkeit.....	13
2.1.1. Neo-Institutionalismus	14
2.1.2. Medien als Institutionen	16
2.1.3. Political Leadership.....	19
2.2. Barack Obama und Politikvermittlung.....	21
3. Biographie Barack Obamas.....	24
3.1. Jugend und familiärer Hintergrund	24
3.2. Harvard und der politische Aufstieg zum US-Senator	29
3.3. Barack Obama und die Religion	35
3.4. Der lange Weg ins Weiße Haus	37
4. Rhetorik Barack Obamas	45
4.1. Politische Rhetorik.....	45
4.2. Kommunikationsmethoden	46
4.3. Rhetorische Stilmittel.....	51
4.4. Vergleich der politischen Rhetorik von Barack Obama und John McCain.....	59
5. Analysen ausgewählter Reden Obamas.....	69
5.1. Keynote Address 2004 vom 27. Juli 2004	69
5.2. „Yes We Can“-Rede vom 8. Jänner 2008.....	78
5.3. Reaktionen auf die „A More Perfect Union“-Rede vom 18. März 2008 und Ähnlichkeiten mit Abraham Lincolns „Cooper Union Address“	85
6. Kritik	89
6.1. Kritik an Äußerungen Obamas	89
6.2. Destruktive Kritik an Barack Obama.....	92
6.3. Kritik an der Berichterstattung in den Medien	96
6.3.1. Berichterstattung während der Vorwahlen.....	98
6.3.2. Berichterstattung während des Präsidentschaftswahlkampfes.....	100
7. Weitere Faktoren für Barack Obamas Erfolg	101
7.1. Die Performance der Regierung Bush.....	101
7.2. Wahlkampf 2.0. – Der Einsatz neuer Medien	107
7.3. Das Obama Art-Movement	111

8. Schlussfolgerungen	116
Literaturverzeichnis	121
Abbildungsverzeichnis	134
Anhang	136

1. Einleitung

Die Wahl Barack Obamas zum 44. Präsidenten der Vereinigten Staaten von Amerika stellt zweifelsohne ein bedeutendes Ereignis in der Geschichte dieses Landes dar. In Anbetracht der globalen Bedeutung des US-Präsidenten als Oberhaupt der bis heute weltweit unangefochtenen Supermacht hat dessen Wahl auch eine nicht nur symbolische Bedeutung über die Grenzen der Vereinigten Staaten hinaus. Wie vollbrachte dieser verhältnismäßig junge Politiker das Kunststück, einen derart rasanten politischen Aufstieg umzusetzen? Wodurch konnte Barack Obama ein derart hohes Maß an Popularität erreichen? Was unterscheidet Obama von anderen Politikerinnen und Politikern? Diese und andere Fragen nach Obamas Erfolgsrezept sind Inhalt einer langen Reihe an Büchern, Aufsätzen und Artikeln von Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern aus den Bereichen Soziologie, Politikwissenschaft, Kommunikationswissenschaft, Geschichte, Philosophie und vielen anderen mehr. Barack Obama beschäftigt und fasziniert offensichtlich weltweit Menschen und inspiriert sie dazu, sich mit seiner Person auseinanderzusetzen – so auch mich selbst, weshalb ich mich dazu entschlossen habe, der von Obama ausgehenden Popularität im Rahmen meiner Diplomarbeit auf den Grund zu gehen.

Weltweit befindet sich die Politik in einem Spannungsfeld zwischen den klassischen und den neuen Medien, Politikvermittlung wandelt sich zusehends zur massenmedialen Politikvermarktung. (vgl. Sarcinelli 2008) Um politisch erfolgreich zu sein, müssen Politikerinnen und Politiker entsprechendes Medien- und Publikumsinteresse generieren, „Publikum“ deshalb, weil, wie sich im Rahmen der Recherchen für vorliegende Arbeit gezeigt hat, potentielle Wählerinnen und Wähler, unabhängig ihres sozialen Status oder ihres politischen Interesses generell aktiv und selektiv gewisse Medieninhalte suchen, die ihnen gewisse Gratifikationen versprechen. Das bedeutet, bietet der mediale Auftritt oder die Berichterstattung über eine Politikerin oder einen Politiker einen gewissen Unterhaltungswert, oder erzeugt dieser Sympathie und Empathie, so ist er für die Wählerin oder den Wähler von Interesse. (vgl. Kaschura 2006) Somit kommt, gerade in politischen Systemen wie etwa dem der USA, wo die Wahlkämpfe nicht auf Parteien als abstrakte Gefüge, sondern auf einzelne Personen zugeschnitten sind, dem Bereich der Darstellung maßgebliche Bedeutung zu. Ulrich Sarcinelli, der sich intensiv mit personalisierter Politikvermittlung auseinandersetzt, konstatiert, dass

„Köpfe die Komplexität reduzieren. Sie vereinfachen die Darstellung von Politik und sie erleichtern die Wahrnehmung und Verarbeitung politischer Informationen.“ (Sarcinelli 2008, S. 18)

Wählerinnen und Wähler wünschen sich demnach, dass der Politik ein Gesicht verliehen wird.

Eines dieser vielen Gesichter ist Barack Obama. Auch er musste und muss, um politische Erfolge zu erzielen, neben der von ihm vermittelten Inhalte durch charismatisches Auftreten und häufige Medienpräsenz die Gunst der Wählerinnen und Wähler für sich gewinnen. Eine Vielzahl von Autorinnen und Autoren (vgl. Marschall 2009, Waldenfels 2010, Leanne 2009, Canavan 2010, et al.) hat sich mit Obamas öffentlichen Auftritten, dessen Werdegang und den Ursachen für Obamas offensichtliche Popularität¹ auseinandergesetzt. Die Vermarktung von Barack Obamas außergewöhnlicher Lebensgeschichte, er ist der Sohn eines Schwarzafrikaners und einer weißen US-Amerikanerin, die von ihm vermittelte Aufbruchsstimmung, seine glaubwürdige Abgrenzung vom unbeliebten Establishment, sein Charisma, die erfolgreiche Nutzung der neuen Medien und allen voran dessen rhetorisches Talent werden in all diesen Werken als Gründe für Obamas hohe Popularität und dessen politischen Erfolg genannt.

Das dieser Arbeit zugrunde liegende Forschungsinteresse zielt auf eben diese Faktoren, die Obama zu einem „Superstarstatus“ (vgl. Canavan 2010) verhelfen, ab. Um den Rahmen dieser Diplomarbeit nicht zu sprengen, liegt der besondere Schwerpunkt dieser Arbeit jedoch auf der Untersuchung der Rhetorik Obamas mit wissenschaftlichen Methoden, da diese nicht nur als zentrale, für Obamas Erfolg verantwortliche, Eigenschaft, sondern auch als Katalysator zur Vermittlung sämtlicher anderer Faktoren gilt. (vgl. Marschall 2009) Daraus leitet sich auch die zentrale Hypothese dieser Arbeit ab, nämlich die Annahme, dass Barack Obamas rhetorisches Talent der maßgebliche Faktor für die Vermittlung von politischen

¹ Die Popularität von Politikerinnen und Politikern wird häufig im Zuge von sogenannten Zustimmungsbaremtern gemessen. Der German Marshall Fund beispielsweise hat 2009 im Rahmen der *Transatlantic Trends* Studie in mehreren europäischen Ländern und den USA die Zustimmungswerte Obamas abgefragt. Dieser erreichte dabei Rekordwerte von 90 bis 92 % Zustimmung in Deutschland, Italien, Portugal und den Niederlanden (sein Amtsvorgänger George W. Bush erreichte im Vergleich dazu in diesen Ländern lediglich Zustimmungswerte zwischen 12 und 27 %) und 57 % in den Vereinigten Staaten (Bush: 37 %). (vgl. Bohlen 2009)

Botschaften und das Generieren von Sympathie und Empathie und in weiterer Folge für dessen politischen Erfolg ist.

Welche rhetorischen Stilmittel setzt Barack Obama ein? Was unterscheidet ihn von anderen politischen Rednerinnen und Rednern? Können Parallelen zwischen Obama und anderen großen Rhetorikerinnen und Rhetorikern, und wenn ja, mit welchen, gezogen werden? Wie setzt Obama sein rhetorisches Talent in der Praxis um, welche wiederkehrenden Muster lassen sich erkennen? Welchen nachhaltigen Eindruck hinterlassen Obamas Worte?

Um entsprechend an die Thematik heranzuführen, werde ich zu Beginn der Arbeit den bereits erwähnten Themenblock rund um das Spannungsfeld zwischen Politik und Medien und der damit einhergehenden Selbstinszenierung von Politikerinnen und Politikern sowie der Bedeutung von Popularität für politischen Erfolg anhand von Beispielen aus der Fachliteratur näher beschreiben. Im Zuge dessen soll sich die Hypothese bestätigen, dass rhetorische Fähigkeiten von zentraler Bedeutung sind, um in diesem Feld zu bestehen und sich daher das Forschungsinteresse an Obamas Rhetorik auch entsprechend rechtfertigt. Das erste Kapitel dieser Arbeit bietet daher einen Überblick über den aktuellen Forschungsstand rund um das Themengebiet Politikvermittlung, Massenmedien und Persönlichkeit. Die Bedeutung der Medien im politischen Kontext wird anhand einer theoretischen Abhandlung, in welcher diese als eigenständige Institutionen im Sinne des Neo-Institutionalismus charakterisiert werden (vgl. Donges 2008) genauso aufgezeigt, wie die Anforderungen an die Medienkompetenz der Politikerinnen und Politiker, die notwendige Selbstinszenierung und die zur notwendigen Umsetzung erforderlichen Fähigkeiten. Barack Obama wird von zahlreichen Autorinnen und Autoren konstatiert, eben diese Fähigkeiten, vor allem auf rhetorischer Ebene, in großem Ausmaß zu besitzen. (vgl. Mendell 2007, Thomas 2008, Rössler 2009, Plouffe 2009 *et al*)

Um der Leserin und dem Leser auch das entsprechende Hintergrundwissen zur Person Barack Obama zu vermitteln, wird sich ein anschließendes Kapitel mit dessen persönlicher Biografie und Werdegang beschäftigen. Zudem wird im Zuge rhetorischer Analysen von Obamas Reden stets erwähnt, dass dieser seine Biografie regelrecht vermarktet und seine eigene Lebensgeschichte häufig als Parabel einsetzt, um Botschaften zu vermitteln. (vgl. Marschall 2009) Anhand dieses biografischen Abschnittes soll jedoch auch aufgezeigt werden, dass Obama bereits

in jungen Jahren durch sein rhetorisches Talent gewisse karrieretechnische Erfolge verbuchen konnte. Um den Rahmen der Arbeit einzugrenzen, liegt das zeitliche Hauptaugenmerk auf der Zeit vor und während des US-amerikanischen Präsidentschaftswahlkampfes 2008. Dies scheint auch deshalb logisch, weil Obama in dieser Zeit das größte Medieninteresse generierte. (vgl. Just 2008a,b) Ebendieses Kapitel bietet zudem einen chronologischen Überblick über Barack Obamas politischen Aufstieg und die Ereignisse während des Präsidentschaftswahlkampfes 2008.

Um im politischen Wettbewerb erfolgreich bestehen zu können, müssen Politikerinnen und Politiker gewisse rhetorische Anforderungen erfüllen. Es muss gelingen, große Teile der Bevölkerung von den eigenen Argumenten zu überzeugen und trotz Befolgung der universal gültigen Normen und Standards rationeller Argumentation neue, Aufmerksamkeit und Empathie generierende Lösungen zu den großen Problemen der Gegenwart anzubieten. (vgl. Kopperschmidt 1990) Durch öffentliche Auftritte müssen Fachkompetenz, Charisma und Führungsstärke bewiesen werden, von Politikerinnen und Politikern abverlangte Eigenschaften, mit welchen sich die *Political Leadership* Theorien beschäftigen, deren Grundsätze in dieser Arbeit ebenfalls Beachtung finden werden. (vgl. Jankowitsch 2008) Welche rhetorischen Stilmittel, welche Kommunikationsmethoden, welche inhaltlichen Aspekte Barack Obamas Rhetorik auszeichnen, soll im Hauptteil der vorliegenden Arbeit erörtert werden, welcher sich intensiv mit der Rhetorik des 44. Präsidenten der Vereinigten Staaten von Amerika auseinandersetzt. Wie von Kopperschmidt beschrieben, müssen von erfolgreichen Rhetorikerinnen und Rhetorikern gewisse Grundregeln eingehalten und Stilelemente verwendet werden. (vgl. Kopperschmidt 1990) Welche Stilelemente Barack Obama besonders häufig einsetzt und wie er sie dazu nutzt, die für ihn typischen emotionalen Botschaften besonders persuasiv zu kommunizieren, wird anhand detaillierter Erläuterungen der einzelnen Stilelemente und Kommunikationsmethoden aufgezeigt. (vgl. Leanne 2009)

Die Angewohnheit, persönliche Fehler zuzugeben und offen anzusprechen ist genauso ein Faktor, welcher Barack Obamas Rhetorik von anderen Politikerinnen und Politikern unterscheidet, wie die stets universalistische, konsensorientierte Perspektive, die Obama in seinen Reden zum Ausdruck bringt. (vgl. Kienpointner 2010) Diese und weitere Unterscheidungsfaktoren bedürfen ebenso einer näheren

Betrachtung, da durch die Annahme, dass Obamas politischer Erfolg primär dessen Rhetorik geschuldet ist, auch entsprechende Folgerungen gezogen werden müssen. Nicht nur die Frage, wodurch sich Obamas Rhetorik von der seiner Kontrahentinnen und Kontrahenten unterscheidet, sondern auch die Frage, ob und inwiefern Obamas Rhetorik „besser“ war als jene seiner Mitbewerberinnen und Mitbewerber ist hierbei von Bedeutung. Aus diesem Grund wird in dieser Arbeit auf die Studienergebnisse des Semtracks-Projekts der Universität Heidelberg zurückgegriffen, im Rahmen dessen mehr als 500 Reden, Fernsehinterviews und TV-Debatten von Barack Obama und John McCain analysiert und miteinander verglichen wurden. (vgl. Scharloth 2008) Anhand semantischer Analysen des Semtracks-Projekts soll aufgezeigt werden, inwiefern sich Barack Obama und John McCain rhetorisch in Hinblick auf Stil, Inhalt und Wortwahl voneinander unterscheiden.

Am 27. Juli 2004 wurde Barack Obama die Möglichkeit gewährt, erstmals in seiner noch jungen politischen Karriere, im Rahmen des Parteitages der Demokratischen Partei in Boston, bei welcher John Kerry als Präsidentschaftskandidat und Herausforderer George W. Bushs nominiert wurde, eine im landesweiten Fernsehen übertragene Rede zu halten. (vgl. Marschall 2009) Die *Keynote Address* genannte Rede, gilt als Startpunkt für Obamas bundesweites politisches Emporkommen. Parteikolleginnen und Kollegen, Medien und Publikum zeigten sich beeindruckt von Obamas rhetorischem Talent und den durch Einsatz seiner eigenen Lebensgeschichte vermittelten emotionalen Botschaften seiner Rede. (vgl. Leanne 2009) Die stilistisch an die 1988 von der damaligen Texanischen Gouverneurin Ann Richards gehaltenen *Keynote Address* angelehnte Rede (vgl. Waldenfels 2010) stellt zugleich den Auftakt des nächsten Kapitels dar, in welchem anhand exemplarisch ausgewählter Reden Obamas, dessen Rhetorik an praktischen Beispielen analysiert wird. Neben der *Keynote Address*, im Rahmen deren Analyse ein Schwerpunkt auf die Gestik, Betonung und Körpersprache gesetzt wird, wird in weiterer Folge anhand der „Yes We Can Rede“ vom 8. Jänner 2008 die Verwendung der häufig von Obama eingesetzten rhetorischen Stilmittel analysiert.

Barack Obama sah sich während des Präsidentschaftswahlkampfes stets einer Reihe harter Attacken (vgl. Pitzke 2008a) und Probleme gegenüber. Die wohl größte politische Krise hatte Obama bereits während der Vorwahlen zu bestehen, als im Internet Videos seines ehemaligen Pastors Jeremiah Wright auftauchten, in welcher

dieser antiamerikanische Parolen von sich gab, von Verschwörungen der weißen Bevölkerungsschicht sprach und den Satz „*God damn America*“ skandierte. (vgl. Marschall 2009, S.116) Obama distanzierte sich von den Aussagen Wrights und nahm diese zugleich zum Anlass, am 18. März 2008 eine Grundsatzrede zum Rassismus, die „A More Perfect Union“-Rede zu halten.

„I thought the speech was incredibly honest and personal. Very few politicians in this country, black or white, could have given an authentic speech like that and speak to the experiences of every American. I don't think these issues are going away, but Obama changed the terms of the debate. From the start, the promise of his candidacy has been about moving beyond petty politics and confronting the big issues confronting the country. He did that today. There are likely lots of voters giving him a second look today who had previously written him off..“ (vgl. Newton-Small 2008)

Diese Einschätzung der Politikberaterin Stephanie Cutter ist nur eine der zahlreichen Reaktionen, welche im Anschluss an Obamas Rede veröffentlicht wurden. Sie zeigt auf, dass Obama durch sein rhetorisches Geschick nicht nur eine Krise von sich abwenden konnte, sondern zugleich eine vielbeachtete Grundsatzdiskussion um eines der konfliktträchtigsten, emotional besetzten Themen der US-amerikanischen Innenpolitik anfachen konnte. Obamas „A More Perfect Union“-Rede wird seither mit Abraham Lincolns *Cooper Union Address* verglichen, die dieser 1860 gehalten hat, um eine Grundsatzrede gegen die Sklaverei zu halten. (vgl. Wills 2008) Die Analyse der dritten Rede soll daher aufzeigen, welche Resonanz Barack Obamas Rhetorik hervorrufen kann und zugleich einen Vergleich mit einem der politischen Vorbilder Barack Obamas, Abraham Lincoln, aufzeigen.

Wie alle anderen Politikerinnen und Politiker, welche im breiten Lichte der Öffentlichkeit stehen, sah sich auch Barack Obama mit kritischen Stimmen seiner Person, seinem Wahlprogramm und seiner Botschaften gegenüber konfrontiert. (vgl. Marschall 2009) Ein weiteres Kapitel dieser Arbeit wird sich daher mit Ungereimtheiten in Obamas Rhetorik ebenso kritisch auseinandersetzen, wie mit der vielfach kritisierten Bevorzugung Obamas durch die Medien. (vgl. Freund 2008)

Bis zu diesem Punkt der Arbeit sollte bereits hinlänglich belegt sein, ob und inwiefern Barack Obamas rhetorisches Talent als wesentlicher Faktor für dessen Wahlerfolg

zu bezeichnen wäre. Um jedoch einen Überblick über die anderen, in der Fachliteratur genannten Ursachen für Obamas Popularität zu gewähren, werden diese in einem abschließenden Kapitel überblicksmäßig skizziert. So gilt als erwiesen, dass Obamas Amtsvorgänger George W. Bush einer der unbeliebtesten Präsidenten der US-amerikanischen Geschichte war. (vgl. Saad 2009) Ob und inwieweit die Performance George W. Bushs einen Einfluss auf Obamas Wahlerfolg und dessen eigene Beliebtheitswerte hat, soll auch anhand der *Transatlantic Trends* Studie des German Marshall Funds analysiert werden, in welcher die Zustimmungswerte George W. Bushs und Barack Obamas innerhalb und außerhalb der USA miteinander verglichen werden. (vgl. Bohlen 2009) Obamas Wahlkampf bestach zudem durch die intensive Nutzung der neuen Medien; SMS, Internet, *Social Networks* wie *Facebook* wurden benutzt, um Unterstützerinnen und Unterstützer zu rekrutieren, Spenden zu sammeln und um Obamas Botschaften schnell und kostengünstig flächendeckend zu verbreiten. (vgl. Brühl 2009) Durch das Internet verbreitete sich auch lauffeuerartig Shepard Faireys *Hope* Portrait, welches Obama in Pop-Art Manier darstellt. (vgl. Spiegler 2009) Welchen Einfluss die künstlerische Unterstützung der Wahlkampfkampagne Obamas auf dessen Wahlerfolg hat, wird abschließend erörtert, bevor die Arbeit mit den aus den Analysen gezogenen Schlussfolgerungen abgeschlossen wird.

Methoden

Die in dieser als Literatuarbeit konzipierten Arbeit zur Verwendung kommenden Methoden bestehen vorwiegend aus Dokumentenanalysen (aufgrund der Aktualität der Thematik und dem regen Medieninteresse wurde auf zahlreiche Artikel in Zeitungen und Fachzeitschriften zurückgegriffen) und qualitativen Inhaltsanalysen ausgewählter Reden Barack Obamas. Um die Forschungsfragen und die zentrale Hypothese, nämlich die Annahme, dass Obamas Erfolg zu einem maßgeblichen Teil von dessen Rhetorik, die sich von anderen Politikerinnen und Politikern wesentlich unterscheidet, abhängig, zusätzlich zu beantworten bzw. zu belegen wird im Zuge dieser Arbeit eine Reihe an qualitativen und quantitativen Studien (vgl. Bohlen 2009, Just 2008a,b, Scharloth 2008 etc.) und Meinungsumfragen (vgl. Newport 2009, Cannon 2008, Saad 2009 etc.) untersucht und verglichen und der Versuch angestellt, entsprechende, den Forschungsgegenstand betreffende Schlussfolgerungen zu ziehen.

Die Methodologie der Arbeit kreist um das Zwischenspiel von Politikvermittlung, Persönlichkeit und Massenmedien. Die in Kapitel 2 aufgeführten Konzepte von *Political Leadership* und Medien als Institutionen im Sinne des Neo-Institutionalismus sowie die in Kapitel 4 beschriebenen Aspekte der politischen Rhetorik sollen den theoretischen Rahmen für die vorliegende Arbeit über die Rhetorik Barack Obamas bilden. Um den Umfang der Arbeit in überschaubarem Ausmaß zu halten, wurde versucht, die für die in der Arbeit untersuchten Aspekte wesentlichen Elemente anzuführen. Die für die Legitimierung des Forschungsinteresses „Obamas Rhetorik“ notwendige Literatur wurde im Zuge einer umfangreichen Literaturrecherche gesammelt und anhand der Erstellung eines Literaturberichts entsprechend selektiert, um die für diese Arbeit wesentlichen und zentralen Werke auswählen zu können.

Anhand der Schlussfolgerungen des folgenden Kapitels sollen systematisch die für das Forschungsinteresse wesentlichen Hintergrundinformationen geliefert werden, um anschließend mit oben erwähnten Methoden die Rhetorik Obamas und deren Aus- und Außenwirkung untersucht werden, um abschließend, zur Wahrung einer differenzierten Betrachtungsweise, Kritikpunkte und andere in der untersuchten Literatur genannte Erfolgsfaktoren Barack Obamas zu untersuchen.

2. Aktueller Forschungsstand zum Zusammenspiel von Politik und Massenkommunikation

Das vorliegende Kapitel soll den aktuellen Forschungsstand rund um das Themengebiet der erfolgreichen Politikvermittlung im Zusammenspiel mit Persönlichkeit, damit einhergehender Inszenierung und benötigten kommunikativen Fähigkeiten und den Massenmedien als primäres Mittel zur Kommunikation von politischen Botschaften aufzeigen.

Welche Rolle spielen die Massenmedien in der erfolgreichen Vermittlung von Politik, welche Rolle spielt die Persönlichkeit eines Politikers oder einer Politikerin? Wie ist die Rolle der Massenmedien in den politischen Theorien einzuordnen? Welche Fähigkeiten werden Politikerinnen und Politikern abverlangt, um bei den Ansprüchen von Medien und Publikum bestehen zu können? Welche Erfolgsfaktoren werden Barack Obama in der Fachliteratur zugesprochen? Welche Rolle spielt dabei die politische Rhetorik Obamas?

Im Rahmen der Beantwortung all dieser Fragen soll der aktuelle Forschungsstand all dieser Interessensgebiete aufgezeigt werden, der Leserin und dem Leser das notwendige Hintergrundwissen vermittelt werden und schließlich soll durch das Hinführen zum Faktor Rhetorik der Interessensgegenstand der vorliegenden Arbeit als solcher legitimiert werden.

2.1. Politikvermittlung, Medien und Persönlichkeit

„Mehr als je zuvor bestimmen ‚Legitimation durch Kommunikation‘, also Kommunikations- und Medienkompetenz, das Anforderungsprofil an das politische Personal mit“ (Sarcinelli 2008, S.31)

Im vorliegenden Abschnitt wird verdeutlicht, dass durch die Mediatisierung der Politik die Persönlichkeit eines Politikers oder einer Politikerin ein hohes Maß an Bedeutung bekommen hat. Die Rollenanforderungen für Politikerinnen und Politiker, die sich ständig zwischen den Bereichen der „Entscheidungspolitik“, also dem politischen Handeln an sich und der „Darstellungspolitik“, sprich die Kommunikation mit der breiten Öffentlichkeit, bewegen, schwimmen zusehends. (vgl. Sarcinelli 2008) Diese „Darstellungspolitik“ läuft, wenn Politikerinnen und Politiker nicht gerade auf öffentlichen Veranstaltungen zu ihrem Publikum sprechen, beinahe ausschließlich

über die Massenmedien, also Zeitungen, Fernsehen, Radio und Internet ab. Dass die Massenmedien mittlerweile als der wichtigste Rahmen zur öffentlichen Darstellung von Politik gelten, ist durch die Wahlforschung hinreichend belegt.

So beschreibt beispielsweise Karin Liebhart *„die wachsende Verschmelzung von Medienwirklichkeit mit politischer und sozialer Wirklichkeit, die zur fast ausschließlich medial vermittelten Wahrnehmung von Politik führt und eine Ausrichtung politischen Handelns und Verhaltens an den Gesetzmäßigkeiten des Mediensystems erfordert. Presse, Fernsehen und Internet konstituieren jenen öffentlichen Raum, den Bürger/innen als „Politik“ wahrnehmen.“* (Liebhart 2008, S.101)

Angelehnt an Niklas Luhmanns Aussage *„Was wir über Politik und Persönlichkeit wissen, wissen wir durch die Massenmedien“* (Luhmann 1996, S.7) versucht der an der Universität Zürich unterrichtende Medienwissenschaftler Patrick Donges in seinem Aufsatz „Politische Akteure in institutionellen Kontexten“ eine Argumentation dafür zu finden, dass Medien als Institutionen im Sinne des Neo-Institutionalismus zu werten sind. (vgl. Donges 2008) Daher wird in weiterer Folge die Theorie des Neo-Institutionalismus näher beschrieben, um anschließend Donges Ausführungen aufzeigen zu können.

2.1.1. Neo-Institutionalismus

„The ‚new institutionalism‘ is not one thing but many“ (Goodin 1996, S.2)

Vorliegendes Zitat zeigt bereits auf, dass es beim Neo-Institutionalismus eine Vielfalt unterschiedlicher Ansätze und Verständnisse gibt. Dies begründet sich dadurch, dass mit den ausgehenden siebziger Jahren Forscherinnen und Forscher verschiedener Disziplinen, darunter der Wirtschafts-, Geschichts-, Politik- und Verwaltungswissenschaft sowie der Soziologie die Bedeutung von Institutionen für soziales Handeln wiederentdeckt haben. Selbst innerhalb der Politikwissenschaft ist die Bandbreite unterschiedlicher Varianten des Neo-Institutionalismus breit gefächert.

Diese reicht *„am einen Ende [von einer] Rational Choice-Richtung, die sich explizit um den Einbezug von Institutionen in ihre handlungstheoretisch ausgerichtete Modellbildung im Sinne von Beschränkungen rationaler*

Wahlhandlungen bemüht (,institutional rational choice') ... [bis zu] eher soziologisch-strukturtheoretisch verankerten Konzepten, in denen Institutionen als Kulturphänomene Handlungsmuster bereitstellen. Dazwischen befindet sich das nach längerfristig prägenden institutionellen Weichenstellungen für politische Entwicklungen fragende Programm des ,historical institutionalism'.“
(Kaiser 2001, S.254)

Die Herausforderung der Wissenschaft ist es daher, aus diesem Flickwerk ein zusammenhängendes Gesamtbild zu schaffen, das den Neo-Institutionalismus mit all seinen unterschiedlichen Strömungen entsprechend skizziert und definiert. Die Politik- und Verwaltungswissenschaftler James G. March und Johan P. Olsen schufen einen solchen Referenzpunkt mit ihrem 1984 in der American Political Science Review (Ausgabe Nr. 78) erschienenen Aufsatz „The New Institutionalism: Organizational Factors in Political Life“ und darauf aufbauend in dem 1989 erschienenen Werk „Rediscovering Institutions. The Organizational Basis of Politics.“. (vgl. Kaiser 2001)

Was sämtlichen Strömungen des Neo-Institutionalismus gemein ist, ist die Tatsache, dass sich dieser weder erneut mit politischen Institutionen beschäftigt noch eine Abkehr von behavioralistischen oder politisch-soziologischen Konzepten aus dem Bereich der vergleichenden Politikwissenschaft darstellt. Vielmehr ist der Anspruch den zeitgenössischen sozialwissenschaftlichen Theorien eine institutionalistische Perspektive beizumischen zu erkennen. (vgl. Kaiser 2001) Das heißt, im Neo-Institutionalismus wird, anders als im klassischen Institutionalismus, der meist nur von dichotomen oder trichotomen Klassifikationen ausgeht, anerkannt, dass politisches Handeln in einer hohen Zahl unterschiedlicher institutioneller Regimes stattfindet. (vgl. Kaiser 2001) March und Olsen skizzieren den Neo-Institutionalismus daher folgendermaßen:

„Politische Institutionen stiften einen von den gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Verhältnissen relativ abgekoppelten Ordnungsraum, in dem Individuen ein Repertoire an Verhaltensregeln vorfinden, denen sie folgen können, ohne jedesmal von neuem in eine Kalkulation des Nettonutzens aller auch nur denkbaren Handlungsalternativen eintreten zu müssen. Weil diese üblicherweise von solchen eingeübten Standards Gebrauch machen, sorgen Institutionen für ein großes Maß an Erwartungssicherheit bei allen Beteiligten.

Das Vertrauen darauf, daß sich andere ebenfalls an Regeln halten, ist wiederum die Voraussetzung dafür, daß Institutionen Bestand haben. Darüber hinaus enthalten Institutionen immer auch eine sinnstiftende, orientierende Dimension. Sie sind nicht nur Instrumente politischer Interaktion, sie verkörpern grundlegende Ideen über den Zweck des Zusammenlebens im Gemeinwesen. ... Institutionenanalyse stellt die Frage: Welche Leitideen wirken in welchen Handlungskontexten bis zu welchem Grade verhaltensstrukturierend?“ (Kaiser 2001, S.258 - 259)

March und Olsens Skizze ist bereits, so Kaiser, ein vielversprechender Ansatz zur Schaffung eines zusammenhängenden Gesamtbildes des Neo-Institutionalismus und all seiner Strömungen. Die aktuelle Agenda des Neo-Institutionalismus sei daher im Prozess einer positiven Theoriebildung folgende beiden Probleme zu bewältigen: das Problem des Institutionendesigns und jenes eines normativ orientierten Neo-Institutionalismus. (vgl. Kaiser 2001)

2.1.2. Medien als Institutionen

Patrick Donges führt aus, dass die für die Betrachtung des Zusammenhangs zwischen Politik und Persönlichkeit zentrale Fragestellung, ob die Persönlichkeit das politische Amt oder ob umgekehrt das Amt die Persönlichkeit prägt in vielerlei Hinsicht mit Medien und öffentlicher Kommunikation zu tun hat. Politische Akteurinnen und Akteure präsentieren sich der Öffentlichkeit gerne als charismatische Persönlichkeiten, deren Handlungen positive Entwicklungen zur Folge haben. Zur Forcierung dieses Bildes sind die Politikerinnen und Politiker auf die Medien angewiesen, so Donges. Die Medien wiederum sind auf Personen angewiesen, da sich mit deren Hilfe komplexe oder auch oft trockene politische Ereignisse dynamisch darstellen lassen. Beide Seiten, sowohl die Medien als auch die Politikerinnen und Politiker fördern durch diese Dynamik eine „personenzentrierte Sicht auf Politik“, was mit ein Grund für die Bedeutsamkeit des Faktors Persönlichkeit im politischen Spektrum ist. (vgl. Donges 2008)

Betrachtet man diese Begründung näher, dann wird aus dem Verhältnis von Politik und Persönlichkeit ein Dreieck aus Politik, Persönlichkeit und Medien. Um das Verhältnis dieser drei Faktoren zu beschreiben, legt Donges folgende Sichtweise zurecht: Medien stehen für politische Akteurinnen und Akteure auf einer Augenhöhe

mit dem politischen Amt. Politikerinnen und Politiker sind sich stets bewusst, dass ihr politisches Handeln von den Medien beobachtet und aufgegriffen wird, sie müssen sich also ständig inszenieren – Politikherstellung und ihre Thematisierung gehen also stets ineinander über. Da Medien laut der Darstellung Donges auf einer Ebene mit dem politischen Amt stehen, stehen diese ebenso in einem institutionellen Kontext. (vgl. Donges 2008)

Donges versucht daher, die Sichtweise mit der These, bei Medien handle es sich um Institutionen, zu belegen. Er beschreibt Institutionen als dauerhafte Systeme von Regeln, die von Akteurinnen und Akteuren, wenn sie sinnvoll handeln wollen, auch entsprechend befolgt werden müssen. Institutionen strukturieren damit laut Donges die den Akteurinnen und Akteuren offenstehenden Handlungsmöglichkeiten, sie ermöglichen und begrenzen also soziales Handeln. Um als maßgebliche Institutionen zu gelten müssen deren Regelsysteme sowohl normative, repräsentative, konstitutive als auch regulative Regeln enthalten. (vgl. Donges 2008)

Normative Regeln sind die Erwartungen, wie sich Akteurinnen und Akteure zu verhalten haben. Medien sind daher in diesem Sinne Institutionen, da die Politikerinnen und Politiker ständig mit einer Medienberichterstattung über sich rechnen müssen und stets präventiv auf eine solche eingestellt sein müssen.

„Die Beobachtung, von Medien beobachtet zu werden oder jederzeit beobachtet werden zu können, ist für den Auf- und Ausbau normativer Erwartungssicherheiten in hohem Maß relevant.“ (Donges 2008, S.40)

Da Akteurinnen und Akteure ein Bild davon haben, welche Wirkung Medien entfalten können und wie diese funktionieren, sprich da sie ein Wissen über die Selektions-, Präsentations- und Interpretationsregeln der Medien besitzen und diese auch befolgen, kann den Medien auch ein repräsentatives Regelsystem zugesprochen werden. (vgl. Donges 2008) Körpersprache und Rhetorik sind wichtige Instrumente, um diese Regeln zu befolgen und durch interessantes Auftreten, sprich durch die entsprechende Rhetorik, Medieninteresse und damit vermehrte Berichterstattung zu garantieren. Die gegenständliche Arbeit untersucht daher auch aus diesem Grund die rhetorischen Instrumente Barack Obamas.

Konstitutive Regeln sind nun jene Regeln, die zur Schaffung sozialer Sachverhalte

dienen. Da die Handlungen von Akteurinnen und Akteuren nicht willkürlich gewählt werden können, sondern, um politisch erfolgreich zu sein, auch von den anderen Akteurinnen und Akteuren sowie der Gesellschaft akzeptiert werden müssen, kann den Medien auch ein konstitutives Regelwerk zugesprochen werden, dadurch „*dass sie keine einfachen und neutralen ‚Vermittler‘ gesellschaftlicher Kommunikation sind, sondern sinn- und bedeutungsgenerierende Systeme.*“ (Donges 2008, S.41-42)

Regulative Regeln schließlich begrenzen und regulieren das Handeln von Akteurinnen und Akteuren:

„Eine der bekanntesten und wichtigsten Formen der Regelung sind sicherlich die Nachrichtenfaktoren, die relativ verlässlich festlegen, über welche Ereignisse Medien berichten und wie Akteure Kommunikationsangebote aufbauen müssen, um von den Medien beachtet zu werden.“ (Donges 2008, S.42)

Da die Medien als Institutionen also normative, repräsentative, konstitutive und regulative Regeln enthalten, die von den Politikerinnen und Politikern auch befolgt werden, wird den Medien durch die Befolgung derer Regeln Legitimität als eigenständige Institution gewährt. In Folge der Anpassung von Politikerinnen und Politikern an die System- und Handlungslogik der Massenmedien wird häufig von einer Mediatisierung der Politik gesprochen. (vgl. Donges 2008)

Durch Donges Schlussfolgerungen wird aufgezeigt, dass die Rolle der Persönlichkeit in der Politik vor allem durch die Medien, welche durch Donges als Institutionen charakterisiert wurden, in den Vordergrund gerückt ist. Jenen Personen, die in der Politik erfolgreich Fuß fassen wollen, werden durch die Medien Regeln vorgegeben aber auch Bühnen geboten, auf welchen sie sich, im Idealfall erfolgreich, inszenieren können. Erfolgreiche Politikvermittlung ist daher eng mit einem positiven „Macherimage“ bzw. Charisma verbunden, das vor allem durch entsprechende rhetorische Fähigkeiten generiert werden kann, von den USA ausgehend wird dies mit „*Political Leadership*“ bezeichnet, womit sich der nächste Abschnitt befasst. (vgl. Jankowitsch 2008)

2.1.3. Political Leadership

Political Leadership, ein aus dem angloamerikanischen stammender Begriff für ein Konzept, das auch dem Charisma einer Politikerin oder eines Politikers Platz einräumt, ist im deutschsprachigen Raum bisher noch nicht eindeutig definiert. Die Politikberaterin Monika Regina Jankowitsch versucht jedoch eine treffende Definition darzubieten:

„Political Leadership zeigt sich durch die Willigkeit und Fähigkeit einer Person oder Gruppe, gesellschaftliche Veränderungen nachhaltig zu initiieren und/oder durchzuführen, wobei gilt: Einhaltung der Menschenrechte, Allgemeinwohl vor Eigennutz und Einbindung der Beteiligten vor Alleingängen.“ (Jankowitsch 2008, S.197)

Obenstehende Definition von *Political Leadership* soll besonders deshalb hervorgehoben werden, weil sich die aufgezählten Faktoren ausgezeichnet auf die Person Barack Obama und die rhetorisch von ihm vermittelten Botschaften umlegen lassen, wie sich im Laufe der Arbeit noch zeigen wird.

Der Begriff des *Political Leadership* ruht auf drei Entwicklungssäulen, die ihren Ursprung in der Philosophie, der Psychologie, der Managementlehre sowie der Politik- und Kommunikationswissenschaft hat, es handelt sich daher um ein interdisziplinäres Konzept. (vgl. Jankowitsch 2008)

Die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit dem Konzept der *Political Leadership* erfolgte zu großen Teilen in den USA und befasste sich bis in die 70er Jahre beinahe ausschließlich mit ausgewählten Präsidenten der Vereinigten Staaten von Amerika. Der zentrale Autor der *Political Leadership* Literatur ist hierbei James MacGregor Burns, welcher mit seinem 1978 erschienenen Werk „Leadership“ den Grundstein für die weitere *Political Leadership*-Forschung legte. (vgl. Jankowitsch 2008) Burns hielt in seinem Werk fest, dass *Political Leadership* eindeutig eine moralische Dimension umfasst:

„Political Leadership is those processes and effects of political power in which a number of actors, varying in their composition and roles from situation to situation, spurred by aspirations, goals, and other motivations, appeal to and respond to the needs and other motives of would-be-followers with acts for

reciprocal betterment or, in the case of transforming leaders, the achievement of real change in the direction of higher values.“ (Burns 1978, S.434)

Burns klassifizierte sein Leadership-Konzept daraufhin in zwei unterschiedlichen Faktoren. Die „transactional leadership“ einerseits stellt das Wechselspiel zwischen Geben und Nehmen zwischen Politikerinnen und Politikern und dem Wahlvolk dar. Die „transforming leadership“ auf der anderen Seite bezieht sich auf jene Form der Führung, bei welcher *„die Führungskraft an der Spitze des Staates die Bevölkerung zu einer guten, moralisch höheren Ebene führt und dadurch auch persönlich eine Weiterentwicklung erfährt.“* (vgl. Jankowitsch 2008) Laut einer Analyse John B. Miners befasste sich die Forschung in den nächsten 20 Jahren zu 80% mit dem Thema der Transformational Leadership. (vgl. Miner 2005) Laut Jankowitsch dürfte die Auseinandersetzung mit Charisma und Inspiration per se für die Forscherinnen und Forscher inspirierend gewesen sein. (vgl. Jankowitsch 2008) Während der Ära Reagan/Bush wurden hierfür die Begriffe „Leadership & Change“ als Leitmotive geprägt und *Political Leadership* mit Charisma gleichgesetzt. (vgl. Jankowitsch 2008) Anfang der 2000er Jahre kam jedoch ein Aspekt hinzu, der in Burns Werken gänzlich fehlt, nämlich die Authentizität eines Politikers oder einer Politikerin. „Authentic Leadership“ ist jedoch momentan Gegenstand wissenschaftlicher Auseinandersetzung und eine klare Definition dieses Alternativkonzepts zur „Transformational Leadership“ kann zum gegebenen Zeitpunkt nicht genannt werden. (vgl. Avolio 2005)

Der Begriff des *Political Leadership* ist demnach ein äußerst lebendiger, der nach wie vor, allen voran in den USA Gegenstand wissenschaftlicher Auseinandersetzung ist. (vgl. Jankowitsch 2008) Zusammengefasst kann *Political Leadership* als Definition für die Fähigkeiten einer Politikerin oder eines Politikers, durch charismatisches Auftreten und die rhetorische Vermittlung von visionären Konzepten, das Wahlvolk für sich zu gewinnen, bezeichnet werden.

Dem vorliegenden Kapitel ist bis jetzt zu entnehmen, dass die wissenschaftliche These der Personalisierung von Politik in erster Linie durch die Fokussierung auf die massenmediale Berichterstattung und die damit einhergehende zunehmende Ausrichtung von Wahlkämpfen auf Kandidatinnen und Kandidaten zurückzuführen ist. (vgl. Huber 2008) Um im medialen Umfeld erfolgreich agieren zu können und in weiterer Folge auch Wahlerfolge zu erzielen, benötigt man also, wie bereits zu

erfahren war, neben inhaltlicher Kompetenz auch ein entsprechendes Image und rhetorische Fähigkeiten, um die Medien und in weiterer Folge das Publikum für sich zu interessieren, was sich letztlich in Form von Beliebtheit, sprich Popularität äußert.

In weiterer Folge wird nun aufgezeigt, welche Faktoren sich in der Fachliteratur für Obamas erfolgreiche Politikvermittlung verantwortlich zeigen, um somit zum in dieser Arbeit untersuchten Faktor Rhetorik hinzuleiten.

2.2. Barack Obama und Politikvermittlung

Der Obama-Biograph Christoph von Marschall vergleicht in seinem Buch Barack Obama mit dem äußerst populären US-Präsidenten John F. Kennedy: Die vermittelte Aufbruchstimmung, die Rhetorik, das Charisma und das Versprechen, die USA und die Welt in eine neue Ära zu führen sind Eigenschaften, die sowohl Barack Obama als auch John F. Kennedy zugesprochen werden. (vgl. Marschall 2009)

Ein weiterer, von Marschall aufgeführter Grund für Obamas Erfolg ist die schiere Tatsache, dass Obama nicht sein unbeliebter Amtsvorgänger George W. Bush ist und sich auch in der Vergangenheit im Rahmen seiner erst kurzen politischen Karriere stets glaubwürdig von Bush distanziert hat:

„Barack Obama hat früher als die Konkurrenz ganz auf die Ablehnung des amtierenden Präsidenten gesetzt. Bereits 2007 machte er ‚Change‘ zu seiner zentralen Vokabel“ ... Obama war der Erste, der das Wendeversprechen in den Mittelpunkt stellte. ... In den Umfragen zeigte sich beharrlich, dass das Versprechen ‚Change‘ für die Bürger ein wichtigeres Wahlmotiv war als ‚Experience‘.“ (Marschall 2009, S.19)

Als weitere Gründe für Obamas erfolgreichen Präsidentschaftswahlkampf und seine rasant steigende Popularität innerhalb und außerhalb der USA weist Marschall neben günstigen politischen Bedingungen (der Amtsinhaber kann kein weiteres Mal kandidieren, es gibt einen „Open Seat“; die Demokraten haben die Mehrheit im Kongress etc.) auch auf Obamas eigene Lebensgeschichte hin. Diese wird von Obama, dem Sohn eines Kenianers und einer weißen US-Amerikanerin häufig als Parabel benutzt, um den American Dream und die Visionen Martin Luther Kings leibhaftig darzustellen. Gepaart mit Obamas Rhetorik schafft es Obama, so Marschall, durch das Erzählen seiner eigenen Lebensgeschichte Empathie und

Sympathie bei vielen Menschen hervorzurufen. (vgl. Marschall 2009)

Ein letzter Faktor für Obamas Erfolg und Popularität schließlich ist die intensive Nutzung des Internets und die Mobilisierung der sogenannten „Youtube Generation“, durch die Obamas Botschaften lauffeuerartig im Internet verbreitet wurden. (vgl. Marschall 2009) Christoph von Marschalls Buch gibt einen guten Überblick über Barack Obamas Leben, seinen politischen Werdegang und die Umstände für dessen große Popularität, jedoch sind kaum kritische und differenziert betrachtete Aspekte in dem vorliegenden Werk zu finden.

Rudolf von Waldenfels hingegen setzt sich in seinem Buch „Der schwarze Messias“, ähnlich wie Christoph von Marschall mit Barack Obamas Werdegang und den Ursachen für dessen Wahlerfolg auseinander, beleuchtet jedoch auch eine Reihe an Kritikpunkten. Waldenfels sieht in erster Linie Obamas Charisma und die gelungene Inszenierung in den Massenmedien als Faktor für dessen erfolgreiche Politikvermittlung. Doch bemängelt dieser auch, dass durch Journalistinnen und Journalisten und andere einflussreiche Mediengrößen ein verzerrtes Bild von Obama und eine starke Bevorzugung gegenüber seiner Kontrahentinnen und Kontrahenten stattgefunden hat. (vgl. Waldenfels 2010) Auch gibt Waldenfels zu bedenken dass der „Messias-Wahn“, wie er die Obama betreffende Euphorie nennt, auch missbraucht werden kann:

„Doch muss die Frage schon erlaubt sein, ob Barack Obama just mit der hoch emotionalisierten Art seines Wahlkampfes nicht doch auch Geister gerufen hat, die die amerikanische Politik so schnell nicht wieder los werden wird.

Möglicherweise hat er Tendenzen verstärkt, die später einmal, wenn er selber schon längst nicht mehr im Amt ist, schlimme Folgen zeitigen; möglicherweise hat er einer Art Populismus den Weg bereitet, der sich die Methoden von ihm abschaut, ohne aber die selben hohen Ziele wie Obama zu verfolgen.

Politisches Erlösertum als trojanisches Pferd: Des nachts öffnet sich der Unterleib und speit düstere Gestalten aus. Es sind dieselben, die jetzt auch schon im Hintergrund die Fäden ziehen, wenn nämlich die Demonstranten, heulend vor Empörung, von Obama die Geburtsurkunde verlangen.“

(Waldenfels 2010, Klappentext)

Diese Einschätzung erweist sich, betrachtet man die Zuläufe des Tea Party Movements und auch den politisch motivierten Mordanschlag in Tucson, Arizona vom 8. Jänner 2011, leider als all zu wahr. Da in vorliegender Arbeit jedoch lediglich der Zeitraum vor und rund um die Präsidentschaftswahlen 2008 beleuchtet wird, erscheint die nähere Betrachtung des Kritikpunktes hinsichtlich der Bevorzugung Barack Obamas in den Medien als sinnvoll, dem in Kapitel 6.3. Rechnung getragen wird.

Nun kristallisiert sich bereits anhand dieser beiden Werke heraus, dass Obamas Erfolg hauptsächlich durch dessen bestechende Rhetorik bewerkstelligt werden konnte, bzw. dass sämtliche andere Punkte, wie die Kritik an George W. Bush, die Visionen für eine neue amerikanische Gesellschaft, seine eigene Lebensgeschichte udgl. durch entsprechende Rhetorik kommuniziert wurden. Auch nennen andere Obama-Biografinnen und Biografen (vgl. z.B. Mendell 2007, Plouffe 2009 oder Thomas 2008) dessen Rhetorik als wesentliches Element seines politischen Erfolges. Auch die Tatsache dass eine Reihe an Werken erschienen ist, die sich ausschließlich mit Barack Obamas Rhetorik beschäftigen (vgl. z.B. Leanne 2009 oder Rössler 2009) lässt darauf schließen, dass Obamas Rhetorik von maßgeblicher Bedeutung für dessen Erfolg ist.

In Kombination mit den im ersten Abschnitt dieses Kapitels erörterten Anforderungen an einen Politiker oder eine Politikerin, um im Zeitalter der Massenmedien politisch zu bestehen, erscheint die Betrachtung des Faktors Rhetorik durchaus als sinnvoll.

3. Biographie Barack Obamas

Um Barack Obamas Rhetorik zu verstehen, bedarf es dem notwendigen biografischen Hintergrundwissen. Obama setzt häufig seine eigene Lebensgeschichte als Parabel ein, um politische Botschaften zu vermitteln und diese mit dem notwendigen Pathos auszustatten. Auch stilisiert sich Obama gern als Teil der Bevölkerung, als Sprachrohr für die Anliegen, Wünsche und Sehnsüchte der Menschen. (vgl. Marschall 2009)

Unter welchen Umständen ist Barack Obama aufgewachsen? Wie wurde er sozialisiert? Welche einschneidenden Erlebnisse haben ihn in die Politik getrieben? Wie schaffte Obama den politischen Aufstieg zum mächtigsten Mann der Welt? Welchen Problemen sah sich Obama im Laufe seines Lebens gegenüber, welche glücklichen Fügungen erleichterten ihm seinen Aufstieg? Inwieweit verhalf sein rhetorisches Talent Obama dazu, all dies zu erreichen? Antworten auf all diese Fragen und das notwendige, die Person Obama und den Präsidentschaftswahlkampf betreffende Hintergrundwissen für den weiteren Verlauf der Arbeit finden sich im vorliegenden Kapitel wieder.

3.1. Jugend und familiärer Hintergrund

Barack Hussein Obama wurde am 4. August 1961 als Sohn der aus Wichita, Kansas stammenden Stanley Ann Dunham und des Kenianers Barack Hussein Obama Senior in Honolulu, Hawaii geboren. Barack Obamas Mutter, Stanley Ann Dunham wurde am 29. November 1942 als die einzige Tochter des Möbelverkäufers und späteren US-Air-Force-Sergeants, Stanley Dunham, welcher während des zweiten Weltkriegs in Europa stationiert und Teil der Invasion der Normandie war, und der Arbeiterin in einer Rüstungsfabrik, Madelyn Payne, geboren (vgl. Formek 2009).

Stanley und Madelyn Dunham, Obamas Großeltern, welcher dieser einmal „Gramps“ und „Toots“ nennen sollte, prägten die Entwicklung des späteren US-Präsidenten nachdrücklich, da dieser ab seinem zehnten Lebensjahr von den beiden großgezogen wurde. Barack Hussein Obama Senior, Obamas Vater, stammt aus wohlhabenden Verhältnissen und war der erste afrikanische Student überhaupt, der auf der University of Hawaii studierte (vgl. Obama 2004a).

Barack Obamas Eltern lernten sich 1959 auf der University of Hawaii kennen, heirateten bereits im darauf folgenden Jahr und sollten ein Jahr später ihren Sohn Barack Hussein Obama Junior bekommen. Die Verbindung der beiden war für die damalige Zeit mit Sicherheit bemerkenswert, da Eheschließungen zwischen der weißen und der schwarzen Bevölkerung der USA äußerst selten waren und zu dieser Zeit, vor allem in den Südstaaten, noch viele Diskriminierungen und Benachteiligungen der schwarzen Bevölkerung vorherrschten. In einigen Südstaaten waren Ehen zwischen Schwarzen und Weißen zu dieser Zeit sogar noch gänzlich verboten (vgl. Demny 2004).

Als Sohn Barack zwei Jahre alt war, absolvierte Barack Senior sein Studium der Volkswissenschaften mit außerordentlich gutem Erfolg und bekam daraufhin die Möglichkeit offeriert, auf der renommierten Harvard University zu studieren. Da es um die Geldmittel der jungen Familie äußerst bescheiden stand, blieben Mutter und Sohn auf Hawaii zurück und lebten bei Stanley Ann Dunhams Eltern in einer ärmlichen Wohngegend Honolulus (vgl. Obama 2004a).

Ob der langen Trennung war die Ehe der Obamas nicht von langem Bestand und bereits 1963 ließen sich die Eltern Barack Obamas wieder scheiden. Nach dem Abschluss seines Studiums auf der Harvard University kehrte Barack Obama Senior zurück nach Kenia. Der künftige Präsident der Vereinigten Staaten von Amerika sollte seinen Vater nur noch ein einziges Mal im Alter von 10 Jahren wieder sehen. Obamas Mutter lernte indes ihren zweiten Ehemann, den indonesischen Gaststudenten Lolo Soetoro kennen. Gemeinsam mit diesem bekam sie auch ihr zweites Kind, Barack Obamas Halbschwester Maya. Als im Jahre 1967 Suharto die Macht in Indonesien übernahm, wurden alle im Ausland studierenden Indonesierinnen und Indonesier zurück in ihre Heimat berufen, so auch Lolo Soetoro. Im Alter von sechs Jahren zog Barack Obama aufgrund dessen gemeinsam mit seiner Mutter zu seinem Stiefvater nach Indonesien und besuchte dort vier Jahre lang eine indonesische Schule (vgl. Obama 2004a). Bemerkenswert ist auch, dass der damals erst neunjährige Barack Obama in einem Schulaufsatz davon geschrieben hat, dass er eines Tages gerne einmal Präsident werden würde (vgl. Scharnberg 2007).

Seine Highschool-Jahre verbrachte Barack Obama in Honolulu, wo er bei seinen Großeltern mütterlicherseits lebte. In dieser Zeit begann Obama, sich das erste Mal

intensiv mit seiner Herkunft zu beschäftigen und sah sich als dunkelhäutiger Junge, der bei seinen weißen Großeltern lebte auch das erste Mal verschiedenen Diskriminierungen ausgesetzt. (vgl. Obama 2004a) Obamas Großeltern und seine Mutter können für die damalige Zeit als durchaus aufgeschlossen und weltoffen bezeichnet werden. Nicht nur aufgrund des beruflichen Misserfolgs Stanley Dunhams, sondern auch aufgrund der rassistischen Begebenheiten in Kansas und später in Texas, wo Barack Obamas Großeltern mit seiner Mutter, Stanley Ann Dunham lebten, übersiedelten diese häufiger. Obama erzählt in seinem ersten Buch „Dreams from my Father“ von mehreren rassistisch motivierten Übergriffen auf seine Mutter, als diese im Kindesalter mit einem afroamerikanischen Mädchen befreundet war und die Familie Dunham aufgrund dessen gedemütigt und beschimpft wurde. (vgl. Obama 2004a)

Weihnachten 1971 sollte Obama seinen Vater ein letztes Mal sehen. Dieser stattete der Familie Obamas (Mutter Stanley Ann lies sich auch von ihrem zweiten Mann scheiden und zog gemeinsam mit Tochter Maya zurück nach Hawaii) einen einmonatigen Besuch ab, um sich von den Folgen eines Autounfalls zu kurieren. Das Verhältnis zu Obamas Vater war während dieser Zeit sehr distanziert. Der Vater, den er größtenteils nur von Erzählungen kannte, die diesen glorifizierten verlor in den Augen Obamas an Glanz, als er ihm persönlich gegenüber trat. (vgl. Obama 2004a)

1974 beschloss Obamas Mutter aufgrund ihres Anthropologiestudiums zurück nach Indonesien zu gehen, um die dortigen Frauenrechte zu studieren. Obama selbst blieb in Honolulu, um hier die High School zu besuchen. Bis zu seinem Highschoolabschluss lebte Obama bei seinen Großeltern (vgl. Mendell 2007).

Auch wenn Obama bei seinen Großeltern liebevoll großgezogen wurde, so durchlitt dieser trotzdem eine große Identitätskrise während seiner Jugendzeit und verfiel auch der Versuchung von Alkohol, Marihuana und Kokain. Erstmals begann Obama seine Herkunft und seine Hautfarbe zu hinterfragen und sah sich zusehends selbst rassistischen Diskriminierungen ausgesetzt. Obama selbst beschreibt diese Diskriminierungen in seiner Autobiografie:

„...ich dachte an all die Beleidigungen, die ich erlebt hatte. Angefangen mit dem Jungen in der siebten Klasse, der ‚Scheißneger‘ zu mir gesagt hatte und den ich daraufhin auf die Nase geboxt hatte, seinen Tränen und seinem

erstaunten ‚Warum hast du das getan?‘ Der Tennisprofi, der mir während eines Turniers erklärte, ich solle den Spielplan am Schwarzen Brett nicht anfassen, meine Farbe würde sonst abfärben; sein dünnes, rotgesichtiges Lächeln – ‚Verstehst du keinen Spaß?‘ –, als ich damit drohte, ihn anzuzeigen. Die ältere Frau im Apartmenthaus meiner Großeltern, die sich furchtbar aufregte, als ich hinter ihr den Aufzug betrat, und sofort wieder ausstieg, um sich beim Hausverwalter zu beschweren, ich würde ihr nachstellen. Kein Wort der Entschuldigung nach meinem Hinweis, dass ich in dem Haus wohnte. Der Assistent unseres Basketballtrainers, ein junger, drahtiger Mann aus New York, der nach einem Übungsspiel gegen ein schwarzes Team in Hörweite von mir und drei Teamkameraden brummte, dass wir nie und nimmer gegen eine Horde Nigger hätten verlieren dürfen und, als ich ihn (mit einer Wut, die mich selber überraschte) zurechtwies, mir in aller Ruhe die offenbar selbstverständliche Tatsache klarzumachen versuchte, dass es Schwarze gebe und dass es Nigger gebe. ‚Diese Typen waren Nigger.‘

...

Es war nicht bloß Verachtung. Ich lernte, dass Schwarze minderwertig sind. Es war eine spezielle Form von Arroganz, eine Beschränktheit bei ansonsten vernünftigen Menschen, auf die wir mit bitterem Lachen reagierten. Es schien, als wüssten Weiße nicht, dass sie brutal sind. Oder als glaubten sie zumindest, dass man ihre Verachtung verdient habe.“ (Obama 2004a, S.95 - 96)

Obama, der er doch selbst bei seinen weißen Großeltern aufwuchs und eine weiße Mutter hatte, musste diese Anfeindungen und Kränkungen, diese Herabwürdigungen, die sich für ihn nur schwer einordnen, begründen oder kategorisieren ließen in einem mühsamen Prozess verarbeiten. Dabei halfen ihm die Geschichten über seinen Vater, Geschichten über seine afrikanische Herkunft, seine Identität. Zusehends besserte sich seine psychische Verfassung, doch sollte er seinen eigenen Weg erst in der Collegezeit finden.

Nach seinem Highschoolabschluss 1979 übersiedelte Obama nach Kalifornien, um dort das Occidental College in Los Angeles zu besuchen. Auch hier plagte Obama eine Identitätskrise und er drohte, wie er in seiner Autobiografie schrieb, in exzessiven Drogenkonsum und Apathie abzugleiten. Obama, der von Freunden und

Familie liebevoll „Barry“ genannt wurde, bestand ab 1980 darauf, Barack genannt zu werden. Sein fremdartiger Vorname, der auf Suaheli „der Gesegnete“ (vgl. Mendell 2007) bedeutet, sollte fortan stets zur Verwendung kommen und das typisch amerikanisch klingende Barry ablösen. Dies war ein erster Schritt in Richtung Identitätsfindung, die in einer Keniareise im Jahr 1988 gipfeln und mit dem Verfassen seiner Autobiografie „Dreams from my father“ aufgearbeitet werden sollte.

Obama, der auf dem Occidental College unterfordert war, bewarb sich bei der renommierten New Yorker Columbia University, wo er schließlich auch angenommen wurde. 1981 also übersiedelte Obama neuerdings, diesmal in den Big Apple, um dort Politik mit dem Schwerpunkt auf internationale Beziehungen zu studieren. 1982 ereilte ihn ein Anruf aus Kenia, Obamas Vater hatte abermals einen Autounfall, welchen dieser jedoch nicht überlebte. (vgl. Marschall 2009)

1983 schließlich absolvierte Obama erfolgreich sein Studium an der Columbia University, seine Abschlussarbeit hatte die sowjetische Abrüstungspolitik zum Thema. (vgl. Thomas 2008) Barack Obama blieb vorerst in New York City, wo er zunächst Anfang 1984 bei der Wirtschaftsberatungsfirma „Business International Corporation“ tätig war. Da ihn diese Tätigkeit, wie er in „Dreams from my father“ schrieb jedoch nicht erfüllte, wechselte er ein Jahr darauf zur „New York Public Interest Research Group“, wo er bei einem Jahresgehalt von 10.000 US-Dollar Studierende am City College in Harlem, einer Gegend von New York City, in der der Anteil an Schwarzen in der Bevölkerung seit jeher besonders hoch ist, betreute. (vgl. Mendell 2007)

Obama, der bereits nach seinem Abschluss auf der Columbia University das feste Ziel hatte, den Menschen als Community Organizer zu helfen, verschickte einige Zeit lang vergebens Bewerbungen an diverse soziale Einrichtungen. Im Frühjahr 1985 erhielt Obama einen Anruf des Politaktivisten Gerald Kellman. Kellman, der soziale Projekte in Chicago leitete, benötigte einen Afroamerikaner für sein neues Projekt, das die Erhaltung von Industriejobs und das engere Zusammenleben Schwarzer und Weißer verschiedener Stadtviertel Chicagos zum Ziel hatte. Obama, der stets auf eine „sinnvolle Arbeit“ aus war, zögerte nicht lange und machte sich schon eine Woche später auf den Weg nach Chicago. (vgl. Obama 2004a)

In den kommenden Jahren arbeitete Obama für die Opfer von Betriebsschließungen

in der Chicagoer South Side und stellte Kontakte zwischen den verschiedenen Kirchengemeinden her, die Kellmans Projekt unterstützen sollten. Während dieser Zeit beschloss Obama, als Bürgerrechtsanwalt tätig sein zu wollen, weshalb er sich für ein Studium der Jurisprudenz bewarb. (vgl. Marschall 2009)

Bevor er dieses jedoch antrat, machte Obama im Sommer 1988 eine ausgedehnte Europa- und Afrikareise, wo er in Kenia auf seine Halbschwestern- und Brüder traf und in vielen Gesprächen für ihn bedeutsame Informationen über seinen familiären Hintergrund und vor allem über seinen Vater sammelte, Informationen, die Obama später in seinem Buch „Dreams from my father“ verarbeitete. (vgl. Mendell 2007)

3.2. Harvard und der politische Aufstieg zum US-Senator

Nach seiner Keniareise im Sommer 1988 begann Barack Obama sein Verfassungsrechtsstudium an der renommierten *Harvard Law School* in Cambridge, Massachusetts. Schon in seinem ersten Studienjahr wurde Obama in das Redaktionsteam der hoch angesehenen *Harvard Law Review* aufgenommen. Barack Obama zeichnete sich als hervorragender Student aus und sollte 1991 sein Doktorat mit *magna cum laude* abschließen. (vgl. Mendell 2007)

In den Sommerferien kehrte Obama nach Chicago zurück, um bei dort ansässigen Anwaltskanzleien verschiedene Praktika zu absolvieren. Das Jahr 1990 erwies sich als besonders einschneidendes und wegweisendes im Leben des Barack Obama. Seine Betreuerin während seines Sommerpraktikums in Chicago war eine gewisse Michelle Robinson, ebenfalls Absolventin der Harvard Law School, welche er drei Jahre später heiraten sollte. (vgl. Thomas 2008)

Nach seiner Rückkehr nach Harvard machte Barack Obama das erste Mal landesweit von sich reden. Das Redaktionsteam der Harvard Law Review wählte ihn zum ersten schwarzen Präsidenten der Zeitschrift. Obama verstand es, durch seine konziliante Art sowohl konservative als auch liberale Mitglieder des Redaktionsteams für sich zu gewinnen und bereits hier zeichneten sich sein politisches Verhandlungsgeschick und sein Talent, mittels geschickter Rhetorik Kompromisse quer durch alle politischen Lager zu schließen, ab. Die Wahl zum Präsidenten der Harvard Law Review öffnete Obama Tür und Tor, er knüpfte Kontakte mit angesehenen Vertreterinnen und Vertretern aus Justiz und Politik, bekam eine

Reihe von Jobangeboten renommierter Anwaltskanzleien und hochangesehener Richterinnen und Richter und da er nun landesweit bekannt war, wurde ihm sogar ein Buchvertrag offeriert. Diesen nahm er dankend an und so entstand sein erstes Buch, die Autobiografie „Dreams from my Father“. (vgl. Obama 2006)

Nach seiner Wahl zum Präsidenten der Harvard Law Review stand für Obama fest, dass er in die Politik gehen wollte. So schlug er sämtliche lukrative Jobangebote aus und ging nach seinem Abschluss 1991 zurück nach Chicago, um seine alte Tätigkeit als Community Organizer wieder aufzunehmen. Im Jahre 1992 begann sich Obama erstmals im Zuge des Präsidentschaftswahlkampfes Bill Clintons politisch zu engagieren. Wählerinnen und Wähler, welche in den Vereinigten Staaten an Wahlen teilnehmen wollen, müssen sich zuvor für diese registrieren. (vgl. Ginsberg 2009) Cook County, Illinois, in welchem Barack Obama beruflich tätig war, ist mit mehr als fünf Millionen Einwohnern nach Los Angeles County, Kalifornien das bevölkerungsreichste County der USA. (vgl. <http://www.census.gov/>) Die Zahl der registrierten Wählerinnen und Wähler unter der schwarzen Bevölkerung in diesem County war unterdurchschnittlich gering. Deshalb startete Obama eine Mobilisierungskampagne, um möglichst viele zusätzliche schwarze Wählerinnen und Wähler zu einer Wahlregistrierung zu bewegen. Seine Aktion war, nicht zuletzt aufgrund seiner überzeugenden Rhetorik, von großem Erfolg gekrönt, bei den Präsidentschaftswahlen 1992 waren in Cook County letztlich um 150.000 schwarze Wählerinnen und Wähler mehr registriert, als noch 1988 (vgl. Thomas 2008). Betty Lu Saltzman, eine Aktivistin der *Lakefront Liberal Crowd*, welche gemeinsam mit Obama auf Mobilisierungstour ging, war von diesem so angetan, dass sie ihn mit dem Politikberater David Axelrod bekannt machte, welcher 2008 maßgeblich am Wahlerfolg Obamas beteiligt sein würde. (vgl. Marschall 2009)

Obama legte in den kommenden Jahren seinen inhaltlichen Schwerpunkt auf die Bürgerrechte und trat 1993 in die auf Bürgerrechte spezialisierte Anwaltskanzlei *Miner, Barnhill & Galland* ein. Zeitgleich übernahm Obama einen zweijährigen Lehrvertrag als Dozent für Verfassungsrecht an der University of Chicago. Diese Lehrtätigkeit behielt er bis zur seiner Wahl in den US-Senat im Jahre 2004 bei. (vgl. Mendell 2007)

Für Barack Obama, der sich inzwischen durch sein Engagement im Großraum Chicago einen Namen gemacht hatte, bot sich 1996 die Gelegenheit, aktiv in die

Politik einzusteigen. Alice Palmer, welche für den 13. Wahlbezirk des Bundesstaates Illinois, der Chicago South Side, im Senat von Illinois saß, wollte für den US-Kongress kandidieren und schlug Barack Obama als ihren Nachfolger vor. Dieser stimmte begeistert zu, doch als sich abzeichnete, dass Palmer bei den demokratischen Vorwahlen um das Repräsentantenhaus das Nachsehen haben würde, kündigte sie eine erneute Kandidatur für ihren Senatssitz in Illinois an. Obama jedoch beharrte auf Palmers Angebot und kandidierte ebenfalls. In Eigenregie deckte Obama Unregelmäßigkeiten und Fälschungen der Vorwahlergebnisse Palmers und seiner anderen Konkurrenten auf. Auch wenn er sich damit innerhalb der eigenen Partei keine Freunde machte, mussten Palmer und die anderen zurücktreten und Obama wurde in dem demokratisch dominierten 13. Wahlbezirk in den Senat des Staates Illinois gewählt. Obama wurde 1998, in dem Jahr als seine erste Tochter Malia Ann zur Welt kam, gegen den Republikaner Yesse Yehudah und 2002 ohne Gegenkandidaten wiedergewählt (vgl. Mendell 2007).

In der Zeit von 1996 bis 2002 befanden sich die Demokraten im Senat von Illinois in Opposition, demnach war der politische Gestaltungsspielraum Obamas nur sehr begrenzt, was er selbst auch als äußerst frustrierenden Zustand angab (vgl. Obama 2006). Dennoch konnte Obama maßgeblich an einigen wichtigen Entscheidungen mitwirken und setzte sich in seinen ersten Jahren als State Senator zielstrebig für die Anliegen der „Arbeiterklasse“ ein, so erreichte er die finanzielle Hilfe für solche Menschen, die durch Verlust ihres Arbeitsplatzes nicht mehr krankenversichert waren. Auch unterstützte Obama in den Neunzigern Vereine schwuler und lesbischer Menschen und erreichte die Anhebung des Etats zur HIV-Prävention und konnte finanzielle Mittel zur Behandlung von AIDS lukrieren. (vgl. Marschall 2009)

Sein erster verhandlungstechnischer Durchbruch gelang Obama, als er Vertreterinnen und Vertreter der demokratischen und der republikanischen Partei bei einer Novellierung des Gesetzes die Todesstrafe betreffend soweit einigen konnte, dass der von ihm ausverhandelte Beschluss einstimmig beschlossen wurde (vgl. Obama 2006).

Im Jahr 2000 unternahm Obama erstmals einen Versuch, bundespolitisch aktiv zu werden. Der junge Regionalsenator wollte bei den Kongresswahlen für das Repräsentantenhaus kandidieren, unterlag jedoch in den Vorwahlen dem populären

Amtsinhaber, dem ehemaligen *Black Panther*² Aktivisten Bobby Rush mit 30 zu 61 Prozent der Stimmen (vgl. Marschall 2009). Doch diese anfangs enttäuschende Niederlage sollte sich in weiterer Folge als Beginn einer Reihe glücklicher Umstände erweisen, die Barack Obama letztlich den Weg in das Weiße Haus ebneten.

Obamas Familienglück wurde indes perfektioniert, als im Juni 2001 seine zweite Tochter Natasha geboren wurde. Nach den Midterm Elections 2002, als die Demokraten in der *Illinois General Assembly*³ die Mehrheit erlangten, war der Zeitpunkt für Barack Obama gekommen, um sein politisches Profil zu schärfen. Vor allem nachdem er 2003 den Vorsitz des Senatsausschusses für Gesundheit und Sozialdienste übernahm, war es ihm möglich, weitreichende sozialpolitische Reformen umzusetzen. Da Obama bereits ein hohes Maß an Popularität genoss, entschloss er sich, bei den Wahlen 2004 als US-Senator zu kandidieren. Eine ganze Reihe glücklicher Umstände ermöglichte ihm dieses schwierige Unterfangen erfolgreich zu absolvieren. So verzichtete der republikanische Amtsinhaber Peter Fitzgerald, welcher sich in Washington als Aufdecker von Politikandalen einen Namen machte, mangels Unterstützung seiner Partei auf eine Wiederkandidatur. Die erfahrene Amtsvorgängerin Fitzgeralds, Carol Moseley Braun, welche als erste schwarze Senatorin des Staates Illinois und als erste schwarze, weibliche Senatorin

² Bei der Black Panther Party handelte es sich um eine 1966 in Kalifornien gegründete afroamerikanische Bürgerrechtsbewegung. Bobby Seale und Huey Newton gründeten die Bewegung als Reaktion auf die Ermordung des schwarzen Bürgerrechtlers Malcolm X im Februar 1965. Die Aktivistinnen und Aktivisten setzten sich für die Gleichberechtigung und gegen die Unterdrückung der afroamerikanischen Bevölkerung ein, wodurch es teils zu gewalttätigen Auseinandersetzungen mit Staatsorganen kam. Zudem unterhielten die Mitglieder der Black Panther Party Gemeindezentren, in welchen neben gesellschaftlichen Aktivitäten Rechtsberatung und medizinische Versorgung angeboten wurden. Nachdem ein Jahr nach der Gründung der Black Panther Party der Mitbegründer Huey Newton von der Polizei in Oakland, CA angeschossen und anschließend verhaftet wurde, formierte sich im In- und Ausland eine breite Welle der Solidarität. Landesweit wurden Ortsgruppen der Black Panther Party gegründet, so auch in Chicago. Dort wurde Ende 1969 der Ortsgruppenleiter Fred Hampton von einem Elitekommando des FBI, dessen damaliger Direktor J. Edgar Hoover rigoros gegen die Black Panther Party vorging, im Schlaf erschossen. (vgl. Demny 2004)

³ Die Legislative in den einzelnen Bundesstaaten, also das Repräsentantenhaus und der Senat, das Äquivalent des US-amerikanischen Kongresses, wird in den verschiedenen Bundesstaaten unterschiedlich genannt. Je nach Staat wird die Legislative „*Legislature*“, „*State Legislature*“, „*Legislative Assembly*“, „*General Assembly*“ oder „*General Court*“ genannt. Lediglich in New York existiert kein Name für die beiden legislativen Kammern des Bundesstaates. (vgl. Ginsberg 2009)

überhaupt bekannt wurde, verzichtete ebenfalls auf eine Kandidatur, da sie an den demokratischen Vorwahlen um die Kandidatur für das Amt der Präsidentin der Vereinigten Staaten teilnahm. Bei einer allfälligen Kandidatur Moseleys wären die Chancen Obamas gleich null gewesen. Unter den verbliebenen demokratischen Kandidaten erreichte Obama bei ersten Umfragen lediglich den dritten Platz (vgl. <http://www.ilsenate.com/News/Media/SurveyUSAPoll.pdf>). Die Millionäre Dan Hynes und Blair Hull lagen, nicht zuletzt aufgrund der weitaus größeren Wahlkampfbudgets vor Obama in Führung. Die Lage schien bereits aussichtslos, als Blair Hull mitten während des Wahlkampfes in einen Missbrauchsskandal verwickelt wurde und massiv an Wählerinnen- und Wählergunst verlor. Vor allem Barack Obama konnte von diesem Vorfall profitieren und gewann schließlich die demokratischen Vorwahlen mit 53 % der Stimmen (vgl. Obama 2006). Auch die öffentliche Wahlempfehlung in der Chicago Sun Times vom 28. Februar 2004 spricht für sich selbst:

„Obama is a rising star with impressive political skills and a keen intellect. A constitutional law professor and civil rights attorney who has served seven years in the state Senate, Obama has the hands-on experience that, were he elected, would shorten the time it would take for him to become a major player on the national stage.

Obama has demonstrated an ability to forge partnerships across party lines by enacting key legislation, such as bringing together the Chicago Board of Education, the Chicago Teacher's Union and school choice advocates to expand charter schools and increase accountability for all school districts. This ability to work across the aisle is a critical need for Illinois because Democratic Sen. Dick Durbin, able in many respects, is a fiery partisan. That limits his effectiveness. Our endorsement goes to Obama, who seems best poised to overtake Hull. Obama's background and experience can trump Hull's money. Obama has a compelling personal story. He is a man who has struggled to understand the landscape in two worlds -- one white, one black. Born to a white mother from Kansas and a black father from Kenya, reared in Hawaii and Indonesia, Obama could be the man for this time and for this place.“ (<http://www.ilsenate.com/>)

Obama war damit offizieller Kandidat der Demokraten und musste nun gegen den ebenfalls vermögenden Republikaner Jack Ryan, den Ex-Gatten der Schauspielerin Jeri Ryan, antreten. Nun ereigneten sich zwei für Obama äußerst glückliche Vorfälle.

Die Parteiführung der Demokraten befand sich auf der Suche nach einer Rednerin bzw. einem Redner für den Nominierungsparteitag der Demokraten. Die Wahl fiel schließlich auf den Chicagoer Senatskandidaten Barack Obama, da dieser parteiintern bereits über die Grenzen Illinois hinaus als hervorragender Redner bekannt war. (vgl. Marschall 2009) Seine nur 17-minütige *Keynote Address* war die erste landesweit ausgestrahlte Rede des späteren US-Präsidenten und machte ihn auf einen Schlag in den ganzen USA berühmt. Zum ersten Mal erzählte er in dieser Rede, wie so oft danach auch, seine eigene Lebensgeschichte als Parabel. Durch seine *Keynote Address* schlagartig berühmt geworden, konnte Obama mit Hilfe seines Wahlkampfstrategen David Axelrod plötzlich weit mehr Wahlkampfspenden lukrieren als zuvor. Eine weitere, für Obama glückliche Wendung ergab sich, als der Scheidungsskandal seines republikanischen Kontrahenten Jack Ryan publik wurde und dieser in Folge seine Kandidatur zurückzog (vgl. <http://www.msnbc.msn.com/id/5296208/>). Die weitere Folge der Ereignisse beschreibt der Obama-Biograph Christoph von Marschall folgendermaßen:

„Die Republikaner brauchen einen vollen Monat, um einen neuen Kandidaten aufzutreiben. Ihre Wahl stellt sich wieder als Missgriff heraus: Alan Keyes ist zwar auch ein schwarzer Harvard-Absolvent, aber ein erzkonservativer Mann mit einer überzogenen Rhetorik. <<Christus würde nicht für Barack Obama stimmen>>, attackiert er zum Beispiel Obamas liberale Haltung zum Abtreibungsrecht. Homosexuelle sind für ihn <<selbstsüchtige Hedonisten>>, und eine Adoption durch homosexuelle Paare führt für ihn unweigerlich zu Kindesmissbrauch. Alan Keyes fordert die totale Steuerbefreiung für alle Nachkommen von Sklaven.

Es ist ein weiterer Glücksumstand für Obama, dass sein Gegenkandidat so wenig Anziehungskraft besitzt. Am Wahltag im November 2004 verliert zwar John F. Kerry gegen George W. Bush. Aber Barack Obama gewinnt das Rennen um den offenen Senatssitz von Illinois mit 70 Prozent gegenüber 27 für Alan Keyes.“ (Marschall 2009, S.146)

Für Obama galt es nun, ein kompetentes Team an Beraterinnen und Beratern zusammenzustellen. Tom Daschle, der Fraktionsführer der Demokratischen Partei im US-Senat und spätere Anwärter auf das Amt des Gesundheitsministers im Kabinett

von Präsident Obama⁴, verpasste überraschend den Wiedereinzug in den Senat. So unerfreulich diese Tatsache für die Demokraten auch war, für Obama stellte sich dies erneut als Glücksfall heraus, da nun der Bürochef Daschles, Peter Rouse, ein äußerst erfahrener Berater, der bereits seit 1971 im Senat tätig war, für Obama zur Verfügung stand. Während seiner Zeit als US-Senator schrieb Barack Obama sein zweites Buch, *The Audacity of Hope*, welches 2006 erschien und ihm erneut zu einem Popularitätsschub verhalf. (vgl. Mendell 2009)

3.3. Barack Obama und die Religion

Religion hat in den Vereinigten Staaten von Amerika einen außerordentlich hohen Stellenwert, was häufig durch die Gründungsgeschichte der Vereinigten Staaten erklärt wird. Die ersten britischen Siedlerinnen und Siedler waren noch stark an die anglikanische Kirche gebunden, der Besuch der Gottesdienste war verpflichtend. Auf ein entsprechendes Zuwiderhandeln stand die Todesstrafe. Auf der anderen Seite wurde der amerikanische Kontinent von den „Pilgervätern“ kolonialisiert, wie die Frauen und Männer, welche nach Plymouth auswanderten, um ihre eigene Religion frei von Repressionen ausleben zu können, genannt wurden. (vgl. Heideking 2008) Aus diesen geschichtlichen Voraussetzungen ging die in den USA hochgehaltene doppelte Religionsfreiheit hervor – jede und jeder darf glauben, woran er oder sie will und niemandem dürfen religiöse Werte aufgezwungen werden. Und trotz der Tatsache, dass 95% der Bevölkerung angeben, an eine Gottheit zu glauben, zwei Drittel der Bevölkerung regelmäßig in die Kirche gehen und mehr als die Hälfte der Amerikanerinnen und Amerikaner an die Evolutionstheorie glaubt, also daran, dass die Erde vor etwa 6.000 Jahren binnen einer Woche durch die Hand Gottes geschaffen wurde, wird die Trennung von Kirche und Staat so strikt eingehalten, wie in kaum einem anderen Land (vgl. Krannawitter 2005).

Der große Stellenwert von Religion in den Vereinigten Staaten aber auch der Skandal rund um Obamas Pastor Jeremiah Wright, welcher Obama dazu veranlasst hat, die vielbeachtete „A More Perfect Union“-Rede zu halten, lassen es sinnvoll erscheinen, auch einen Blick auf den religiösen Werdegang Obamas zu werfen.

⁴ Der erfahrene Demokrat Tom Daschle wurde von Barack Obama als Gesundheitsminister auserkoren. Bei der strengen Überprüfung der Anwärterinnen und Anwärter auf Regierungsjämter hielt Daschle jedoch nicht stand, da Unregelmäßigkeiten bei seinen Steuererklärungen zu Tage kamen. (vgl. Friesenbichler 2009)

Sowohl Barack Obamas Großeltern, von welchen er großgezogen wurde, als auch seine Mutter gehörten keiner Konfession an. Obamas Vater, Barack Obama Senior, war zwar Moslem, doch war dieser nicht sonderlich gläubig. Stanley Ann, Obamas Mutter war jedoch ein sehr spiritueller Mensch und war, auch wenn sie selbst konfessionslos war, allen Religionsgemeinschaften gegenüber sehr aufgeschlossen. So besuchte sie zu Weihnachten mit ihrem Sohn die Kirche, lies ihn die Bibel und den Koran lesen und führte ihn während der Zeit in Indonesien auch regelmäßig in buddhistische Tempel (vgl. Obama 2004a). So blieb es Barack Obama selbst überlassen, ob und welcher Religionsgemeinschaft er beitreten würde.

Da es in den Vereinigten Staaten ein Ding der Unmöglichkeit ist, ohne Mitglied einer Religionsgemeinschaft zu sein und ohne zumindest in geringem Ausmaß seinen Glauben zur Schau zu stellen, Wählerstimmen zu lukrieren, (vgl. Heideking 2008) war die Wahl einer Kirche eine Grundvoraussetzung für den Start einer politischen Karriere Obamas. Während seiner Zeit als Community Organizer besuchte Obama regelmäßig die Messen jener Kirchen, für deren Sozialprojekte er arbeitete. So auch die Trinity United Church of Christ von Pastor Jeremiah Wright. Wrights lebendige Predigten inspirierten Obama zusehends und schließlich entschloss sich Obama dazu, der protestantischen Kirche beizutreten. Mit Pastor Wright verband Obama bald eine enge Freundschaft und er wurde ihm zum wichtigen Berater (vgl. Obama 2006).

Die äußerst liberale Haltung der von Obama gewählten Kirche, die Armen wurden nach Kräften unterstützt, Homosexuelle waren und sind rechtherzlich willkommen, kann auch als Kalkül Obamas bezeichnet werden. Durch die Wahl dieser Kirchengemeinde konnte Obama seinen liberalen Grundsätzen, ohne mit seiner „geistlichen Obrigkeit“ in Konflikt zu geraten, treu bleiben und zugleich sprach er die gottesgläubigen Wählerschichten an.

Im demokratischen Vorwahlkampf wurde Obama seine Freundschaft zu Pastor Wright beinahe zum Verhängnis. ABC News veröffentlichte Videos von Reden Wrights, in welchen dieser Aussagen wie „God damn America“ von sich gab, welche Obama nicht zum Vorteil gereichen würden, wenn man ihn mit Wright in Verbindung brächte. Da Obama an seiner Bindung zu Wright, welcher Michelle und Barack Obama getraut hatte und auch deren Töchter taufte, festhalten wollte, versuchte er diesen in einer persönlichen Aussprache dazu zu bringen, sich von seinen früheren

Aussagen zu distanzieren. (vgl. Marschall 2009) Kurz darauf hielt Obama am 18. März 2008 in Philadelphia die viel beachtete „A More Perfect Union“ Rede, eine Grundsatzrede zum Rassismusthema, in welcher er sich zu den Aussagen Wrights kritisch äußerte. Wright hielt indes jedoch an seinen Aussagen fest und Barack Obama verlor die wichtige Vorwahl in Pennsylvania am 22. April 2008 und sagte sich schließlich von Pastor Wright los und verließ dessen Kirchengemeinde in Chicago. Obama ist nach wie vor Mitglied der US-weit präsenten United Church of Christ (vgl. Thomas 2008).

3.4. Der lange Weg ins Weiße Haus

Am 10. Februar 2007, dem Tag, als Barack Obama in Springfield, Illinois in einer vielbeachteten Rede seine Kandidatur bei den demokratischen Vorwahlen um das Präsidenschaftsamt bekannt gab, begann eine lange und beschwerliche Reise, deren Mühen schließlich 632 Tage später, am 4. November 2008 mit Barack Obamas Wahl zum 44. Präsidenten der Vereinigten Staaten von Amerika belohnt werden sollten.

Nachdem Obama seine Kandidatur ankündigte, wurden ihm noch kaum Chancen gegen seine Kontrahentin Hillary Clinton zugerechnet, welche von vielen amerikanischen und internationalen Medien bereits als Fixstarterin der Demokratischen Partei für die Präsidentschaftswahlen im November 2008 gehandelt wurde (vgl. Murray 2007). Die fast ein Jahr währenden Vorbereitungen auf die Iowa Caucuses werden imposant in der zweistündigen HBO-Dokumentation „By the People – The Election of Barack Obama“ von Amy Rice wiedergegeben (vgl. Rice 2009). Obamas junges Wahlkampfteam schaffte es, über die Monate in mühsamer Kleinarbeit nach und nach Stimmung für den Senator aus Illinois zu machen. Zur Überraschung vieler Berichterstatte(r)innen und Berichterstatte(r) triumphierte am Abend des 4. Jänner 2008 Barack Obama mit 37,6 % der Stimmen deutlich vor Hillary Clinton (29,4 %), die sogar noch hinter dem demokratischen Mitbewerber John Edwards lag (vgl. Nagourney 2008). In den Vereinigten Staaten ist es üblich, dass die Kandidatinnen und Kandidaten der demokratischen und der republikanischen Partei für Präsidentschafts-, Senats- und Kongresswahlen im Rahmen von Vorwahlen ermittelt werden. Während bei den Republikanern mehrheitlich das „the winner takes it all“ Prinzip gilt, werden die zur Nominierung benötigten Delegiertenstimmen bei den Demokraten nach dem Verhältnisprinzip

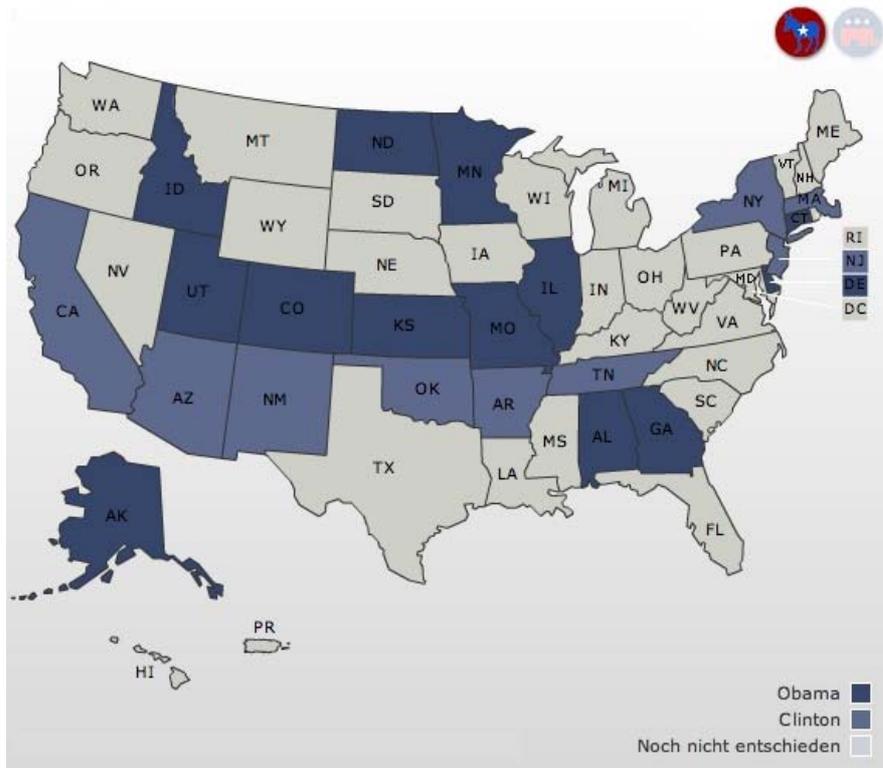


Abbildung 1 - Ergebnisse des Super Tuesday

verteilt (vgl. Heideking 2008). Diese Umstände führten in Folge auch zu dem äußerst knappen und erbitterten Duell zwischen Obama und Clinton. Barack Obama konnte also am 4. Jänner 2008 die so wichtige, erste Vorwahlentscheidung in dem kleinen

Bundesstaat Iowa für sich entscheiden. Auch wenn er nur eine Delegiertenstimme mehr als Hillary Clinton erobern konnte, so war Obamas Triumph in Iowa doch von wesentlicher symbolischer Bedeutung. Die Gewinner des Iowa Caucus werden landauf landab in den Medien angepriesen und bekommen durch die intensive Berichterstattung wertvolle Publicity (vgl. Freund 2008). Nachdem Obama überraschend Iowa für sich entscheiden konnte, rechneten alle Meinungsforschungsinstitute und sämtliche wichtige Zeitungen mit einem haushohen Sieg Obamas bei den nächsten Vorwahlen im Bundesstaat New Hampshire am 8. Jänner 2008. Entgegen der Erwartungen konnte Hillary Clinton nach einem emotionalen Auftritt bei einer Fernsehdebatte in New Hampshire einen knappen Sieg erringen (vgl. Gruber 2009). Nun war das Rennen zwischen Barack Obama und Hillary Clinton wieder offen. Die nächsten beiden Vorwahlen in Michigan⁵ und Nevada, wo Hillary Clinton zwar mehr Stimmen, Obama aufgrund des komplizierten Wahlsystems jedoch mehr Delegiertenstimmen erringen konnte (vgl. Zeleny 2008), fanden keine all zu große Beachtung. Alles konzentrierte sich nun auf den „Super

⁵ Die Ergebnisse aus Michigan wurden nicht gezählt, da der Bundesstaat zu früh wählen lies (vgl. Shear 2007).

Tuesday“ am 5. Februar 2008. An diesem Tag wurden in insgesamt 22 Bundesstaaten Vorwahlen abgehalten und gemeinhin gilt jener Kandidat oder jene Kandidatin, welche bzw. welcher an diesem Abend triumphiert, als diejenige Person, welche für die Demokraten bzw. Republikaner bei den Präsidentschaftswahlen antreten wird. Anders als bei der Republikanischen Partei, wo sich John McCain bereits am Super Tuesday von seinen härtesten Konkurrenten Rudi Giuliani und Mitt Romney deutlich absetzen konnte, blieb das Rennen zwischen Clinton und Obama völlig offen. Während Barack Obama in mehr Bundesstaaten stimmenstärkste Kraft wurde, konnte Hillary Clinton die großen Bundesstaaten wie Kalifornien und New York für sich gewinnen (siehe Abbildung 1), weshalb sie auch nach dem 5. Februar bei der Anzahl der Delegiertenstimmen knapp vor Obama lag (vgl. Freund 2008).

Die 10 darauf folgenden Vorwahlen in Nebraska, Washington, Louisiana, auf den Virgin Islands, in Maine, Maryland, Virginia, Washington D.C., Wisconsin und in Obamas Heimatbundesstaat Hawaii konnte dieser allesamt gewinnen (vgl. Healy 2008). Damit hatte Obama das „Big Momentum“ eindeutig auf seiner Seite und Hillary Clinton musste unbedingt die kommenden Vorwahlen in den großen Bundesstaaten Ohio und Texas gewinnen, um weiter im Rennen zu bleiben. Nach einer recht umstrittenen Fernsehwerbekampagne in Texas gelang es Clinton tatsächlich, am 4. März die für sie so wichtigen Vorwahlen in Ohio und Texas sowie im Bundesstaat Rhode Island zu gewinnen. Obama konnte an jenem Wahlabend lediglich einen Vorwahlsieg im Bundesstaat Vermont feiern (vgl. Freund 2008). Der demokratische Vorwahlkampf blieb also spannend. Während John McCain bereits seit längerer Zeit als Präsidentschaftskandidat der Republikaner feststand, konzentrierte sich fast die gesamte Aufmerksamkeit der Medien auf die Auseinandersetzung zwischen Obama und Clinton – wichtige Publicity. Nach den beiden weiteren Vorwahlen im März, die in den Bundesstaaten Wyoming (vgl. Harris 2008) und Mississippi (vgl. Luo 2008) stattfanden, die Obama beide haushoch gewinnen konnte, ereignete sich der im vorigen Unterkapitel bereits erwähnte Zwischenfall mit Obamas Pastor Jeremiah Wright (vgl. Marschall 2009). Dieser kleine Skandal und eine unglückliche Aussage über die „verbitterte Arbeiterschaft“ brachten Obama unter Zugzwang und führten letztlich auch dazu, dass Obama trotz seiner hoch gelobten „A More Perfect Union“-Rede in Philadelphia die Vorwahlen in Pennsylvania am 22. April 2008 gegen Hillary Clinton mit mehr als 10% Rückstand verlor (vgl. Freund 2008).

Im Lager der Demokraten machte sich zusehends Verbitterung breit. Trotz Obamas hohem Vorsprung hatte dieser noch immer nicht genug Delegiertenstimmen erreicht, um am Nominierungsparteitag in Denver, der in der Zeit von 25. Bis 28. August stattfinden würde, zum Präsidentschaftskandidaten der Demokraten gekürt zu werden. (vgl. Marschall 2009) Während sich Clintons Lager vergeblich darum bemühte, die Wahlergebnisse Michigans und Floridas, die ihr die Führung einbrächten, aber aufgrund des zu früh angesetzten Wahltermines nicht gewertet wurden, doch noch zu legitimieren, erreichte Obama im Mai erstmals auch einen Vorsprung bei den Superdelegierten (vgl. Grynbaum 2008). Superdelegierte sind hochverdiente Parteigängerinnen und Parteigänger der Demokraten, die beim Nominierungsparteitag nach eigenem Gutdünken jener Person ihre Stimme geben, die sie selbst präferieren. (vgl. Heideking 2008) Bislang deklarierte sich eine Mehrheit der Superdelegierten für Clinton. Nach mehreren ausgeglichenen Vorwahlergebnissen im Mai konnte Obama schließlich am 3. Juni nach den Vorwahlen in Montana und South Dakota die erforderliche Zahl an Delegiertenstimmen auf sich vereinen, obwohl er in South Dakota Clinton unterlag. Clinton gestand daraufhin ihre Niederlage ein und erklärte Obama am 7. Juni 2008 offiziell mit den knappen Worten „*I endorse Senator Obama*“ ihre Unterstützung (Freund 2008, S.85). Mit dem beachtlichen Nominierungsparteitag in Denver, bei dem 80.000 Besucherinnen und Besucher anwesend waren, fand das mühsame Kapitel der Nominierung als Präsidentschaftskandidat für Obama endlich ein Ende.

Zeit zum Ruhen blieb Obama freilich keine. Direkt nach seiner offiziellen Nominierung in Denver begannen die Vorbereitungen für die eigentliche Auseinandersetzung um das Präsidentenamt mit seinem Kontrahenten John McCain.

Schon zuvor, in den Sommermonaten lag die Aufmerksamkeit der Medien freilich auf den beiden designierten Präsidentschaftskandidaten John McCain und Barack Obama. Auch wenn die beiden noch nicht persönlich aufeinander trafen, lieferten Sie sich über zahlreiche Fernseh- und Zeitungsinterviews hitzige Debatten. Wiewohl Barack Obama in sämtlichen Umfragen vor dem Senator aus Arizona lag, schwächelte dieser nach wie vor bei der weißen und betagteren WählerInnenschaft (vgl. Freund 2008). Auch wenn die Außenpolitik in den USA traditionellerweise ein bei Wahlkämpfen eher unterrepräsentiertes Thema ist, machte die mangelnde außenpolitische Erfahrung Obamas diesem gehörig zu schaffen. Immerhin war John

McCain bereits seit 20 Jahren Mitglied im außen- und sicherheitspolitischen Ausschuss des Senats und galt als Vietnamveteran, der viele Jahre in vietnamesischer Kriegsgefangenschaft verbrachte, im außen- und sicherheitspolitischen Bereich als äußerst erfahren (vgl. Marschall 2009). Obama versuchte daraufhin freilich, sein außenpolitisches Profil zu schärfen. In Zeitungs- und Fernsehinterviews zeigte er sich äußerst versiert, bestach durch eine differenzierte Betrachtung des Islam und sprach sich zudem für einen Truppenabzug aus dem Irak, dafür für eine Verstärkung der Truppen in Afghanistan aus (vgl. Zakaria 2008). Damit konnte Obama, dank seiner differenzierten politischen Rhetorik, positiv überraschen und weiterhin an Profil gewinnen. Auch von Vorteil für ihn war seine stete Ablehnung des Irakkrieges, der unter der amerikanischen Bevölkerung mittlerweile äußerst unpopulär geworden war. Anders als Senator McCain stimmte Obama auch während seiner Zeit als Senator (als der Irakkrieg begonnen wurde, war Obama noch lokaler Senator in Illinois) konstant gegen die weitere Aufstockung von Truppen im Irak (vgl. Arc Manor 2008) und konnte dadurch glaubhaft gegen diesen ungeliebten Konflikt argumentieren. Um sein außenpolitisches Profil in weiterer Folge zu stärken, startete Obama Ende Juli 2008 eine umfangreiche Auslandsreise, welche ihren fulminanten Höhepunkt bei einem Auftritt vor 215.000 begeisterten Zuseherinnen und Zusehern in Berlin fand (vgl. Freund 2008). Keine all zu große Überraschung war die anschließende Kritik der Republikaner. In einem Werbespot wurde Obama aufgrund seiner superstar-mäßigen Auftritte abwertend als „Celebrity“ á la Britney Spears und Paris Hilton dargestellt, ein Schuss, der eindeutig nach hinten losging, da Hiltons Vater einer der Hauptpendengeber der Republikaner war (vgl. Fouhy 2008).

Am 23. August 2008 wurde verlautbart, dass Obama den demokratischen Senator Joe Biden als seinen „Running Mate“, sprich Vizepräsidentenskandidaten ausgewählt hat. Biden, der selbst mehrmals vergeblich in den demokratischen Vorwahlen um das Präsidentenschaftsamt angetreten war, gilt als einer der außenpolitisch erfahrensten Politiker der USA. Der damals 65-jährige konnte bereits eine 35-jährige Erfahrung als US-Senator vorweisen und sollte vor allem auch die männlichen, weißen Wähler ansprechen, bei denen Obama nach wie vor den Umfragen zu Folge Zustimmungsdefizite aufwies (vgl. Freund 2008). John McCains Schachzug, am Tag des Nominierungsparteitages der Demokraten die Gouverneurin von Alaska, Sarah Palin, als Vizepräsidentenskandidatin und damit erstmals in

der US-amerikanischen Geschichte eine Frau zu nominieren, erwies sich ebenfalls im Nachhinein als etwas ungeschickt. Zwar konnte McCain durch Palin die ultrakonservative WählerInnenschaft mobilisieren, doch in erster Linie sorgte die selbst ernannte „Hockey Mum“ (Ausdruck für eine ‚typisch amerikanische Mutter‘) für Spott und Hohn in den Medien (vgl. Marschall 2009).

Zwei Tage nach der Nominierung Bidens begann der dreitägige Parteitag der Demokraten in Denver, bei dem Obama offiziell zum Präsidentschaftskandidaten der demokratischen Partei nominiert wurde und die Schar seiner Anhängerinnen und Anhänger mit einer hinreißenden Rede auf den Intensivwahlkampf einschwor, der in den USA traditionell in den letzten acht Wochen vor der Wahl stattfindet (vgl. Olive 2008). Beeindruckend war bei diesem Parteitag nicht nur die Anzahl der Anwesenden (84.000), sondern auch die Zahl jener, die den Parteitag am Fernsehbildschirm verfolgten: knapp 39 Millionen Menschen sahen sich die Rede und die anschließende Nominierung Obamas im Fernsehen an, das sind mehr Zuseherinnen und Zuseher als bei der Eröffnung der Olympischen Sommerspiele, der Oscar-Verleihung oder der letzten Folge, der in den USA äußerst populären Talenteshow „American Idol“ (vgl. Freund 2008). Allein diese beeindruckenden Zahlen lassen einen Rückschluss auf eine noch nie dagewesene Popularität eines Präsidentschaftskandidaten und auf eine Faszination für Obamas Reden geben.

Der Parteitag der Republikaner, der von 1. bis 4. September 2008 stattfand, genöß ein beinahe ebenso großes Publikumsinteresse, wie jener der Demokratischen Partei. Die Rednerinnen und Redner des vom Hurrikan „Gustav“ überschatteten Parteitages, allen voran Sarah Palin fuhren harte Attacken gegen Obama und warfen ihm seine Unerfahrenheit und sein mildes, geplantes Vorgehen mit „Terrorverdächtigen“ in Guantanamo vor (vgl. Törne 2008). Mit dem Parteitag der Republikanischen Partei und der Nominierung McCains und Palins war der Intensivwahlkampf damit offiziell eröffnet.

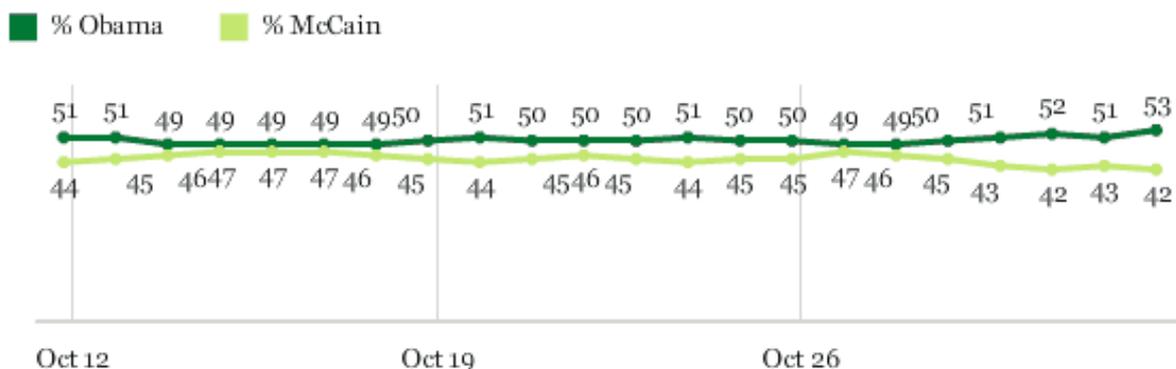
John McCain, der in den nationalen Umfragen der letzten Monate stets hinter Obama gelegen hatte, deklarierte sich Anfang September als Außenseiterkandidat und kam erstmals seit Mai 2008 in den landesweiten Umfragen wieder vor Obama zu liegen (vgl. Newport 2009). Das Wahlkampfteam des demokratischen Kandidaten verlautbarte indes am 14. September, dass alleine im August die Rekordsumme von 66 Millionen US-Dollar an Wahlkampfspenden gesammelt werden konnte, darunter

befanden sich mehr als 500.000 Klein- und Kleinstspenden, welche durch den äußerst erfolgreichen Grassroots-Wahlkampf lukriert werden konnten (vgl. Newport 2009).

Nachdem am Tag zuvor Obama und McCain bei Präsident Bush persönlich aufeinander trafen, um mit diesem über die aktuelle Finanz- und Wirtschaftskrise zu diskutieren (vgl. Loven 2008), kam es am 26. September auf der University of Mississippi zur ersten von drei im nationalen Fernsehen ausgestrahlten Fernsehdebatten. Wiewohl sich beide Kandidaten sehr gut schlugen, sprachen die im Anschluss der Debatte veröffentlichten Umfragen eindeutig für Obama. So gestanden beispielsweise laut einer Gallup-Umfrage vom 27. September 2008 52% der Befragten Obama die Fähigkeit zu, die wichtigsten Probleme des Landes zu lösen, wohingegen dies nur 35% der Befragten McCain zutrauten. (vgl. Newport 2009)

Gallup Daily Election Polling Results for the Presidential General Election, Obama vs. McCain, trend since Oct. 10-12, 2008

Likely Voters (Traditional) - Based on current voting intentions and past voting behavior



Based on three-day rolling averages.

GALLUP POLL

Abbildung 2 - Gallup-Umfragewerte Obamas und McCains

Der Monat Oktober, in dem Obama, wie an der obigen Grafik zu erkennen ist, konstant in den Umfragen vor McCain lag, war geprägt von zwei weiteren Fernsehdebatten am 7. und am 15. Oktober 2008. Auch in diesen beiden Debatten konnte Obama argumentativ und rhetorisch brillieren (vgl. Newport 2009). Besondere Aufmerksamkeit erlangte ein in einem amerikanischen Präsidentschaftswahlkampf bis dahin noch nie dagewesenes Novum. Das

Wahlkampfteam von Obama lukrierte inzwischen schon so viele Spenden, dass für den 29. Oktober 30 Minuten Werbezeit bei drei der größten Fernsehanstalten der USA, nämlich CBS, NBC und FOX angemietet wurden. In dieser halbstündigen Werbeeinschaltung zur besten Fernsehzeit wurde eine Rede Obamas ausgestrahlt, in welcher dieser noch einmal seine zentralen Positionen vor einem Millionenpublikum vertreten konnte (vgl. Goldenberg 2008). Während sich der ehemalige republikanische Verteidigungsminister Colin Powell öffentlich für Obama aussprach, kam Sarah Palin in der selben Zeit negativ in die Schlagzeilen, als bekannt wurde, welche Unsummen (mehr als \$ 150.000) für ihre Garderobe bei Wahlkampfauftritten ausgegeben wurden (vgl. Newport 2009).

Nach einigen letzten überhasteten Wahlkampfauftritten beider Kontrahenten war es am Dienstag, den 4. November 2008 schließlich so weit. Die lange, beschwerliche Reise hatte ein Ende. An diesem Tag sollte sich entscheiden, wer sich die nächsten vier Jahre lang „Der mächtigste Mann der Welt“ nennen darf. Obama lag bis zuletzt in den Umfragen vor McCain, doch verhallten die Stimmen jener, die dahingehend zur Vorsicht mahnten, dass weiße Wählerinnen und Wähler ihrem latenten Rassismus nachgebend in der Wahlzelle doch gegen Obama entscheiden könnten, nicht. Daher blieb es bis zuletzt spannend. Als im Laufe des Abends die ersten Ergebnisse eintrafen, gab es noch keine großen Überraschungen. Während McCain die republikanisch geprägten Bundesstaaten für sich entscheiden konnte, gelang dies Obama bei den demokratisch ausgerichteten Staaten. (vgl. Freund 2008) Die erste große Überraschung zeichnete sich ab, als alles so schien, als würde Obama in Virginia, einem eher republikanisch dominierten Staat, die Mehrheit erringen. So trafen nach und nach die Ergebnisse ein, Obama lag stets in Führung. Als jedoch am späteren Abend die ersten Prognosen des bevölkerungsreichsten Bundesstaates Kalifornien veröffentlicht wurden, stand fest, dass Obama die notwendigen 270 Wahlmännerstimmen erreicht hatte und somit „President Elect“ war. Im ganzen Land, auf der ganzen Welt brachen Jubelstürme aus, es war geschafft: Die USA hatten zum ersten Mal in ihrer Geschichte einen Afroamerikaner zu ihrem Präsidenten gewählt (vgl. Todd 2009).

In absoluten Zahlen konnte Obama 66.862.039 Stimmen bzw. 53 Prozent der Stimmen und 365 Wahlmännerstimmen ergattern. Auf seinen Kontrahenten John McCain entfielen 58.319.442 Stimmen (46 Prozent) und 173 Wahlmännerstimmen

(vgl. Todd 2009). Während McCain noch am Wahlabend in Phoenix, Arizona dem Wahlsieger gratulierte, feierte Obama im Grand Park in Chicago vor hunderten von Anhängern und Anhängerinnen seinen Wahlsieg und krönte diesen mit einer historischen Rede.

4. Rhetorik Barack Obamas

Das folgende Kapitel bildet den Auftakt zur rhetorischen Analyse von Barack Obamas Reden. In Folge werden die rhetorischen Stilmittel und Methoden des 44. Präsidenten der USA und deren Wirkungskraft vorgestellt. Es sollen jene Faktoren gefunden werden, die Barack Obamas Reden auf eine Ebene mit jenen Reden von John F. Kennedy oder Martin Luther King stellen.

Was ist Rhetorik? Welche rhetorischen Stilmittel setzt Barack Obama ein? Wodurch unterscheidet sich Obamas Rhetorik von jener, anderer Politikerinnen und Politiker? Welche Gemeinsamkeiten mit großartigen Rednerinnen und Rednern bestehen?

Diesen Fragen wird im vorliegenden, zentralen Kapitel dieser Arbeit nachgegangen. Um im nachfolgenden Kapitel drei ausgewählte Reden Barack Obamas analysieren können, werden hier systematisch maßgebliche Hintergrundinformationen über Politische Rhetorik, in welcher Form diese von Obama eingesetzt wird und wie sie sich mit anderen vergleichen lässt aufgearbeitet.

4.1. Politische Rhetorik

Rhetorik bezeichnet die Technik der Redekunst, als Disziplin der Geisteswissenschaften

„beschäftigt sich die Rhetorik mit der Analyse sprachlicher oder der Sprache analoger Kommunikation (körperliche Beredsamkeit), die wirkungsorientiert, also auf die Überzeugung des Adressaten hin ausgerichtet ist (persuasive Kommunikation)“ (Owcarek 2010, S.7)

Die *Sprache*, welche in der Rhetorik analysiert wird, gilt nach Strauß, Haß und HARRAS als das wohl wichtigste Werkzeug der Politik zur internen und externen Kommunikation, Meinungsbildung, Vermittlung von Inhalten und zur Überzeugung

von Wählerinnen und Wählern. (vgl. Strauß 1989) Um, gerade bei der externen Kommunikation, möglichst viele Adressatinnen und Adressaten zu erreichen, müssen sich Politikerinnen und Politiker, wie bereits in Kapitel 2 beschrieben, der Massenmedien bedienen und sich entsprechend inszenieren:

„Folglich muss zu den Aufgaben der politischen Sprache eine persuasive Funktion sowie kognitive, ästhetische, expressive, verschiedenartige, strategische Modifizierung der Kommunikationsstruktur wie Kommunikationsblockaden erfüllt werden“, die in der Massenkommunikation auftritt. In diesem Sinn gehören zu der Massenkommunikation verschiedene Gesellschaftsschichten, Alters-, Geschlechts-, Berufs-, Interessengruppen, nationale, politische, religiöse Gruppen u.a.“ (Owcarek 2010, S.17)

Der Frage, ob ein Politiker oder eine Politikerin durch politische Rhetorik Wahlerfolge und hohe Popularitätswerte erzielen kann, geht auch der deutsche Hochschulprofessor und Rhetorik-Experte Josef Kopperschmidt nach. Er definiert drei Kriterien, die einen erfolgreichen politischen Rhetoriker bzw. Rhetorikerin auszeichnen:

1. Der Sprecher bzw. die Sprecherin kann die Mehrheit oder zumindest große Teile der Bevölkerung von seinen Argumenten überzeugen.
2. Der Sprecher bzw. die Sprecherin behandelt die großen Themen, die „big issues“ der Gegenwart.
3. Der Diskurs des Politikers bzw. der Politikerin folgt den universal gültigen Normen und Standards rationeller Argumentation. (vgl. Kopperschmidt 1990)

Welche Mittel Barack Obama einsetzt, um eben diesen Ansprüchen genüge zu tragen wird nun in weiterer Folge erörtert.

4.2. Kommunikationsmethoden

In diesem Teil des Kapitels wird anhand der Schlussfolgerungen der ehemaligen Harvard-Lektorin Shel Leanne analysiert, auf welche inhaltliche Art und Weise Obama zu einem erfolgreichen Rhetoriker werden konnte.

Zentral für den rhetorischen Erfolg Obamas sind die von ihm eingesetzten Kommunikationsmethoden. Durch diese schafft er es, Menschen unterschiedlicher Herkunft und sozialer Stellung zu einen. Obama konzentriert sich in der Regel bei seinen Reden und Ansprachen nicht auf die Unterschiede, sondern setzt stets geschickt einen Fokus auf die Gemeinsamkeiten (vgl. Leanne 2009).

Die erste von Leanne untersuchte Kommunikationsmethode nennt diese *„Den Stier bei den Hörnern packen“*. (Leanne 2009, S.63) Anders als viele andere Politikerinnen und Politiker versucht Obama nicht, eventuelle Ursachen möglichen Unbehagens zu umgehen oder diesen auszuweichen, er spricht sie direkt an. Meist handelte es sich im Zuge des Wahlkampfes um seine eigene Hautfarbe, seinen Namen, die Herkunft seines Vaters und andere, für einen amerikanischen Senatoren unkonventionelle Dinge. Indem er aber diese „Unterschiede“ von vornherein abhakt, schafft er bei seinen Rezipienten ein Gefühl der Erleichterung und kann sich vollkommen auf die Gemeinsamkeiten konzentrieren, die er vermitteln will (vgl. Leanne 2009).

Diese Gemeinsamkeiten versteht Obama besonders gut durch das Miteinbeziehen von Träumen und Idealen, in denen sich die meisten Menschen selbst wiederfinden können, zu vermitteln. Dies gelingt Obama in den Vereinigten Staaten besonders gut, indem er wieder und wieder den „Amerikanischen Traum“ hervorhebt, den Grundgedanken, dass Menschen jedwelcher Herkunft oder persönlicher Voraussetzung in den USA die gleiche Chance eingeräumt wird. Genauso oft spricht Obama von der Einigkeit der Bevölkerung in ihrer herrlichen Vielfalt. Obama gelingt es aber auch außerhalb der USA mit Visionen von Einigkeit und harmonischem Miteinander, gepaart durch seine Ausstrahlung und Körpersprache die Menschen von seinen Ansichten zu überzeugen. (vgl. Waldenfels 2010)

Ein in dieser Form bei Obama sehr beliebtes Kommunikationsmittel ist der Bezug auf seine eigene Lebensgeschichte als Parabel für die Botschaften und Visionen, die er zu übermitteln gedenkt. Durch die Offenherzigkeit mit seinem eigenen Werdegang und der unverblühten Darstellung aller Höhen und Tiefen schafft es Obama, eine Beziehung zu seinen Zuhörerinnen und Zuhörern aufzubauen, die das Gefühl vermitteln, dass man hier einer Person zuhört, die man persönlich kennt, der man vertrauen kann (vgl. Marschall 2009).

In den Vereinigten Staaten nicht von geringer Bedeutung sind die Grundwerte und die Lehren aus der Geschichte. Auch auf diese bezieht sich Obama stets, um das

„Wir-Gefühl“ weiter zu stärken und um mit allen Mitteln ein Gefühl der Gemeinsamkeit hervorzurufen. (vgl. Leanne 2009)

Obama bedient sich bei seinen Reden jedoch auch altbewährter Kommunikationsmethoden. So versteht er es beispielsweise, auf geschickte Art und Weise sich eines bewährten historischen und politischen Wortschatzes zu bedienen. Hierbei zitiert Obama bekannte Größen der Geschichte, bedient sich des bei vielen Menschen unterbewusst stark eingepprägten Wortschatzes der amerikanischen Politik und verwendet teilweise sogar Bibel- (oder auch Koran-) zitate, um beliebte sozialpolitische Werte zum Ausdruck zu bringen. Ein gutes Beispiel dieser Vorgehensweise findet sich in der viel beachteten „A More Perfect Union“ Rede⁶, die er kurz nach Bekanntwerden der Entgleisungen seines ehemaligen Pastors Jeremiah Wright gehalten hatte. Wrights Äußerungen wurden von der amerikanischen Öffentlichkeit scharf kritisiert und brachten Obama im Höhepunkt des demokratischen Vorwahlkampfes in arge Bedrängnis. Vielen anderen Politikerinnen und Politikern haben solche Skandale karrieretechnisch „das Genick gebrochen“. Nicht so im Falle von Barack Obama. In seiner viel beachteten Rede bediente sich Obama des uramerikanischen politischen und patriotischen Vokabulars und verwies mehrere Male auf die Unabhängigkeitserklärung, um alle Vorwürfe, er würde genau wie auch Jeremiah Wright gegen ein geeintes Amerika auftreten, im Keim zu ersticken (vgl. Obama 2008b).

In den Vereinigten Staaten trifft die Verwendung von Bibelziten auch im politisch linken Spektrum vielerorts auf fruchtbaren Boden. So setzt Obama verhalten aber für bibelfeste Anhängerinnen und Anhänger eindeutig erkennbar eine ganze Reihe nennenswerter Bibelzitate ein, um seine Ausführungen zu untermauern. Eine weit größere Rolle jedoch spielt der Einbau von Zitaten historischer Größen, allen voran Martin Luther King, dem bei zahlreichen Auftritten Obamas die Ehre zuteil wurde, zitiert zu werden. Die oft klangvollen, teils poetisch anmutenden Zitate hinterlassen in Kombination mit dem Ikonenstatus der Zitierten einen bleibenden Eindruck bei der Zuhörerschaft (vgl. Leanne 2009).

⁶ siehe Kapitel 5.3.

Ein bei anderen Rednerinnen und Rednern durchaus häufig auftretendes Stilelement, jenes des Durchnummerierens einzelner Aspekte seiner Rede lässt Obama gänzlich weg. Werden zu vermittelnde Punkte mit den Fingern oder sprachlich nummeriert, dann geht der Eindruck der Spontaneität verloren und es entsteht der Eindruck von Emotionslosigkeit und Distanziertheit. Obamas Reden sind dennoch alles andere als unstrukturiert, er schafft es, seinen Reden eine logische Gliederung, ja sogar einen Spannungsaufbau zu verabreichen, ohne Verlust der persönlichen, emotionalen Note (vgl. Leanne 2009).

Die wohl wichtigste Kommunikationsmethode, die Obama bei seinen Reden einsetzt ist vermutlich der scheinbare Aufbau einer persönlichen Beziehung zu den Zuhörenden. Obama begegnet den Menschen, zu denen er spricht, auf Augenhöhe. Er erreicht dies durch den Einsatz der drei „E“s – erkennen, erinnern, eingehen. Mit dem „Erkennen“ begegnet Obama dem Wunsch seiner RezipientInnen, ihre individuelle Lebenssituation zu erkennen und sich in diese hineinversetzen zu können. Dadurch, dass er diese Umstände wieder und wieder aufzeigt und je nachdem, zu welchem Publikum er spricht, dessen individuelle Probleme aufzeigt, verdeutlicht er, dass er sich an die Belange jener, zu denen er momentan spricht „erinnert“. Mit dem „Eingehen“ auf diese Belange schließlich zeigt Obama, dass er die Anliegen seiner Zuhörerschaft nicht nur ernst nimmt, sondern sich auch selbst Gedanken darüber gemacht hat und zugleich Lösungsansätze bietet. Damit nimmt er vielen Anwesenden jene Fragen vorweg, die ihnen möglicherweise auf der Zunge brennen und die sie dem Vortragenden gerne stellen würden. Obama hebt sich dabei jedoch nicht von der Zuhörerschaft ab, auf geschickte Art und Weise verschafft er seinen Botschaften nicht nur eine persönliche Note, sondern vermittelt auch den Eindruck, dass er mit dem Publikum auf Augenhöhe steht (vgl. Leanne 2009).

Um bei seiner Zuhörerschaft emotionale Reaktionen hervorzurufen bedient sich Barack Obama häufig einer sehr bildhaften Symbolik. Obama hat in mehreren Reden die Beerdigung seines Großvaters zur Sprache gebracht und dabei bildhaft beschrieben, wie dieser aufgebahrt wurde und auf seinem Sarg die Stars and Stripes Flagge aufgebretet war, um seinen Großvater, der wie in der vorliegenden Arbeit bereits zu erfahren war, im amerikanischen Militär diente, zu ehren. Durch den Einsatz dieser sehr bildlichen Geschichte schafft Obama einen Bogen von sich selbst

zu allen anderen Amerikanerinnen und Amerikanern, die mit dieser Darstellung der Verehrung von Veteranen starke, patriotische Gefühle verbinden (vgl. Leanne 2009).

Neben des eher bildlichen Stilmittels der Symbolik bedient sich Obama bei seiner Wortwahl häufig dem Instrument der Konnotation. In der Semantik bezeichnet der Begriff Konnotation solche Wörter, die eine Reihe an Nebenbedeutungen haben (vgl. Löbner 2003). So sind im Gegensatz zur Symbolik derart zum Einsatz kommende Wörter nicht direkt mit patriotischen oder besonders emotionalen Assoziationen verbunden, durch ihre vielfältige Bedeutung jedoch können Sie bei geschickter Platzierung durchaus hohe Wirksamkeit erzielen. (vgl. Leanne 2009)

Noch weiter ausgebaut kann die Symbolik durch den Einsatz dynamischer Bilder werden. Indem bildlich dargestellten Äußerungen mit Phrasen wie „Stein um Stein“ oder „Schritt für Schritt“ eine gewisse Dynamik verliehen wird, beginnen sich diese Bilder anders als bei einer statischen Darstellung derselben, vor dem inneren Auge zu bewegen. Dadurch, dass dem Beschriebenen Beweglichkeit zugetragen wird, entsteht das Gefühl der Vorwärtsbewegung, des Fortschritts, das Vermittelte wird lebendig und prägt sich somit intensiver und langfristiger in den Köpfen der Zuhörerinnen und Zuhörer ein, als dies bei einer statischen Darstellung einer Versinnbildlichung der Fall sein würde. (vgl. Leanne 2009) Obama unterstützt diese Dynamik nicht nur mit gesprochenen Worten, sondern bedient sich auch einer ausgeprägten Körpersprache. So setzt er häufig seine Hände, nicht selten die gesamten Arme ein, um die von ihm sprachlich dargestellte Dynamik auch körpersprachlich zu unterstützen. (vgl. Waldenfels 2010)

Zusammenfassend sind die wichtigsten, von Obama eingesetzten Kommunikationsmethoden untenstehend noch einmal zusammengefasst aufgelistet:

- „Den Stier bei den Hörnern packen“ – Das direkte Ansprechen und aus der Welt Schaffen schwieriger Umstände
- Träume und Ideale aufzeigen und wecken
- Historische Bezüge herstellen
- Historisches und politisches Vokabular einsetzen
- Bibelzitate einfließen lassen

- Anerkannte Persönlichkeiten zitieren
- Auf konventionelle Nummerierungen und Strukturierungen verzichten
- Der Zuhörerschaft auf Augenhöhe gegenüberreten
- Symbolik, Konnotationen und der Einsatz dynamischer Bilder

Obama paart diese inhaltlichen Eigenheiten mit dem Einsatz altbewährter rhetorischer Stilmittel. Welche das sind und wie sie bei Obama zum Einsatz kommen, wird in weiterer Folge erläutert.

4.3. Rhetorische Stilmittel

Barack Obama bedient sich einer ganzen Reihe bewährter aber auch allgemein weniger häufig zur Anwendung kommender rhetorischer Stilmittel, die einen wichtigen Beitrag zur besonderen Wirkungskraft seiner Reden darstellen. In diesem Abschnitt werden einige ausgewählte, von Obama eingesetzte rhetorische Stilmittel näher betrachtet und analysiert.

Personifizierung

Durch das rhetorische Stilmittel der Personifizierung werden unbelebten Objekten menschliche Eigenschaften verliehen oder nicht materiellen Dingen wie Ideen und Gefühlen eine Körperlichkeit zugeschrieben. In Sätzen wie „Die ganze Stadt schlief“ oder „Die Waffen ruhten“ werden unbelebten Dingen menschliche Zustände angedacht. Besonders häufig jedoch verleiht Barack Obama in seinen Reden Gefühlszuständen und Ideen etwas Greifbares, Körperliches (vgl. Leanne 2009). Das beste Beispiel hierfür ist wohl der zum Sinnbild der Obama-Kampagne erwachsene Begriff der Hoffnung, „hope“. Am Beispiel der nach den am 3. Jänner 2008 überraschend gewonnenen Caucuses in Iowa gehaltenen Rede soll aufgezeigt werden, auf welche Art und Weise Obama es versteht, nicht körperlichen Begriffen, in diesem Fall „hope“, eine sehr greifbare Körperlichkeit zu verleihen:

„Years from now, you'll look back and you'll say that this was the moment - this was the place - where America remembered what it means to hope.

For many months, we've been teased, even derided for talking about hope.

But we always knew that hope is not blind optimism. It's not ignoring the enormity of the task ahead or the roadblocks that stand in our path. It's not sitting on the sidelines or shirking from a fight. Hope is that thing inside us that insists, despite all evidence to the contrary, that something better awaits us if we have the courage to reach for it, and to work for it, and to fight for it.

Hope is what I saw in the eyes of the young woman in Cedar Rapids who works the night shift after a full day of college and still can't afford health care for a sister who's ill; a young woman who still believes that this country will give her the chance to live out her dreams.

Hope is what I heard in the voice of the New Hampshire woman who told me that she hasn't been able to breathe since her nephew left for Iraq; who still goes to bed each night praying for his safe return.

Hope is what led a band of colonists to rise up against an empire; what led the greatest of generations to free a continent and heal a nation; what led young women and young men to sit at lunch counters and brave fire hoses and march through Selma and Montgomery for freedom's cause.

Hope-hope-is what led me here today - with a father from Kenya; a mother from Kansas; and a story that could only happen in the United States of America. Hope is the bedrock of this nation; the belief that our destiny will not be written for us, but by us; by all those men and women who are not content to settle for the world as it is; who have the courage to remake the world as it should be.“ (Obama 2008a)

Durch diese sehr bildlichen, emotionalen Ausführungen schafft es Obama, den Zuhörenden seine Idee von Hoffnung bildlich näher zu bringen, so zum Beispiel die Erwähnung der jungen Frau, in deren Augen er die Hoffnung *sieht* oder die Mutter des jungen Soldaten im Irak, in deren Stimme er die Hoffnung *hört*. Wie so oft in Obamas Reden kommt auch in obigem Auszug seine persönliche

Familiengeschichte als Parabel vor, um das Gesprochene zu unterstreichen und sich selbst auf eine Ebene mit der Zuhörerschaft zu stellen.

Um auf ungeliebte Elemente, wie z.B. seine politischen Gegnerinnen und Gegner, die Mitglieder Regierung Bush usw. zu verweisen, bedient sich Obama jedoch auch häufig der umgekehrten Form der Personifizierung, indem er Menschen entpersonifiziert und sie so zu abstrakten Gebilden macht, mit denen sich die Zuhörerschaft nicht identifizieren kann. (vgl. Rössler 2009)

Einsatz rhetorischer Fragen

Rhetorische Fragen sind solche Fragen, die bereits im Vorfeld eine bestimmte Antwort suggerieren. Untenstehend findet sich ein Beispiel für eine solche Frage, wie sie Obama während der in Kapitel 5.1. untersuchten *Keynote Address* aus dem Jahre 2004 gestellt hat:

„Do we participate in a politics of cynicism or do we participate in a politics of hope?“ (Obama 2004b)

Die von Barack Obama sehr häufig gestellten rhetorischen Fragen sind ein praktisches Stilmittel, um die Aufmerksamkeit der Zuhörerschaft auf ein neues Thema zu lenken, das anschließend eingehend erläutert werden kann. Zugleich wird durch das Einleiten eines neuen Themenkomplexes mittels einer rhetorischen Frage ein gewisser Spannungsbogen aufgebaut und dem Zuhörer oder der ZuhörerIn durch eine entsprechende Beantwortung der vorher gestellten rhetorischen Frage bereits eine Denkrichtung vorgegeben, die durch die anschließenden Ausführungen untermauert werden kann (vgl. Leanne 2009).

Alliterationen

Um seinen Worten ein besonderes Maß an Eloquenz zu verleihen oder um bestimmte Ausdrücke sprachlich besonders hervorzuheben, bedient sich Obama häufig sogenannter Alliterationen.

Als Alliteration bezeichnet man solche Satzgebilde, bei welchen zwei oder mehrere aufeinander folgende Wörter mit dem gleichen Anlaut beginnen (vgl. Lömer 2003). Auf subtile Art und Weise kann durch den Einsatz von Alliterationen die Aufmerksamkeit auf jene anlautgleichen Worte gelenkt werden. Wird die Alliteration in der Versform verwendet, so spricht man auch von Stabreimen (vgl. Leanne 2009). Obama verwendet Alliterationen und Stabreime häufig, um dem Klang seiner Worte mehr Eleganz zu verleihen, häufig am Anfang seiner Reden, um „in den richtigen Rhythmus“ zu kommen.

Der Leserin und dem Leser häufig gar nicht bewusst, kommen Alliterationen sehr häufig in der Populärliteratur oder in der Werbebranche vor. Die Namen zahlreicher Disney-Figuren beispielsweise (Donald Duck, Mickey Mouse, Tick, Trick & Track) sind genauso Alliterationen wie bekannte Werbesprüche („geiz ist geil“ oder „bigger, better, Burger King“).

Asyndeton

Das Asyndeton ist ein rhetorisches Stilmittel zur Beschleunigung der vermittelten Inhalte. Durch das bewusste Weglassen grammatikalischer Bindewörter wie „und“, „oder“, „noch“, „aber“ oder „für“ wirkt die Aufzählung energisch, beschleunigt, aber auch unabgeschlossen. So kann durch dieses Stilmittel dem Zuhörer oder der ZuhörerIn der Eindruck vermittelt werden, dass eine begonnene Aufzählung von Fakten oder Beispielen unabgeschlossen sei und/oder noch lange so fortgeführt werden könnte. Allen voran durch das Weglassen des Bindewortes „und“ entsteht dieser Eindruck einer unvollständigen Liste, der dem Gesagten besonderen Nachdruck verleiht (vgl. Leanne 2009).

Polysyndeton

Konträr zum Asyndeton steht das rhetorische Stilmittel Polysyndeton. Hier werden grammatikalische Bindewörter an solchen Stellen eingefügt, wo diese sprachlich gesehen nicht notwendig wären (vgl. Leanne 2009).

Durch den Einsatz des Polysyndetons kann der gesprochene Text in die Länge gezogen, aufgebläht werden. Dieses Stilmittel ist nicht nur bei Verneinungen,

sondern auch beim Aufbau einer Pointe besonders zweckdienlich. Obama verwendet in seinen Reden Polysyndeta auch dazu, um positive oder negative Elemente besonders herauszustreichen, wie an folgendem Auszug aus seiner in dieser Arbeit bereits zitierten Ansprache am Abend der Caucuses in Iowa im Jänner 2008 zu sehen ist:

*„I know this-I know this because while I may be standing here tonight, I'll never forget that my journey began on the streets of Chicago doing what so many of you have done for this campaign and all the campaigns here in Iowa - **organizing, and working, and fighting** to make people's lives just a little bit better....*

*...**This was the moment** when the improbable beat what Washington always said was inevitable.*

***This was the moment** when we tore down barriers that have divided us for too long - when we rallied people of all parties and ages to a common cause; when we finally gave Americans who'd never participated in politics a reason to stand up and to do so.*

***This was the moment when we finally beat back the politics of fear, and doubt, and cynicism;** the politics where we tear each other down instead of lifting this country up. **This was the moment.**“ (Obama 2008a)*

Bei den fett gedruckten Phrasen handelt es sich um Beispiele für Polysyndeta, wie sie bei den Reden Barack Obamas zum Einsatz kommen. Weiters wird in diesem Zitat die wiederholte Erwähnung der Phrase „this was the moment“ herausgestrichen. Hierbei handelt es sich um die Stilfigur der „Anapher“, welche untenstehend näher erläutert wird.

Anapher

Als „Anapher“ wird im Jargon der Rhetorik das Einleiten mehrerer Sätze in Folge mit dem selben Wort oder der gleichen Wortfolge bezeichnet (vgl. Frédéric 1985). Wie dem obigen Zitat zu entnehmen ist, benutzt auch Barack Obama dieses Stilmittel in

seinen Reden. Die Anapher, die zur Stilmittelgruppe der „Repetitia“, also der (Wort-)wiederholungen zählt, eignet sich besonders gut, um die Aufmerksamkeit des Publikums auf zentrale Begriffe und Ideen zu lenken.

Dieses von Obama häufig verwendete Stilmittel findet vor allem auch deshalb in dieser Arbeit seine Erwähnung, da ein bedeutendes Vorbild Obamas, der Bürgerrechtler Martin Luther King am 28. August 1963 mit seiner weltberühmten „I have a dream“ Rede unter Anwendung der Anapher (King hat seine Sätze wieder und wieder mit „I have a dream“ eingeleitet) in die Geschichte einging (vgl. Zitelmann 2009). Am Beispiel Martin Luther Kings ist auch eindrucksvoll ersichtlich, auf welcher intensive Art und Weise sich eine Phrase durch die Anwendung der Anapher in den Köpfen der Zuhörerschaft einprägen kann.

Epipher

Bei der Epipher handelt es sich um eine rhetorische Stilfigur, die sich durch Wortwiederholungen am Satzende auszeichnet. Anders als die Anapher, die durch Wortwiederholungen am Satzanfang strukturierend wirkt und dem Gesprochenen Rhythmus verleiht, hat die Epipher transportierenden Charakter. (vgl. Rössler 2009) Anhand des folgenden Beispiels wird aufgezeigt, wie Barack Obama die Epipher einsetzt, um seinen Argumenten Nachdruck zu verleihen und um sie gleichzeitig zu vereinfachen:

*„Because I think we’d all agree that the goals of this law were the right ones. Making a promise to educate every child with an excellent teacher **is right**. Closing the achievement gap that exists in too many cities and rural areas **is right**. Making sure that necessary resources and qualified teachers are distributed equitably among every city and small town **is right**. More accountability **is right**. Higher standards **are right**.*

*But I’ll tell you what’s wrong with No Child Left Behind. Forcing our teachers, our principals, and our schools to accomplish all of this without the resources they need **is wrong**. Promising high-quality teachers in every classroom and then leaving the support and the pay for those teachers behind **is wrong**. Labeling a school and its students as failures one day and then throwing your hands up and walking away from them the next **is wrong**.“ (Obama 2007)*

Durch den Einsatz der Epipher hat es Obama zudem geschafft, in seiner „Yes We Can“-Rede⁷ den gleichnamigen Slogan erfolgreich zu etablieren.

Anadiplose

Eine dritte, häufig von Obama eingesetzte rhetorische Form von Wortwiederholungen ist die Anadiplose. Bei der Anadiplose handelt es sich um eine Verkettung kurzer Sätze, um umfangreiche, komplizierte Argumente leicht verständlich zu vermitteln. Kurze, klar verständliche Sätze sind ein wichtiger Bestandteil erfolgreicher Rhetorik. Kernelemente eines Arguments werden durch Wiederholungen von einem kurzen Satz oder Satzglied an den nächsten Satz, beziehungsweise das nächste Satzglied übergeben und somit zu einem zusammenhängenden Ganzen verbunden. (vgl. Rössler 2009)

Trikolon

Als Trikolon wird ein rhetorisches Stilmittel bezeichnet, durch welches unter Zuhilfenahme eines dreigliedrigen Satzes oder Satzteils besondere Spannung und auch ein gewisser Pathos aufgebaut werden soll. Der Trikolon gilt als besonders effektiv, wenn man bestimmte Informationen ergänzen will oder eine bildliche Darstellung besonders auszumalen gedenkt (vgl. Baumgarten 1998).

Barack Obama bedient sich beim Vortragen seiner Reden häufig dieses Stilmittels, wie am folgenden Beispiel, während seiner am 24. Juli 2008 vor der Berliner Siegestsäule vorgetragenen Rede zu entnehmen ist:

„As we speak, cars in Boston and factories in Beijing are melting the ice caps in the Arctic, shrinking coastlines in the Atlantic, and bringing drought to farms from Kansas to Kenya.“ (Obama 2008c)

Diese Passage von Obamas Rede wird von Rudolf von Waldenfels, der sich intensiv mit rhetorischen Stilmitteln auseinandersetzt wie folgt analysiert:

„Eine Doppelreihung ... (Autos und Fabriken), führt hier hin zu einem Trikolon (Pole, Küste und Dürre); dazu ist die ganze Sentenz reichlich mit Alliterationen gewürzt, also identischen Anlauten (Boston und Beijing sowie Kansas und

⁷ siehe Kapitel 5.2.

Kenia). Auf diese Weise wird ein schlichter Aussagesatz, der sich mit dem Klimawandel befasst, in die Höhen biblischen Pathos' und biblischer Gewissheit gehoben. ... Ähnliche Beispiele, also für Obamas Kenntnis der klassischen Rhetorik, lassen sich in seinen Reden zuhauf finden.“ (Waldenfels 2010, S. 64)

Juxtaposition

Bei der Juxtaposition handelt es sich um den rhetorischen Einsatz von Nebeneinanderstellungen. Durch diese Nebeneinanderstellungen schafft es Obama, solche Vorstellungen des Publikums zusammen zu bringen, die eigentlich für dieses als unvereinbar gelten. Durch die Anwendung der Juxtaposition können diese Unvereinbarkeiten auch verglichen oder kontrastiert werden, um neue Ideen und Konzepte zu argumentieren (vgl. Leanne 2009).

Untenstehend findet sich ein Beispiel, wie Obama mit der Kontrastierung arbeitet. In solchen Fällen bedient er sich häufig der Antithese, um zwei (gegensätzliche) Ideen oder Situationen in einem Satz nebeneinander zu stellen.

„Four years ago, I stood before you and told you my story - of the brief union between a young man from Kenya and a young woman from Kansas who weren't well-off or well-known, but shared a belief that in America, their son could achieve whatever he put his mind to.“ (Obama 2008d)

Anhand dieses Auszuges aus der Acceptance Speech Obamas anlässlich des Nominierungsparteitages der Demokratischen Partei im August 2008 ist eindrucksvoll zu erkennen, wie Obama zwei gegensätzliche Ideen vergleicht und mittels Antithese das Publikum eines besseren belehrt. Er zeigt auf, dass er nicht gerade die idealen Voraussetzungen hatte, um eine Karriere als Politiker, geschweige denn als Präsident der Vereinigten Staaten starten zu können. Doch trotz aller widriger Umstände stand er nun hier vor 80.000 Menschen und bewies eindrucksvoll, dass es doch möglich war. Zugleich konnte er mit diesem einfachen Satz Assoziationen mit dem „American Dream“ hervorrufen und dem von ihm Gesagten dadurch zusätzlichen Pathos verleihen.

Concessio

Um seine politischen Gegnerinnen und Gegner auf sanfte Art und Weise zu kritisieren bedient sich Obama häufig des Stilmittels „Concessio“. Hierbei wird einem gegnerischen Argument oder einer Person zuerst ein gewisses, verdientes Maß an Zustimmung zuteil. Diese Zustimmung wird dann jedoch möglichst schnell unter Anwendung eines Gegenarguments wieder zurückgezogen. (vgl. Rössler 2009) Untenstehendes Zitat aus der Acceptance Speech Obamas zeigt ein solches Muster gut erkennbar auf:

„The Republican nominee, John McCain, has worn the uniform of our country with bravery and distinction, and for that we owe him our gratitude and our respect!

...

But the record's clear: John McCain has voted with George Bush 90 percent of the time.“ (Obama 2008d)

4.4. Vergleich der politischen Rhetorik von Barack Obama und John McCain

Der vorliegende Abschnitt befasst sich mit jenen Aspekten von Obamas Rhetorik, welche diesen von anderen Politikerinnen und Politikern unterscheiden. Der Klagenfurter Rhetorikprofessor Manfred Kienpointner, welcher sich intensiv mit der Rhetorik Barack Obamas auseinandergesetzt hat, suchte nach wesentlichen Merkmalen, die Barack Obamas Rhetorik von jener anderer großartiger Rednerinnen und Redner unterscheidet. Diese Faktoren werden untenstehend aufgelistet, um anschließend anhand eines praktischen Beispiels, nämlich Obamas Konkurrent im Präsidentschaftswahlkampf, John McCain, die Unterschiede in der Rhetorik zwischen den beiden Kontrahenten aufzuzeigen.

Kienpointner stieß im Zuge seiner Recherchen auf drei wesentliche Punkte, die Obama von anderen Rhetorikerinnen und Rhetorikern unterscheiden.

Der erste, von Kienpointner erörterte Unterscheidungsfaktor ist die Bereitschaft Barack Obamas Fehler auf persönlicher, auf Regierungs- und auf nationaler Ebene zuzugeben und diese offen anzusprechen. (vgl. Kienpointner 2010) Ein Beispiel für das Eingestehen persönlicher Fehler liefert Barack Obama 2008 anlässlich einer

Rede zum Vatertag:

„I say this knowing that I have been an imperfect father – knowing that I have made mistakes and will continue to make more; wishing that I could be home for my girls and my wife more than I am right now.“ (Obama 2008e)

Dadurch, dass Obama sich selbst aber auch den Zustand seines Landes als nicht perfekt darstellt, gelingt es ihm, sein Publikum dahingehend zu überzeugen, dass für den von Obama propagierten „Change“ alle gemeinsam arbeiten müssen und jeder seinen Beitrag leisten kann.

Der zweite, von Kienpointner ausgearbeitete Punkt, ist die universalistische, konsensorientierte Perspektive, die Obama in seinen Reden zum Ausdruck bringt:

„At the interpersonal level, Obama's universalist and consensus-orientated perspective manifests itself in his attempt to show empathy, even for the political opponent“ (Kienpointner 2010)

Anhand der im weiteren Verlauf dieser Arbeit analysierten Reden Obamas lässt sich häufig feststellen, dass Obama stets seinen Anspruch, mit allen Bevölkerungsgruppen, politischen Parteien und mit anderen Staaten eng zusammenarbeiten zu wollen betont.

Der dritte und letzte aufgezeichnete Unterscheidungsfaktor ist Barack Obamas Bestehen auf Hoffnung, „hope“, als fundamentales, politisches Prinzip. (vgl. Kienpointner 2010) Der Begriff „hope“ wurde von Obama bereits vor seiner Präsidentschaftskandidatur im Rahmen seines zweiten Buches „The Audacity of Hope“ geprägt. Der Begriff wurde zu einem Sinnbild für die Politik, die Barack Obama zu vertreten versucht und auch häufig in dessen Reden eingebaut, so beispielsweise in Obamas Siegesrede vom 3. Jänner 2008, als dieser überraschend die Caucuses in Iowa für sich entscheiden konnte:

„Years from now, you'll look back and you'll say that this was the moment, this was the place where America remembered what it means to hope. For many months, we've been teased, even derided for talking about hope. But we always knew that hope is not blind optimism. It's not ignoring the enormity of the tasks ahead or the roadblocks that stand in our path.“

It's not sitting on the sidelines or shirking from a fight. Hope is that thing inside us that insists, despite all the evidence to the contrary, that something better awaits us if we have the courage to reach for it and to work for it and to fight for it.“ (Obama 2008a)

Für den Wahlerfolg Obamas ausschlaggebend war dessen Abgrenzung und Unterscheidung von John McCain, dem Kandidaten der Republikanischen Partei. Anhand eines Forschungsprojekts (Semtracks-Projekt) des Heidelberg Center for American Studies auf der Ruprecht-Karls-Universität Heidelberg, in welchem mehr als 500 Reden, Debattenbeiträge und Interviews von John McCain und Barack Obama mittels semantischer Analysen auf charakteristische Merkmale politischer Rhetorik untersucht wurden, wird nun der direkte Vergleich zwischen Barack Obama und John McCain aufgezeigt.

John McCains Sprache, so das Ergebnis der Untersuchung, zeichnet sich durch Kürze und Prägnanz aus. McCains Sätze sind im Schnitt um fünf Wörter kürzer als jene Obamas und enthalten deutlich weniger Adjektive und Adverbien. Weiters konstatiert Scharloth:

„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, seinepolitische Erfahrung, Urteilskraft und Führungsqualitäten hervorzuheben.“ (Scharloth 2008, S.1)

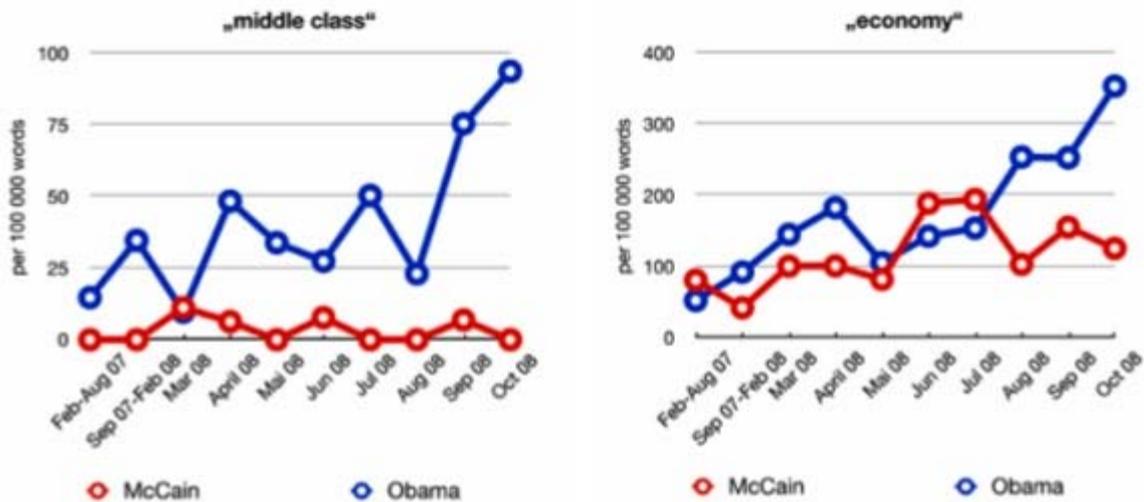
Der bereits in einer frühen Wahlkampfphase von Obama besetzte Begriff „change“⁸ kommt bei McCain gegen Ende des Wahlkampfes deutlich häufiger vor, jedoch mit

⁸ In der Anfangsphase des Präsidentschaftsvorwahlkampfes benutzte Barack Obama den Begriff „change“ noch acht mal häufiger als sein späterer direkter Kontrahent, John McCain. (vgl. Buchmann 2008)

einer anderen Konnektivität als bei Obama. McCain bezieht sich bei der Nennung des Begriffs „change“ vornehmlich auf von ihm angedachte wirtschaftliche und politische Reformen sowie auf traditionelle Werte, Ehrlichkeit und Verantwortlichkeit in der Politik. Ein signifikanter Unterschied zu Barack Obama liegt in der Häufigkeit der Benutzung der Wörter „ich“, „mein“ und „er“, dieses benutzt McCain weit häufiger als Obama. Zudem fiel während der drei Fernsehdebatten in der Endphase des Präsidentschaftswahlkampfes, welche anschließend eingehender analysiert werden, der Begriff „Obama“ mit insgesamt 112 Nennungen besonders häufig. (vgl. Scharloth 2008) Obamas Rhetorik zeichnet sich laut Joachim Scharloth durch andere Faktoren aus:

„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.“ (Scharloth 2008, S.2)

Obamas Rhetorik zeichnet sich darüber hinaus durch eine höhere grammatikalische Komplexität und die Bildung längerer Sätze aus. Spricht Obama emotional besetzte Themen wie den Irak-Krieg, versucht er stets, eine differenzierte Betrachtung als McCain an den Tag zu legen. Diese Strategie unterstreicht nicht nur rhetorisch seine Entschlusskraft und seine sichere Vorgehensweise bei schwierigen politischen Themen, sondern, so Scharloth, verfolgt auch das Ziel, die Obama häufig vorgeworfene politische Unerfahrenheit und sein niedriges Alter durch eine bessere Urteilskraft als jene McCains zu kompensieren. (vgl. Scharloth 2008)



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

Abbildung 3 – Erwähnung der Worte „Middle Class“ und „Economy“ seit Beginn des Wahlkampfes

Trotz der Komplexität und der Länge seiner Sätze schafft es Obama, seine Zuhörerinnen und Zuhörer zu überzeugen. Dies liegt daran, so das Ergebnis der Semtracks-Studie,

„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.“ (Scharloth 2008, S.3, siehe dazu auch Abbildung 3)

Laut Scharloth erschöpft sich Obamas Programm der Veränderung nicht in wirtschaftlichen und politischen Reformen, so wie bei McCain. Obama propagiert einen umfassenden, generellen Mentalitätswechsel durch allumfassende sozio-kulturelle Erneuerungen in den USA. (vgl. Scharloth 2008) Inhaltlich zeigt sich dieser Unterschied besonders gut bei dem in der Wahlkampfendphase dominantesten Thema, der Finanz- und Wirtschaftskrise und der dadurch den USA 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.“
(Scharloth 2008, S.3)

Im Rahmen des Semtracks-Projekts haben die beteiligten Forscher eine breite Palette an Analysen zu einzelnen Wahlkampfreden, Fernsehinterviews und TV-Debatten erstellt. Um vorliegendes Kapitel abzuschließen, sollen wesentliche Schlussfolgerungen aus der Analyse der ersten von drei Fernsehdebatten zwischen John McCain und Barack Obama, den wohl meistbeachteten Medienereignissen während des Wahlkampfes, (vgl. <http://www.lpb-bw.de/uswahl/fernsehdebatten.php>) aufgeführt werden.

Semantische Analyse der ersten Fernsehdebatte zwischen Barack Obama und John McCain

Da die beiden Präsidentschaftskandidaten während der insgesamt drei abgehaltenen TV-Konfrontationen direkt aufeinandertrafen, eignen sich diese besonders gut, um die politische Rhetorik John McCains und Obamas miteinander zu vergleichen. Die erste von drei Fernsehdebatten fand am Abend des 26. September in der University of Mississippi statt. Die Debatte, deren thematische Schwerpunkte die Außenpolitik sowie die nationale Sicherheitspolitik waren, wurde nach strengen Regeln abgehalten. In insgesamt neun 9-minütigen Segmenten gab der Moderator jeweils eine Frage vor, die beiden Kandidaten hatten jeweils zwei Minuten Zeit, um auf die Frage zu antworten, um anschließend in einer 5-minütigen Sequenz über die gegebenen Antworten zu diskutieren. (vgl. Newport 2009)

Hinsichtlich der Häufigkeit der genutzten Substantive und Pronomen kamen Scharloth und seine Kollegen zu folgenden Schlüssen:

„John McCain, significantly more than Barack Obama, used concrete terms to underline his political message, e.g. spending, control, or government. Referring to his own foreign policy and military credentials (strategy, record), McCain also emphasized the drastic, negative consequences of Obama views with regard to foreign policy (defeat, failure).

Obama, by contrast, remained surprisingly vague in the usage of nouns that differed from his opponent (policy, question, term, problem, notion). At the same time, however, he frequently used the opportunity to connect foreign policy issues to the economic situation (economy, market, regulation, tax).

In line with previous analyses, both candidates display a very characteristic usage of personal pronouns.

John McCain has a significantly greater usage of I and he, which focuses the attention on himself and his record while drawing a sharp contrast to his opponent.

Obama, on the other hand, made a far greater appeal to the collective effort with which future challenges need to be mastered through his significantly higher usage of the personal pronouns we and our.“ (Scharloth 2008a)

Die Analyse der von den Kandidaten verwendeten Phrasen ergab zudem, dass John McCain weit häufiger direkt seinen Kontrahenten ansprach, während Obama mit seiner Kritik in den meisten Fällen das Establishment bzw. die Bush-Regierung ansprach. (vgl. Scharloth 2008a) Die deutlich größere Komplexität von Obamas Aussagen zeigt sich gut anhand einer grafischen Darstellung der rhetorischen Zusammenhänge, die Obama und McCain zum Thema Irak gezogen haben.

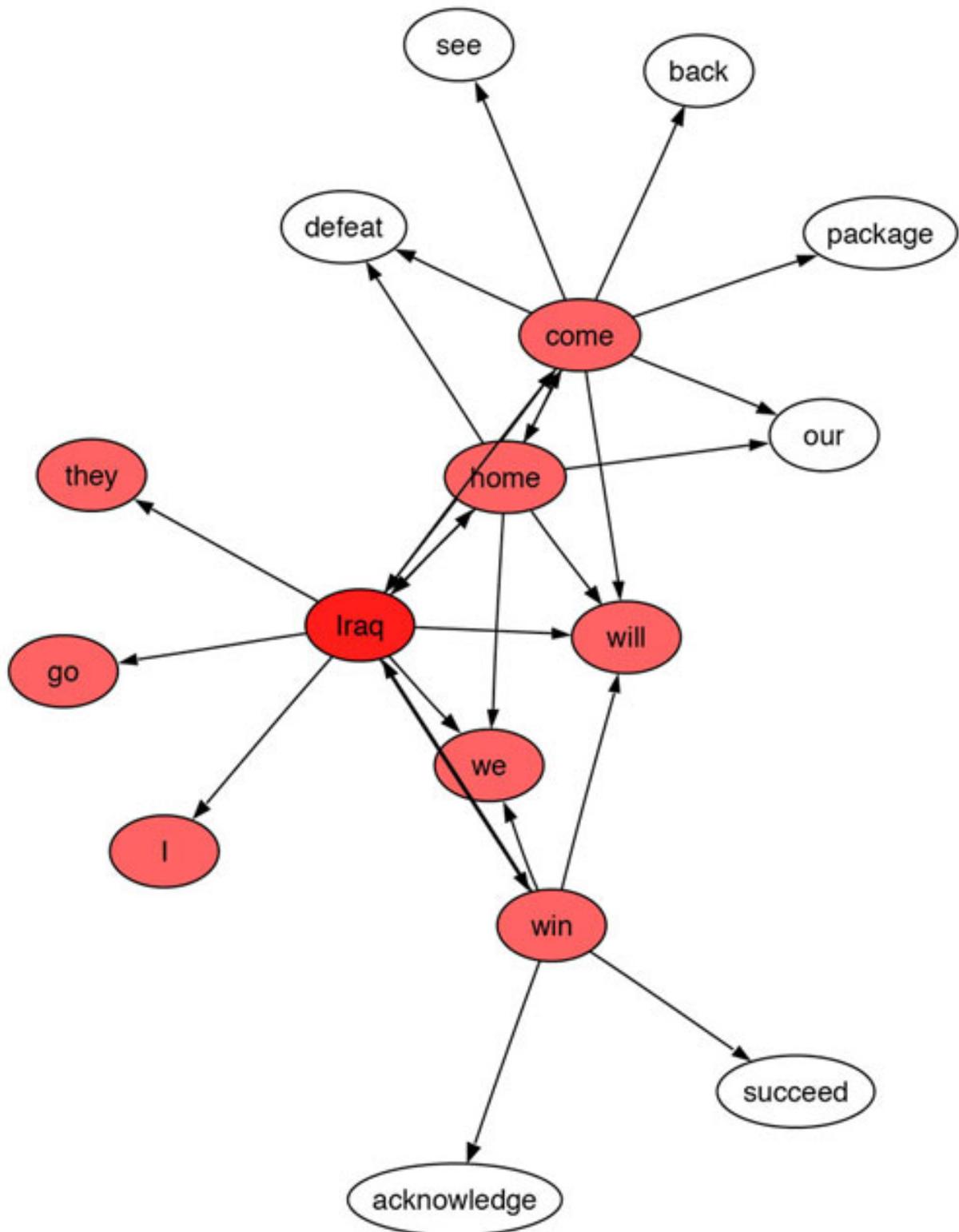


Abbildung 4 - Rhetorische Bezüge zum Thema "Irak" von John McCain

Wie an obenstehender Grafik zu erkennen ist, vertritt McCain rhetorisch eine recht simple, einfache Linie mit dem Thema Irak.

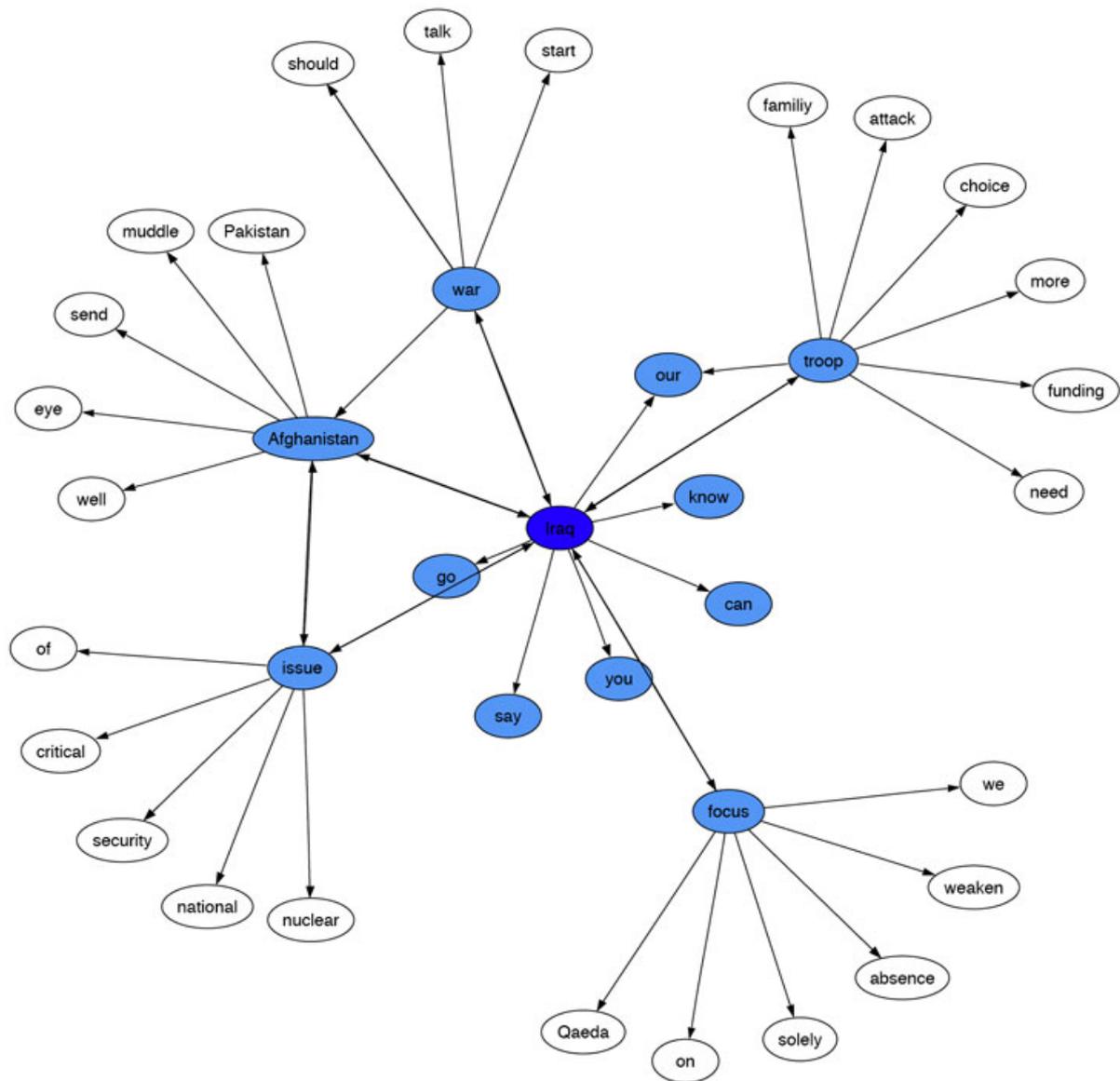


Abbildung 5 - Rhetorische Bezüge zum Thema "Irak" von Barack Obama

Die grafische Ausarbeitung von Obamas rhetorischen Bezügen zum Irakkonflikt lässt sofort erkennen, dass dieser in seinen Ausführungen weit komplexer und umfassender argumentiert, als John McCain. Zudem nutzt Obama das Thema Irak, um auf Verbindungen mit Afghanistan und Pakistan genauso hinzuweisen wie auf andere verwandte Themengebiete wie Energie, die Situation der amerikanischen Streitkräfte und die nationale Sicherheit. (vgl. Scharloth 2008a)

Anhand der gesammelten Daten kamen die Autoren der Studie zu dem Schluss, dass sowohl McCain als auch Obama, die für Sie typischen rhetorischen Muster, die sie im Zuge der bisherigen Wahlkampagne etabliert haben, auch in der direkten Konfrontation einsetzten. Während McCain seine eigene Erfahrung in den Vordergrund stellte, alteingesessene traditionelle Werte vertrat und seinen

Kontrahenten vor allem für dessen ablehnende Haltung dem Irakkrieg gegenüber kritisierte, zeichnete sich Obama durch die Zurschaustellung seiner differenzierten Sichtweise und seiner Expertise in außenpolitischen Themen aus. Zudem konnte sich Obama durch die rhetorische Verknüpfung von außenpolitischen Themen mit der aktuellen Wirtschaftslage und dem Themenbereich Umweltpolitik glaubwürdig von der, seiner Meinung nach fehlgeschlagenen, Politik der Bush-Regierung abgrenzen und gleichzeitig McCain häufig mit George W. Bush in Verbindung bringen. (vgl. Scharloth 2008a)

Trotz der augenscheinlich größeren Komplexität von Obamas Ausführungen beschienen ihm im Anschluss an die Debatte durchgeführte Umfragen ausgezeichnete Werte, wie folgende Analyse einer Gallup-Umfrage belegt:

„Americans who watched the first presidential debate on September 26 gave Barack Obama the edge over John McCain as having done the better job in the debate, by a 46% to 34% margin. These results are based on a special USA Today/Gallup Poll conducted on Saturday, September 27, the first day after the debate. Questions of the debate were asked of a random sample of 1,005 national adults as part of the Gallup Poll daily tracking program on September 27.“ (Newport 2009, S.520)

5. Analysen ausgewählter Reden Obamas

Nach der Analyse der ersten Fernsehdebatte zwischen Barack Obama und John McCain sollen nun im Rahmen des vorliegenden Kapitels drei bedeutsame Reden Obamas analysiert werden.

Wie setzt Barack Obama die rhetorischen Stilmittel in der Praxis um? Welche wiederkehrenden Muster lassen sich erkennen? Wie baut Obama Spannung auf? Wodurch untermauert er seine Argumente? Welche Elemente von Obamas Reden machen diese so bedeutsam? Welche Reaktionen gab es im Anschluss an als bedeutsam bezeichnete Reden? Können bei Obamas Reden Parallelen zu anderen politischen Rhetorikerinnen und Rhetorikern gezogen werden?

5.1. Keynote Address 2004 vom 27. Juli 2004

Eingangs soll die von Barack Obama am Abend des 27. Juli 2004 auf der Democratic National Convention gehaltene *Keynote Address* analysiert werden, die als Grundstein für Obamas bundesweite politische Karriere gilt. (vgl. Marschall 2009) Alle vier Jahre treffen Mitglieder der demokratischen Partei auf einem gigantischen Parteitag zusammen, um Netzwerke zu knüpfen, das Parteiprogramm für die kommenden Jahre zu verabschieden und um den Präsidentschaftskandidaten bzw. die Präsidentschaftskandidatin für ihre Partei zu nominieren (vgl. Ginsberg 2009). Im Zuge dieser mehrtägigen Zusammenkunft werden von einer Reihe angesehener Größen der Partei schicksalsschwangere Reden gehalten, um die Parteimitglieder auf den Wahlkampf und die Herausforderungen der kommenden Jahre einzuschwören. Ein Höhepunkt neben der „Acceptance Speech“ des Präsidentschaftskandidaten ist die „*Keynote Address*“ – eine Grundsatzrede, welche in der Regel von einem besonders hoch angesehenen Parteimitglied gehalten wird. Dass die Wahl auf den außerhalb des Bundesstaates Illinois weitgehend unbekanntem, damals 43-jährigen State Senator gefallen ist, war für viele eine große Überraschung (vgl. Roberts 2004). Der auf Rhetorik spezialisierte Obama-Autor Rudolf von Waldenfels beschrieb Obamas Rede mit folgenden Worten:

„Wenn man die Rede nicht hört oder sieht, sondern nur ihren bloßen Wortlaut liest, dann ist das Bemerkenswerte an ihr – dass sie so wenig bemerkenswert ist.“ (Waldenfels 2010, S.58)

Auf den folgenden Seiten wird nun mit Anmerkungen, welche einen Schwerpunkt auf Gestik und Körpersprache Obamas legen, die *Keynote Address* wiedergegeben.

„Thank you so much. Thank you. Thank you. Thank you so much. Thank you so much. Thank you. Thank you. Thank you, Dick Durbin. You make us all proud.

(Obama bedankt sich beinahe gönnerhaft bei seinem Vorredner. Dick Durbin ist ein angesehener Senator und kann auf langjährige Erfahrung zurückblicken. So selbstbewusst, wie Obama auf die Bühne schreitet und sich bei Durbin bedankt, wirkt es beinahe so, als sei Obama selbst der erfahrene Politiker und Durbin der Neuling, der gerade artig seiner Aufgabe nachgegangen ist)

On behalf of the great state of Illinois, crossroads of a nation, (hier pausiert Obama, um einen Pathos zu schaffen) *Land of Lincoln, let me express my deepest gratitude for the privilege of addressing this convention.* (Durch die kurze Pause, bevor er die Worte „Land of Lincoln“ ausspricht, verleiht Obama dieser Alliteration eine besondere Eloquenz)

Tonight is a particular honor for me because, let's face it, my presence on this stage is pretty unlikely. (hier bringt Obama ein humoristisches Element ein, indem er, während er diesen Satz in ironischem Tonfall spricht, seine Hand aufs Herz legt) *My father was a foreign student, born and raised in a small village in Kenya. He grew up herding goats, went to school in a tin-roof shack. His father -- my grandfather -- was a cook, a domestic servant to the British.* (Hier verwendet Obama das erste Mal seine eigene Lebensgeschichte und Herkunft als Parabel, um in weiterer Folge patriotische Gefühle bei der Zuhörerschaft hervorzurufen)

But my grandfather had larger dreams for his son. (Beim Aussprechen des Wortes „dreams“ breitet Obama weit die Arme aus, um die Reichweite dieser Träume zu symbolisieren) *Through hard work and perseverance my father got a scholarship to study in a magical place, America, that shone as a beacon of freedom and opportunity to so many who had come before.* (Hier erntet Obama großen Applaus, da er die patriotischen Phrasen mit vollem Stolz wiedergegeben hat)

While studying here, my father met my mother. She was born in a town on the other side of the world, in Kansas. Her father worked on oil rigs and farms through most of the Depression. The day after Pearl Harbor my grandfather signed up for duty; joined Patton's army, marched across Europe. Back home, my grandmother raised a baby and went to work on a bomber assembly line. After the war, they studied on the G.I.

Bill, bought a house through F.H.A., and later moved west all the way to Hawaii in search of opportunity.

And they, too, had big dreams for their daughter. A common dream, born of two continents.

My parents shared not only an improbable love, they shared an abiding faith in the possibilities of this nation. (wieder breitet Obama die Arme aus und betont die Lobpreisungen auf die USA mit vollem Stolz) They would give me an African name, Barack, or "blessed," believing that in a tolerant America your name is no barrier to success. (wieder legt Obama seine Hand aufs Herz und erntet auch nach dieser Passage Applaus) They imagined -- They imagined me going to the best schools in the land, even though they weren't rich, because in a generous America you don't have to be rich to achieve your potential.

They're both passed away now. And yet, I know that on this night they look down on me with great pride.

They stand here -- And I stand here today, grateful for the diversity of my heritage, aware that my parents' dreams live on in my two precious daughters. (Hier schwingt große Ernsthaftigkeit in Obamas Stimme mit) I stand here knowing that my story is part of the larger American story, that I owe a debt to all of those who came before me, and that, in no other country on earth, is my story even possible. (Mit vollem Stolz spricht er diese Worte, er hält inne, bis der aufkeimende Applaus verstummt ist)

Tonight, we gather to affirm the greatness of our Nation -- not because of the height of our skyscrapers, or the power of our military, or the size of our economy. Our pride is based on a very simple premise, summed up in a declaration made over two hundred years ago: (Durch diese Einleitung einer neuen Phase der Rede und dem häufigen Gebrauch des Pronoms „we“⁹ schafft er ein Gemeinschaftsgefühl)

We hold these truths to be self-evident, that all men are created equal, that they are endowed by their Creator with certain inalienable rights, that among these are Life, Liberty and the pursuit of Happiness. (Obama legt Daumen und Zeigefinger der rechten Hand zusammen um mit dieser Handformation Wort für Wort in die Luft zu schreiben; er erntet auch hier großen Applaus)

That is the true genius of America, a faith -- a faith in simple dreams, an insistence on small miracles; that we can tuck in our children at night and know that they are fed and clothed and safe from harm; that we can say what we think, write what we think,

⁹ Zum Gebrauch des Pronoms „we“ siehe auch Kapitel 4.4.

without hearing a sudden knock on the door; that we can have an idea and start our own business without paying a bribe; that we can participate in the political process without fear of retribution, and that our votes will be counted -- at least most of the time. (hier wird sein Tonfall beinahe lethargisch, um seine Geringschätzung der Bush-Regierung gegenüber zu unterstreichen; das Publikum goutiert diese Äußerung mit gegen Bush gerichteten Buh-Rufen)

This year, in this election we are called to reaffirm our values and our commitments, to hold them against a hard reality and see how we're measuring up to the legacy of our forbearers and the promise of future generations.

And fellow Americans, Democrats, Republicans, Independents, (Bei dieser, dem Gesagten besonderen Nachdruck verleihenden Art der Aufzählung handelt es sich um das rhetorische Stilmittel Asyndeton¹⁰) *I say to you tonight: We have more work to do -- more work to do for the workers I met in Galesburg, Illinois, who are losing their union jobs at the Maytag plant that's moving to Mexico, and now are having to compete with their own children for jobs that pay seven bucks an hour; more to do for the father that I met who was losing his job and choking back the tears, wondering how he would pay 4500 dollars a month for the drugs his son needs without the health benefits that he counted on; more to do for the young woman in East St. Louis, and thousands more like her, who has the grades, has the drive, has the will, but doesn't have the money to go to college.* (Die Worte „we have more work to do“ klingen beinahe wie eine Aufgabenstellung an alle Anwesenden, sie wirken motivierend, die anschließenden Beispiele bringt Obama in bestürztem Tonfall und mit entsprechendem Gesichtsausdruck vor und das Publikum reagiert auch entsprechend)

Now, don't get me wrong. The people I meet -- in small towns and big cities, in diners and office parks -- they don't expect government to solve all their problems. They know they have to work hard to get ahead, and they want to. Go into the collar counties around Chicago, and people will tell you they don't want their tax money wasted, by a welfare agency or by the Pentagon. (Die Anspielung auf das Pentagon wird mit abwertender Stimme geäußert, um Obamas Missfallen gegen den Irakkrieg zum Ausdruck zu bringen) *Go in -- Go into any inner city neighborhood, and folks will tell you that government alone can't teach our kids to learn; they know that parents have to teach, that children can't achieve unless we raise their expectations* (Obama

¹⁰ siehe Kapitel 4.3

hebt bei „raise“ seinen Arm, um die Höhe der Erwartungen bildlich darzustellen) *and turn off the television sets and eradicate the slander that says a black youth with a book is acting white.* (Bei dieser Stelle hebt Obama mahnend seinen Zeigefinger) *They know those things.*

People don't expect -- People don't expect government to solve all their problems.

(Hier vollführt Obama mit den Händen eine abwehrende Geste) *But they sense, deep in their bones, that with just a slight change in priorities, we can make sure that every child in America has a decent shot at life, and that the doors of opportunity remain open to all.*

They know we can do better. And they want that choice.

In this election, we offer that choice. Our Party has chosen a man to lead us who embodies the best this country has to offer. And that man is John Kerry. (Obama hat die letzten Sätze mit anschaulichen Handgesten begleitet und die letzten Worte, vor allem John Kerrys Namen mit Nachdruck und Stolz ausgesprochen, er erntet Applaus)

John Kerry understands the ideals of community, faith, and service because they've defined his life. From his heroic service to Vietnam, to his years as a prosecutor and lieutenant governor, through two decades in the United States Senate, he's devoted himself to this country. Again and again, we've seen him make tough choices when easier ones were available.

His values and his record affirm what is best in us. John Kerry believes in an America where hard work is rewarded; so instead of offering tax breaks to companies shipping jobs overseas, (Diese letzte Passage unterstreicht Obama mit einer wegwerfenden Handgeste nach rechts...) he offers them to companies creating jobs here at home.

John Kerry believes in an America where all Americans can afford the same health coverage our politicians in Washington have for themselves. (...die er während dieses Satzes nach links verschiebt, um die positive Alternative aufzuzeigen)

John Kerry believes in energy independence, so we aren't held hostage to the profits of oil companies, or the sabotage of foreign oil fields.

John Kerry believes in the Constitutional freedoms that have made our country the envy of the world, and he will never sacrifice our basic liberties, nor use faith as a wedge to divide us. (Hier strahlt Obamas Stimme wieder viel Stolz aus; großer Applaus)

And John Kerry believes that in a dangerous world war must be an option sometimes, but it should never be the first option. (Obama spricht die Worte beinahe mahnend, er erntet wieder Applaus)

You know, a while back -- awhile back I met a young man named Shamus in a V.F.W. Hall in East Moline, Illinois. He was a good-looking kid -- six two, six three, clear eyed, with an easy smile. (Obama beschreibt diesen jungen Mann mit hinreißendem Enthusiasmus, der seiner Stimme klar zu entnehmen ist) *He told me he'd joined the Marines and was heading to Iraq the following week. And as I listened to him explain why he'd enlisted, the absolute faith he had in our country and its leaders, his devotion to duty and service, I thought this young man was all that any of us might ever hope for in a child.*

But then I asked myself, "Are we serving Shamus as well as he is serving us?" (Obama blickt fragend in die Menge)

I thought of the 900 men and women -- sons and daughters, husbands and wives, friends and neighbors, who won't be returning to their own hometowns. I thought of the families I've met who were struggling to get by without a loved one's full income, or whose loved ones had returned with a limb missing or nerves shattered, but still lacked long-term health benefits because they were Reservists. (Die Enttäuschung Obamas ist deutlich herauszuhören, er erntet Applaus für das Aufzeigen dieser Missstände)

When we send our young men and women into harm's way, we have a solemn obligation not to fudge the numbers or shade the truth about why they're going, to care for their families while they're gone, to tend to the soldiers upon their return, and to never (er pausiert kurz) ever go to war without enough troops to win the war, secure the peace, and earn the respect of the world. (Obama legt am Anfang seines Satzes die Hand aufs Herz und hebt mit der anderen den Zeigefinger, um Wort für Wort zu unterstreichen, nach der Sprechpause wird er merkbar lauter und emotionaler, er erntet lauten Applaus und Standing Ovationen)

Now -- Now let me be clear. Let me be clear. We have real enemies in the world. These enemies must be found. They must be pursued. And they must be defeated. (Auch hier pausiert Obama öfters und unterstreicht die Worte mit energischen Handbewegungen) *John Kerry knows this. And just as Lieutenant Kerry did not hesitate to risk his life to protect the men who served with him in Vietnam, President*

Kerry will not hesitate one moment to use our military might to keep America safe and secure.

John Kerry believes in America. (Obama spricht diese Worte aus voller Überzeugung mit großem Stolz) And he knows that it's not enough for just some of us to prosper -- for alongside our famous individualism, there's another ingredient in the American saga, a belief that we're all connected as one people. (Der stolzerfüllte Pathos in seiner Stimme nimmt weiter zu; wieder kündigt sich eine patriotische Anekdote an, wieder eine Parabel seiner eigenen Erfahrungen) If there is a child on the south side of Chicago who can't read, that matters to me, (wieder legt er die Hand aufs Herz) even if it's not my child. (Applaus) If there is a senior citizen somewhere who can't pay for their prescription drugs, and having to choose between medicine and the rent, that makes my life poorer, even if it's not my grandparent. (wieder legt er die Hand aufs Herz, er spricht besonders emotional vom „grandparent“, da er selbst eine enge Bindung zu seinen Großeltern hat, dies ist zu hören und zu sehen, der Applaus ist noch energischer als zuvor) If there's an Arab American family being rounded up without benefit of an attorney or due process, that threatens my civil liberties. (Sein Blick verfinstert sich, diesmal schlägt er sich auf die Brust, woraufhin er ein weiteres Mal energischen Applaus erntet)

It is that fundamental belief -- It is that fundamental belief: I am my brother's keeper. I am my sister's keeper that makes this country work. It's what allows us to pursue our individual dreams and yet still come together as one American family. (Er spricht diese Worte laut und voller Überzeugung aus, erntet immer wieder Applaus)

E pluribus unum: "Out of many, one." (Hier wirkt Obama mit seinem langsamen Sprechrhythmus und der Gestik seiner Hände wie der Universitätsdozent, der er einst war)

Now even as we speak, there are those who are preparing to divide us -- the spin masters, the negative ad peddlers who embrace the politics of "anything goes." Well, I say to them tonight, there is not a liberal America and a conservative America (der abwertende Tonfall und sein Blick bezeugen, dass Obama wenig von dieser Zweiteilung des Landes hält) -- there is the United States of America. (er betont Silbe für Silbe und malt die Worte scheinbar in die Luft; großer Applaus) There is not a Black America and a White America and Latino America and Asian America -- there's the United States of America.

The pundits, (man merkt hier gewisse Süffizienz in seiner Stimme) the pundits like to slice-and-dice our country into Red States and Blue States; (Die Süffizienz steigert sich noch weiter) Red States for Republicans, Blue States for Democrats. But I've got news for them, too. We worship an "awesome God" in the Blue States, and we don't like federal agents poking around in our libraries in the Red States. (Er hebt belehrend den Finger und wieder erntet Obama Applaus) We coach Little League in the Blue States and yes, we've got some gay friends in the Red States. (auch hier erntet Obama begeisterten Applaus) There are patriots who opposed the war in Iraq and there are patriots who supported the war in Iraq. We are one people, all of us pledging allegiance to the stars and stripes, all of us defending the United States of America. (Wieder spricht er den Namen seines Landes Silbe für Silbe aus und schreibt die Worte mit den Fingern in die Luft; der Applaus ist enthusiastisch, man vernimmt Jubelrufe)

In the end -- In the end -- In the end, that's what this election is about. Do we participate in a politics of cynicism or do we participate in a politics of hope? (Diesen Satz spricht Obama besonders schicksalsschwanger aus, mit besonderer Betonung auf „Hope“, man hört einige Personen aus dem Auditorium lautstark auf diese rhetorische Frage mit eben diesem „Hope“ antworten)

John Kerry calls on us to hope. John Edwards calls on us to hope.

I'm not talking about blind optimism here -- the almost willful ignorance that thinks unemployment will go away if we just don't think about it, or the health care crisis will solve itself if we just ignore it. That's not what I'm talking about. I'm talking about something more substantial. It's the hope of slaves sitting around a fire singing freedom songs; the hope of immigrants setting out for distant shores; the hope of a young naval lieutenant bravely patrolling the Mekong Delta; the hope of a millworker's son who dares to defy the odds; the hope of a skinny kid with a funny name who believes that America has a place for him, too. (er legt die Hand auf die Brust, um zu skandieren, dass Obama hier von sich selbst spricht, er deutet mit diesem Satz an, dass er selbst eine Verkörperung des American Dream geworden ist)

Hope -- Hope in the face of difficulty. Hope in the face of uncertainty. The audacity of hope! (Diese beiden Sätze gehen beinahe im Jubel und Applaus, den seine vorherigen Ausführungen hervorgerufen haben, unter)

In the end, that is God's greatest gift to us, the bedrock of this nation. A belief in things not seen. A belief that there are better days ahead.

I believe that we can give our middle class relief and provide working families with a road to opportunity.

I believe we can provide jobs to the jobless, homes to the homeless, and reclaim young people in cities across America from violence and despair.

I believe that we have a righteous wind at our backs and that as we stand on the crossroads of history, we can make the right choices, and meet the challenges that face us. (Obama spricht eindringlich, er versucht richtiggehend jeden und jede einzelne zu motivieren, anzutreiben)

America! (Obama hebt die Stimme, er spricht mit „America“ jedes einzelne Individuum an) *Tonight, if you feel the same energy that I do, if you feel the same urgency that I do, if you feel the same passion that I do, if you feel the same hopefulness that I do -- if we do what we must do, then I have no doubt that all across the country, from Florida to Oregon, from Washington to Maine,* (mit weiten Handgesten symbolisiert er die Ausmaße des Landes) *the people will rise up in November, and John Kerry will be sworn in as President, and John Edwards will be sworn in as Vice President, and this country will reclaim its promise, and out of this long political darkness a brighter day will come.*

Thank you very much everybody. God bless you. Thank you. (Obama lächelt freundlich, hebt die Arme über den Kopf und winkt dem jubelnden Publikum freundlich zu)“ (Obama 2004b, vgl. Obama 2004c, Leanne 2009)

Nachdem Barack Obama diese Rede gehalten hat, wurde er im ganzen Land zum politischen Shooting-Star (vgl. Marschall 2009). Obwohl Obama rein inhaltlich keine großen Neuerungen bot, waren die Medien von seiner *Keynote Address* begeistert. Inhaltlich orientierte sich Obama an der legendären *Keynote Address* aus dem Jahre 1988, gehalten von der im Jahre 2006 verstorbenen (vgl. Lyman 2006) späteren Gouverneurin von Texas und in dieser Funktion Amtsvorgängerin von George W. Bush, Ann Richards (vgl. Waldenfels 2010).

Wie bereits mehrfach erwähnt, handelt es sich bei der *Keynote Address*, anhand welcher der Einsatz von Gesten, Betonung und Körpersprache Obamas aufgezeigt wurde, um den Steigbügel zu dessen bundesweiter, politischen Karriere. Die im

nächsten Abschnitt analysierte „Yes We Can“-Rede zeigt die rhetorischen Stilmittel, welche bei Obama häufig zum Einsatz kommen, auf.

5.2. Analyse der „Yes We Can“-Rede vom 8. Jänner 2008

Die von Barack Obama am 8. Jänner 2008 in New Hampshire gehaltene „Yes We Can“-Rede gilt als Geburtsstunde des gleichnamigen Wahlkampflogans, welcher während des gesamten Wahlkampfes stellvertretend für die von Obama vermittelten Botschaften stand. (vgl. Marschall 2009) Obamas „Yes We Can“-Rede war ursprünglich als Siegesrede für die am selben Tag im Bundesstaat New Hampshire abgehaltenen Vorwahlen konzipiert. Nachdem Obama zuvor überraschend die Caucuses in Iowa für sich entscheiden konnte, lag er vor den Vorwahlen in New Hampshire in den Umfragen 10% vor Hillary Clinton. (vgl. Newport 2009) Die „Yes We Can“-Rede ist nicht nur aufgrund der Lancierung der Catchphrase „Yes We Can“ bedeutsam, sondern auch deshalb, weil die, wie bereits erwähnt, als Siegesrede konzipierte Ansprache nach einer Niederlage gegen Hillary Clinton gehalten wurde. Mithilfe von rhetorischen Stilmitteln konnte Obama trotz der Wahlniederlage Aufbruchsstimmung und Motivation vermitteln.

Der Rhetorik-Experte Stefan Rössler beschreibt in seinem Buch „Barack Obama – Rhetorik einer Erfolgsgeschichte“ die drei zentralen Botschaften der „Yes We Can“-Rede. Die erste zentrale Botschaft lautet „*Vermuteten Enthusiasmus dämpfen: Es steht viel Arbeit bevor*“. (Rössler 2009, S. 54) Angesichts der verlorenen Vorwahlen beabsichtigt Obama, all zu großen Enthusiasmus nach den gewonnenen Caucuses in Iowa zu bremsen. Wahlkampfhelferinnen und Helfer müssen nach wie vor motiviert werden und potentielle Wählerinnen und Wähler gewonnen werden. Durch Phrasen wie „our climb will be steep“ verdeutlicht Obama, dass bis zum potentiellen Wahlsieg noch ein langer, beschwerlicher Weg bevorsteht. (vgl. Rössler 2009)

Die zweite Botschaft, die vermittelt wurde lautet „*Zweifel entfernen – Slogan etablieren: Yes We Can*“. (Rössler 2009, S. 55) Auf eine emotionalisierte Art und Weise etabliert Obama, häufig unter Verwendung historischer Bezüge in seiner Rede den Slogan „Yes We Can“.

Die dritte Botschaft schließlich sind die „*Gründe, Obama zu wählen*“. (Rössler 2009, S. 55) Obama transportiert in jeder seiner Reden zwei bis vier Kernbotschaften, so

Rössler. Bedeutsam sind jedoch meist weniger die Inhalte, in dieser Rede sind dies die Gesundheits- und Bildungsreform, die Wirtschaftskrise und die Nutzung alternativer Energien, sondern die Art und Weise, wie Barack Obama diese Inhalte rhetorisch präsentiert. (vgl. Rössler 2009)

In Folge werden die einzelnen Abschnitte der „Yes We Can“-Rede analysiert, um die rhetorischen Muster und die von Obama vermittelten Botschaften aufzuzeigen. Die beschriebenen Methoden und Textpassagen werden fett gedruckt hervorgehoben.

Gleich zu Anfang der Rede arbeitet Obama die erste, von ihm vermittelte Botschaft ab, indem er einerseits seiner Kontrahentin Hillary Clinton zu ihrem Wahlsieg gratuliert und andererseits sein Publikum auf den harten Weg, der im Zuge des Wahlkampfes noch bevorsteht, einschwört:

*“I want to **congratulate Senator Clinton** on a hard-fought victory here in New Hampshire.*

*A few weeks ago, no one imagined that we’d have accomplished what we did here tonight. For most of this campaign, we were far behind, and **we always knew our climb would be steep.**” (Obama 2008)*

Obama hat damit bereits in der Einleitung seine erste von drei Botschaften vermittelt. Mit der Verwendung einer Alliteration¹¹ (voices and votes) bestärkt Obama die Rolle all jener, die ihm seine “Stimme” gegeben haben. Mit der die Einleitung abschließenden Phrase “there is something happening in America” leitet Obama zudem die erste große Anapher¹² seiner Rede ein. (vgl. Rössler 2009)

*“But in record numbers, you came out and spoke up for change. And **with your voices and your votes**, you made it clear that at this moment – in this election – **there is something happening in America.**” (Obama 2008)*

¹¹ siehe Kapitel 4.3.

¹² siehe Kapitel 4.3.

Die Anapher “there is something happening” wird von Obama mit einem hohen Maß an Symbolik ausgeschmückt. Er spricht die Wählerinnen und Wähler direkt an, in dem er von ihnen als Männer und Frauen in Des Moines und Davenport, Lebanon und Concord spricht. Auch unterstreicht er hier den von ihm vertretenen Universalismus, in dem er von Armen und Reichen, Schwarzen und Weißen, Latinos oder Asiaten und Asiatinnen spricht. Mit der Phrase “people vote not just for the party they belong to but the hopes they hold in common” setzt Obama zudem eine Antithese ein, um den Begriff “hope” besonders zu unterstreichen. (vgl. Rössler 2009) Mit dem letzten Satz dieser Passage, “Change is what’s happening in America”, verbindet er seine zuvor symbolisch ausgeschmückten Textpassagen mit einem weiteren, für den Wahlkampf relevanten Slogan – “Change”.

“There is something happening when men and women in Des Moines and Davenport; in Lebanon and Concord come out in the snows of January to wait in lines that stretch block after block because they believe in what this country can be.

There is something happening when Americans who are young in age and in spirit – who have never before participated in politics – turn out in numbers we’ve never seen because they know in their hearts that this time must be different.

There is something happening when people vote not just for the party they belong to but the hopes they hold in common – that whether we are rich or poor; black or white; Latino or Asian; whether we hail from Iowa or New Hampshire, Nevada or South Carolina, we are ready to take this country in a fundamentally new direction. That is what’s happening in America right now.

Change is what’s happening in America.” (Obama 2008)

Im folgenden Abschnitt leitet Obama mittels eines alttestamentarischen Themas¹³ (“who can lead this nation out of a long political darkness”) auf einen neuen Themenschwerpunkt über, der “New American Majority”. Diese neue, von Obama angepriesene Bewegung, die aus allen Amerikanerinnen und Amerikanern bestehen

¹³ Zur Verwendung biblischer Motive siehe Kapitel 4.2.

soll, die einen Wandel im Land vorantreiben möchten, wird mittels einer Anapher (“who”) charakterisiert. Außerdem findet sich in diesem Abschnitt ein häufig von Obama eingesetztes Mittel, nämlich die Entpersonalisierung¹⁴ seiner politischen Gegner. Er spricht keine einzelnen Personen an, sondern kritisiert die Pharmaindustrie, das Großkapital und die Konzerne in einer abstrakten Form. (vgl. Rössler 2009)

“You can be the new majority who can lead this nation out of a long political darkness – Democrats, Independents and Republicans who are tired of the division and distraction that has clouded Washington; who know that we can disagree without being disagreeable; who understand that if we mobilize our voices to challenge the money and influence that’s stood in our way and challenge ourselves to reach for something better, there’s no problem we can’t solve – no destiny we cannot fulfill.

Our new American majority can end the outrage of unaffordable, unavailable health care in our time. We can bring doctors and patients; workers and businesses, Democrats and Republicans together; and we can tell the drug and insurance industry that while they’ll get a seat at the table, they don’t get to buy every chair. Not this time. Not now.

Our new majority can end the tax breaks for corporations that ship our jobs overseas and put a middle-class tax cut into the pockets of the working Americans who deserve it.” (Obama 2008)

Im folgenden Abschnitt bedient sich Obama wieder der Antithese, die er mit bildhafter Sprache (“corridors of shame”; “pathway to success”) ausschmückt. Die im vorigen Abschnitt durch eine Anapher eingeführte “New Majority” findet auch hier ihre Erwähnung. Weiters bedient sich Obama der künstlichen Aufzählung, um auf universielle Art möglichst alle Menschen direkt anzusprechen. (vgl. Rössler 2009)

“We can stop sending our children to schools with corridors of shame

¹⁴ siehe Kapitel 4.3.

and start putting them on a pathway to success. *We can stop talking about how great teachers are and start rewarding them for their greatness. We can do this with our new majority.*

*We can harness the ingenuity of **farmers and scientists; citizens and entrepreneurs** to free this nation from the tyranny of oil and save our planet from a point of no return.”* (Obama 2008)

Obama leitet nun über zur Motivation seiner Anhängerschaft. Indem er gleich im ersten Satz von der Einzahl (“when I am President..”) zur Mehrzahl (“...we will”) wechselt stellt er sich laut Rösslers Analyse nicht als Spitzenkandidat einer Wahlbewegung, sondern vielmehr als Leitfigur einer Bewegung dar. (vgl. Rössler 2009) Obama beschreibt nun seine Pläne mittels einer Anapher (“we will”) um anschließend mittels Concessio¹⁵ und abermaliger Anwendung einer Anapher (“all”) seine Visionen zu bekräftigen.

*“And when I am President, **we will** end this war in Iraq and bring our troops home; **we will** finish the job against al Qaeda in Afghanistan; **we will** care for our veterans; **we will** restore our moral standing in the world; and **we will** never use 9/11 as a way to scare up votes, because it is not a tactic to win an election, it is a challenge that should unite America and the world against the common threats of the twenty-first century: terrorism and nuclear weapons; climate change and poverty; genocide and disease.*

All of the candidates in this race share these goals. All have good ideas. And all are patriots who serve this country honorably.

But the reason our campaign has always been different is because it’s not just about what I will do as President, it’s also about what you, the people who love this country, can do to change it.” (Obama 2008)

Im nächsten Abschnitt leitet Obama mittels Epipher zu der zentralen Aussage seiner

¹⁵ siehe Kapitel 4.3.

Rede, "Yes We Can", über. Durch eine Verkettung kurzer Sätze (Anadiplose)¹⁶ und der neuerlichen Anwendung einer Anapher ("We've been") motiviert Obama seine Zuhörerschaft durch das Aufzählen der Aufgaben, die noch bevorstehen und die Dinge, die bereits erreicht wurden. (vgl. Rössler 2009)

"That's why tonight belongs to you. It belongs to the organizers and the volunteers and the staff who believed in our improbable journey and rallied so many others to join.

We know the battle ahead will be long, but always remember that no matter what obstacles stand in our way, nothing can withstand the power of millions of voices calling for change.

We have been told we cannot do this by a chorus of cynics who will only grow louder and more dissonant in the weeks to come.

We've been asked to pause for a reality check. ***We've been*** warned against offering the people of this nation false hope.

But in the unlikely story that is America, there has never been anything false about hope. For when we have faced down impossible odds; when we've been told that we're not ready, or that we shouldn't try, or that we can't, generations of Americans have responded with a simple creed that sums up the spirit of a people.

Yes we can." (Obama 2008)

Obama pausiert an dieser Stelle kurz, das Publikum skandiert wiederholt "Yes We Can, Yes We Can, Yes We Can!" Mittels äußerst bildhafter Sprache etabliert Obama den Slogan nun weiter in einem sich stets wiederholenden Muster der Epipher¹⁷. (vgl. Rössler 2009)

It was a creed written into the founding documents that declared the destiny of a nation.

¹⁶ siehe auch Kapitel 4.3.

¹⁷ siehe Kapitel 4.3.

Yes we can.

It was whispered by slaves and abolitionists as they blazed a trail toward freedom through the darkest of nights.

Yes we can.

It was sung by immigrants as they struck out from distant shores and pioneers who pushed westward against an unforgiving wilderness.

Yes we can.

It was the call of workers who organized; women who reached for the ballot; a President who chose the moon as our new frontier; and a King who took us to the mountaintop and pointed the way to the Promised Land.” (Obama 2008)

Obama geht nun darin über, den Slogan “Yes We Can” als Anapher zu benutzen, um anschließend in einer langen Aufzählung, erneut bildhaft seine Botschaft auszuschnücken und zu untermauern, um die Rede mit einem letzten “Yes. We. Can.” pathetisch abzuschließen. (vgl. Rössler 2009)

“Yes we can to justice and equality. **Yes we can** to opportunity and prosperity. **Yes we can** heal this nation. **Yes we can** repair this world.

Yes we can.

And so tomorrow, as we take this campaign South and West; as we learn that the struggles of the textile worker in Spartanburg are not so different than the plight of the dishwasher in Las Vegas; that the hopes of the little girl who goes to a crumbling school in Dillon are the same as the dreams of the boy who learns on the streets of LA; we will remember that there is something happening in America; that we are not as divided as our politics suggests; that we are one people; we are one nation; and together, we will begin

the next great chapter in America's story with three words that will ring from coast to coast; from sea to shining sea –

Yes. We. Can.” (Obama 2008)

5.3. Reaktionen auf die „A More Perfect Union“-Rede vom 18. März 2008

„I thought Barack Obama's speech was strong, thoughtful and important. Rather beautifully, it was a speech to think to, not clap to.“ (Noonan 2008)

Dieser von einer Journalistin der Washington Post stammende Kommentar zu Barack Obamas „A More Perfect Union“¹⁸-Rede vom 18. März 2008 ist nur einer von vielen, welcher dieses, laut einer Studie des Pew Research Centers „bisher wichtigste Ereignis des Wahlkampfes“ (vgl. Kohut 2008) mit lobenden Worten bedacht.

Aufgrund der beachtlichen Länge der Rede, wird diese hier nicht im Detail analysiert, ein Transkript der Rede befindet sich jedoch im Anhang dieser Arbeit. Der Schwerpunkt dieses Abschnittes liegt auf den Reaktionen, welche diese Rede bei Politikwissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern, Journalistinnen und Journalisten und in der Bevölkerung ausgelöst hat. Auch werden die Parallelen zu Abraham Lincolns Cooper Union Address aufgezeigt, welche dieser 1860 in New York gehalten hat. (vgl. Wills 2008)

Anhand der Schilderungen in Kapitel 3.3. war bereits zu erfahren, dass mitten im Vorwahlkampf der Demokratischen Partei die antiamerikanischen Äußerungen von Barack Obamas ehemaligem Pastor Jeremiah Wright, der Obamas Wahlkampf bis zu diesem Zeitpunkt auch offiziell unterstützte, zu einem beachtlichen Problemfall für Obamas Kampagne wurden. Als Reaktion auf die Entgleisungen Wrights hielt Obama gegenständliche Rede, in welcher er die Rassenthematik in den USA, die Feindseligkeit der weißen Bevölkerungsschicht, den Zorn der schwarzen Bevölkerungsschicht, ungleiche Privilegien und auch die Entgleisungen Wrights ansprach. (vgl. Marschall 2009)

¹⁸ Der Titel der Rede, „A More Perfect Union“, wurde der Präambel der Konstitution der Vereinigten Staaten von Amerika entnommen, welche 1787 in Philadelphia, dem Ort, an dem Obama seine Rede hielt, ratifiziert wurde. (vgl. Marschall 2009)

Obama, der mit seiner „*Race Speech*“,¹⁹ wie diese auch häufig in den US-amerikanischen Medien genannt wurde, offen die schwelenden Probleme des Rassismus in den USA ansprach und die Bevölkerung zur Einigkeit und Zusammenarbeit aufrief, verdankte eben dieser Rede, so Hendrik Hertzberg im *New Yorker*, seinen Wahlsieg. (vgl. Hertzberg 2008)

Wie es Barack Obama gelang, in seiner Rede die Anliegen der weißen und der schwarzen Bevölkerung der USA auf einen gemeinsamen Nenner zu bringen und welche Bedeutung die in dieser Rede vermittelten Botschaften für die Zukunft der Gesellschaft der USA haben, beschreibt der auf *Political Leadership* spezialisierte Donald F. Kettl, Professor an der University of Pennsylvania folgendermaßen:

“It was a stirring speech that reached back to the founding in Philadelphia but then also challenged everyone to continue to move forward in the future. It was truly a transcendent speech and a remarkable piece of oratory. Obama made a few excursions across the racial divide, to connect the concerns of black Americans with the needs of unemployed white men and underemployed white women. He also focused on the need for self-help, which was an indirect challenge to an earlier generation of welfare policies.

...

The more Obama can move on from here to couple his portrait of race to the broader challenge of economic opportunity, the more he'll bridge the racial divide on a philosophical level — and succeed in making connections with white voters on the political level.“ (Noonan 2008)

Der demokratische Wahlkampfstrategie Jamal Simmons befindet kurz und bündig:

„Wow. It was a speech that was not partisan. It was political with a small p and it was also philosophical. It was the most profound speech about race that I could recall in my lifetime.“ (Noonan 2008)

Obama wird häufig anhand seines rhetorischen Stils mit anderen großen Rednerinnen und Rednern verglichen. Die „A More Perfect Union“-Rede veranlasste sogar zu einem Vergleich mit Abraham Lincolns berühmter Cooper Union Address, in

¹⁹ In oben bereits erwähnter Studie des Pew Research Centers gaben zudem 85% der Amerikanerinnen und Amerikaner an, von der Rede gehört zu haben. (vgl. Kohut 2008)

welcher sich dieser gegen die Sklaverei aussprach. (vgl. Wills 2008) Dieser Vergleich wird untenstehend überblicksmäßig aufgezeigt.

5.3.1. Gemeinsamkeiten von Obamas „A More Perfect Union“-Rede und Abraham Lincolns „Cooper Union Address“

Garry Wills vergleicht Barack Obamas Rede mit einer historischen Rede Abraham Lincolns, der *Cooper Union Address*, welche dieser am 27. Februar 1860 in New York gehalten hat. (vgl. Wills 2008) Wills zeigt in seinem Artikel eine Reihe von Parallelen zwischen Obama und Lincoln auf. Beide Politiker, zivilberuflich Anwälte, beide aus Illinois, befanden sich während sie ihre jeweiligen Reden hielten im Präsidentschaftsvorwahlkampf. Beide Politiker hatten zu dieser Zeit erst geringe politische Erfahrung, Lincoln war seit zwei Jahren Kongressabgeordneter, Obama seit vier Jahren Senator. (vgl. Wills 2008) Sowohl Obama, der den Irak-Krieg ablehnte, als auch Lincoln, der sich gegen Präsident Polks Mexikokrieg aussprach, zeichneten sich dadurch aus, dass sie einen in der Bevölkerung anfangs populären Krieg von Anfang an ablehnten. Sowohl Lincoln als auch Obama nahmen Vorwürfe, mit Radikalen in Verbindung gebracht worden zu sein, zum Anlass, ihre jeweilige Rede zu halten. Während Obama mit den antiamerikanischen Äußerungen Jeremiah Wrights in Verbindung gebracht wurde, wurde Lincoln, der selbst die Sklaverei ablehnte, mit radikalen Abolitionisten rund um William Lloyd Garrison, der die amerikanische Verfassung verbrannte, in Verbindung gebracht. (vgl. Wills 2008)

Genau wie Obama beruft sich Abraham Lincoln zu Anfang seiner Rede auf die Verfassung, in welcher ursprünglich die Sklavenhaltung verboten war. Mittels eines Selbstvergleiches mit den Gründungsvätern belegt Lincoln rhetorisch, dass die amerikanische Verfassung von höchster Wichtigkeit für Lincoln ist. Gleichzeitig distanziert sich Lincoln von den radikalen Abolitionisten, indem er dem Supreme Court seine ungetrübte Treue schwört, danach aber einen flammenden Appell für die Abschaffung der Sklaverei hält. (vgl. Wills 2008)

So, wie sich Lincoln in seiner Rede von Garrison distanzierte, konnte sich Obama im Rahmen seiner Ansprache glaubhaft von Reverend Wright lossagen, ohne dabei den afroamerikanischen Kirchen, die Obamas Wahlkampf vehement unterstützten, vor den Kopf zu stoßen. (vgl. Wills 2008)

Garry Wills fasst die Gemeinsamkeiten der beiden Reden folgendermaßen zusammen:

„...but what is of lasting interest is their similar strategy for meeting the charge of extremism. Both argued against the politics of fear. Neither denied the darker aspects of our history, yet they held out hope for what Lincoln called here the better ‚lights of current experience‘ – what he would later call the ‚better angels of our nature.‘ Each looked for larger patterns under the surface bitterness of their day. Each forged a moral position that rose above the occasions for their speaking“ (Wills 2008)

Ob bewusst oder unbewusst inszeniert, die Parallelen zu einem von Obamas großen politischen Vorbildern, Abraham Lincoln, (vgl. Obama 2004a) lassen sich anhand eines Vergleichs der beiden Reden deutlich erkennen. Obamas Rede wurde ob ihrer Tragweite aber auch mit Franklin D. Roosevelts legendärer ersten *Inaugural Address* oder sogar mit der *Gettysburg Address* verglichen, derartige Vergleiche sind laut Wills jedoch, trotz der unangezweifelten Bedeutung der „A More Perfect Union“-Rede übertrieben. (vgl. Wills 2008)

Dass Barack Obama von Kommentatorinnen und Kommentatoren in den Medien häufig über Gebühr gelobt wird, hat bereits Hillary Clinton während des Vorwahlkampfes heftig kritisiert. (vgl. Freund 2008) Welche, Barack Obama entgegengebrachten Kritikpunkte gerechtfertigt sind, welche unter die Kategorie Dirty Campaigning fallen und inwiefern Obama tatsächlich von den Medien bevorzugt wurde, wird im nächsten Kapitel näher erörtert.

6. Kritik

Betrachtet man die Literatur über Barack Obama aber auch Berichte in diversen, vor allem europäischen Zeitungen, so ist ein tendenziell positiver Tenor der Person Obama gegenüber zu betrachten. Das Pew Research Center hat zu dieser Thematik umfangreiche Studien verfasst, welche die Ungleichbehandlung der Kandidatinnen und Kandidaten der amerikanischen Präsidentschafts- und Präsidentschaftsvorwahlen näher aufzeigen. Diese Studien werden im vorliegenden Kapitel ebenso aufgezeigt, wie sachliche Kritik an Barack Obamas Rhetorik, sowohl inhaltlicher als auch formeller Natur.

Welche Äußerungen Barack Obamas sind widersprüchlich? Welche konstruktiven und welche destruktiven Kritikpunkte bringen Obamas Kontrahentinnen und Kontrahenten hervor? Griff Obama selbst auch auf Dirty Campaigning Maßnahmen zurück, wenn ja, in welchem Ausmaß? Welche Reaktionen erfolgten auf die Verleihung des Friedensnobelpreises an Barack Obama? Besteht tatsächlich eine Bevorzugung durch die Medien?

6.1. Kritik an Äußerungen Obamas

Dass Barack Obama seinen eigenen Werdegang, die ungewöhnliche Geschichte seiner Eltern und die vorurteilsbedingten Schwierigkeiten, denen er sich selbst so oft gegenüber sah, gerne als Parabel einsetzt, um Aussagen zu bekräftigen oder bildhaft zu veranschaulichen, wurde im Zuge dieser Arbeit bereits mehrfach belegt. Häufig kam es jedoch vor, dass Barack Obama seine eigene Geschichte etwas überzeichnet darstellte, oder gewisse Fakten und Gegebenheiten stark verzerrt darstellte. Kurz nachdem Obama seinen Entschluss, bei den Vorwahlen zu kandidieren kundtat, sprach er am 4. März 2007 in Selma, Alabama vor Aktivistinnen und Aktivisten der Bürgerrechtsbewegung und versuchte sich, als Erbe des „Bloody Sunday“²⁰ darzustellen. Obama spricht in seiner 35-minütigen Rede davon, dass er

²⁰ Der „Bloody Sunday“ war ein zentrales Datum für die amerikanische Bürgerrechtsbewegung. *„Damals wurden die von amerikanischen Bürgerrechtlern angeführten Demonstranten auf ihrem Weg von Selma (Alabama) zur Landeshauptstadt Montgomery beim Überqueren der Edmund-Pettus-Brücke von der Landespolizei brutal angegriffen und am Weitergehen gehindert. Der Zwischenfall löste eine nationale Protestwelle aus, so daß der Marsch nach Montgomery zwei Wochen später erfolgreich durchgeführt werden konnte. Dazu waren damals viele*

der Bürgerrechtsbewegung alles zu verdanken habe, was er erreicht habe, dass ohne die neu geschaffene, gesellschaftliche Atmosphäre seine Mutter, eine weiße Nachfahrin von Sklavenhaltern aus Kansas und sein Vater aus Kenia nie zusammengefunden hätten und dass er selbst ohne die Bürgerrechtsbewegung nie zur Welt gekommen wäre. Obamas Eltern hatten sich jedoch bereits fünf Jahre vor dem Bloody Sunday kennengelernt und waren an diesem zweifellos geschichtsträchtigen Tag bereits geschieden und auch Barack Obama Junior war am Tag des Bloody Sunday bereits drei Jahre und sieben Monate alt (vgl. Marschall 2009). Der spätere Präsident der Vereinigten Staaten hat zweifelsohne der Bürgerrechtsbewegung einiges zu verdanken, die Behauptung jedoch, er würde ohne diese gar nicht existieren, ist in diesem Fall wohl etwas zu weit gegriffen. Der österreichische Politologe Peter Filzmaier analysierte zudem Obamas Autobiographie „Dreams from my Father“ und kam zu dem Schluss, dass es sich hierbei mehr um ein Wahlkampfbuch als um eine Biografie handle. Viele Aspekte, wie die von Obama als äußerst traumatisch beschriebene Identitätsfindung seien, wenn man die Äußerungen mit wahren Fakten vergleiche durchaus überzogen (vgl. Filzmaier 2009).

Barack Obama vertritt zudem in seinen Reden stets den Anspruch, universell zu allen Menschen gleichermaßen zu sprechen und höchste ethische Werte zu vertreten. Ein in den Vereinigten Staaten stets brisantes Thema ist die gesellschaftliche und politische Situation der amerikanischen Ureinwohnerinnen und Einwohner, der „Native Americans“. (vgl. Kienpointner 2010) Wann immer sich Obama an die gesamte amerikanische Bevölkerung richtet, schließt er möglichst alle ethischen Gruppen der USA mit ein, spart jedoch die Native Americans aus, wie folgende Beispiele aus zwei in dieser Arbeit analysierten Reden (*Keynote Address* und *Yes We Can*) aufzeigen:

„There is not a Black America and a White America and Latino America and

Bürgerrechtsaktivisten aus dem ganzen Land angereist, und der Marsch stand im Mittelpunkt der internationalen Medienberichterstattung. Die Entschlossenheit solcher Menschen wie Samuel W. Boynton und seiner Frau Amelia, jedem Afroamerikaner im Landkreis Dallas (Alabama) das Wahlrecht zu sichern und wirtschaftliche Gerechtigkeit und Unabhängigkeit insbesondere für die armen Pächter auf dem Land zu erreichen, führte schließlich dazu, daß Präsident Lyndon Johnson noch im gleichen Jahr das Wahlrechtsgesetz (Voting Rights Act) von 1965 unterzeichnete.“ (vgl. James 2005)

Asian America -- there's the United States of America.“ (vgl. Obama 2004b)

„There is something happening when people vote not just for the party they belong to but the hopes they hold in common – that whether we are rich or poor; black or white; Latino or Asian;“ (Obama 2008)

Obama gilt zudem als vehementer Verfechter der Menschenrechte und setzt sich demnach auch für die Einhaltung der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte der Vereinten Nationen ein, wie aus folgendem Statement hervorgeht:

„The United States was founded on the idea that all people are endowed with inalienable rights, and that principle has allowed us to work to perfect our union at home while standing as a beacon of hope to the world. Today, that principle is embodied in agreements Americans helped forge -- the Universal Declaration of Human Rights, the Geneva Conventions, and treaties against torture and genocide -- and it unites us with people from every country and culture.“ (Obama 2008g)

Die Allgemeine Erklärung der Menschenrechte geht jedoch nicht konform mit der Todesstrafe²¹, für welche sich Barack Obama mehrfach ausgesprochen hat:

„While the evidence tells me that the death penalty does little to deter crime, I believe there are some crimes--mass murder, the rape and murder of a child--so heinous that the community is justified in expressing the full measure of its outrage by meting out the ultimate punishment.“ (Obama 2006, S.70)

Des Weiteren stellt sich Obama als Vorreiter für den Klimaschutz dar. Auch in diesem Bereich finden sich Widersprüche. So plädiert Obama in der State of the Union Speech 2010, wo er sich ausdrücklich für Klimaeffizienz und Umweltschutz ausgesprochen hat, gleichzeitig für den Bau neuer Atomkraftwerke in den Vereinigten Staaten. (vgl. Kienpointner 2010)

Besonders scharfe Kritik wurde laut, als 2009 bekannt wurde, dass Barack Obama

²¹ Artikel 3 der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte besagt *„Jeder hat das Recht auf Leben, Freiheit und Sicherheit der Person.“* (vgl.

<http://www.ohchr.org/en/udhr/pages/language.aspx?langid=ger>) und widerspricht somit der Praxis der Todesstrafe.

der Friedensnobelpreis verliehen würde. Es wurde bemängelt, dass Obama zu einem Zeitpunkt mit dieser hohen Auszeichnung geehrt wurde, als er noch gar keine konkreten Ergebnisse vorzuzeigen hatte. Zudem erklärte Obama kurz bevor ihm der Nobelpreis verliehen wurde, dass er die Truppenstärke in Afghanistan massiv aufzustocken gedenke. (vgl. Ottmann 2009)

6.2. Destruktive Kritik an Barack Obama

Negative oder Dirty Campaigning hat in US-amerikanischen Wahlkämpfen eine jahrelange Tradition. So verwundert es nicht, dass diese Methode des Wahlkampfes, bei welcher der politische Gegner in ein besonders schlechtes Licht gerückt werden soll, häufig durch aus dem Zusammenhang gerissene Aussagen oder dreiste Lügen über die betroffene Person, auch im Präsidentschaftswahlkampf 2008 häufig zum Einsatz kam. Eine Studie der University of Wisconsin, in welcher die Wahlwerbung der Kampagnenteams von Barack Obama und John McCain untersucht wurde, hat ergeben, dass im letzten Monat vor den Präsidentschaftswahlen von Seiten des McCain-Lagers beinahe zu 100% mittels Negative Campaigning geworben wurde. Obamas Wahlwerbepots beinhalteten immerhin zu 34% negative Darstellungen seines Kontrahenten, obwohl sich Obama im Zuge des Wahlkampfes selbst mehrfach von derartigen Wahlkampfmethoden distanziert hat und konstatierte, er wolle einen anderen Weg gehen (vgl. Pitzke 2008a).

Dass Dirty Campaigning jedoch, obwohl diese Wahlkampfmethode von einer großen Mehrheit der US-amerikanischen Bevölkerung abgelehnt wird, dennoch einen gewissen Grad an Effektivität besitzt, wurde im Rahmen einer im renommierten Fachmagazin „Science“ veröffentlichten Studie belegt. Die italienische Sozialpsychologin Lisa Galdi untersuchte dafür gemeinsam mit zwei weiteren Psychologen auf einer US-Militärbasis die Reaktion von Soldatinnen und Soldaten auf Negativwahlwerbung im Präsidentschaftswahlkampf 2008. Galdis Studie belegt, dass, auch wenn die Werbung von den Rezipientinnen und Rezipienten als negativ aufgefasst wird, dennoch unterbewusst gewisse Ressentiments verstärkt werden können. Im Falle von Obama sind dies Untergriffe auf seine Hautfarbe, unwahre Behauptungen, er sei Moslem oder hätte Nähe zu terroristischen Organisationen oder dass er ein Radikaler sei. Die Autorin der Studie konzentrierte sich bei Ihrer Untersuchung in erster Linie auf hinsichtlich ihrer Wahlentscheidung Unentschlossene, also jene Personen, die angaben, keinem der beiden

Präsidentschaftskandidaten größere oder geringere Sympathien entgegen zu bringen. Durch negative Behauptungen über einen Kandidaten, auch wenn es sich hierbei lediglich um Halbwahrheiten, aus dem Zusammenhang gerissene Aussagen, Gerüchte oder gar um Lügen handelte, konnten mit diesen Botschaften negative Assoziationen geschaffen werden, die dem Angeprangerten im Unterbewusstsein der Botschaftsempfängerinnen und Empfänger diese Assoziationen zu Teil werden ließen, sofern die Behauptungen unreflektiert aufgenommen wurden (vgl. Galdi 2008). Galdis Studie ergab jedoch auch, dass zu radikale Negativbotschaften auch dem Wahlwerbenden selbst angelastet werden könnten und dass dadurch quasi ein Rückkopplungseffekt entstünde, der auf den Sender der negativen Botschaft zurückfalle. Ein Beispiel dafür ist der Wahlkampf um das Bundespräsidentenamt in Österreich im April 2010: Hier hat die Rechtsaußen-Kandidatin Barbara Rosenkranz mit ihren scharfen rhetorischen Attacken gegen den populären, amtierenden Bundespräsidenten Heinz Fischer und mit ihrer ideologischen Nähe zum Nationalsozialismus viele potentielle Wählerinnen und Wähler verschreckt und ist mit ihrem Wahlergebnis deutlich unter dem Wählerpotential ihrer Partei, der FPÖ, geblieben, wie mehrere Umfragen ergaben (vgl. Seidl 2010).

Da das Wahlkampfteam Barack Obamas und auch der Präsidentschaftskandidat selbst penibel darauf achteten, möglichst keine Angriffspunkte zu liefern, fielen die Dirty-Campaigning-Werbebotschaften der Republikaner besonders unerschütterlich aus. Aufgrund der außergewöhnlichen Umstände, durch die Obama bisher in politische Ämter gelangte, war er selbst noch nie zuvor zum Ziel von Negative Campaigning geworden. Obamas Unantastbarkeit liegt an mehreren Faktoren, die im Laufe dieser Arbeit bereits zu erfahren waren: Einerseits ging Obama stets in die Offensive und sprach mögliche Kritikpunkte aus seiner Vergangenheit, so zum Beispiel seinen regelmäßigen Drogenkonsum in jungen Jahren, offen an. Andererseits verstand es Obama ausgezeichnet, „negative“ Eigenschaften, wie seine Nikotinsucht geschickt zu verbergen (vgl. Marschall 2009). Ein weiterer Vorteil Obamas war seine bis dato verhältnismäßig erst kurze politische Karriere. Obama war erst seit vier Jahren US-Senator, während der Ära-Bush. Sein Abstimmungsverhalten war auch zu großen Teilen konform mit den Forderungen und Positionen, für die Obama während des Wahlkampfes eintrat (vgl. Arc Manor 2008). Langgediente Politikerinnen und Politiker wie John McCain haben diesen Vorteil nicht – hier war es für Obamas Wahlkampfteam ein Leichtes, frühere Aussagen und

Senatsabstimmungen McCains hervorzugraben, die ihm entweder in die Nähe des unpopulären George W. Bush brachten, oder die seinen späteren Aussagen widersprachen (vgl. Marschall 2009). Wohl auch aufgrund einer gewissen Hilflosigkeit und der aufgrund der vielen Spendengelder, die Obama zur Verfügung hatte, um in Funk und Fernsehen omnipräsent werben zu können, entstandenen medialen Übermacht seines Kontrahenten, behalf sich das McCain-Wahlkampfteam im Endspurt des Wettlaufs um die Gunst der Wählerinnen und Wähler beinahe ausschließlich negativer Werbebotschaften. Zu den harmloseren Attacken zählt zum Beispiel jene in Kapitel 3.4. beschriebene Kritik an Obamas Berlinreise und der anschließende Vergleich mit Berühmtheiten wie Paris Hilton oder Britney Spears (vgl. Fouhy 2008).

Weit untergriffiger war da schon ein Wahlwerbespot der Republikaner, in dem Obama ein Naheverhältnis mit dem „Terroristen“ Bill Ayers angedichtet wurde. Ayers, ein mittlerweile weithin respektierter Pädagogikprofessor an der University of Chicago war zu einer Zeit, als Barack Obama erst acht Jahre alt war, Teil einer regierungskritischen Organisation, der neben Vandalismus auch Attentate auf Regierungseinrichtungen zugeschrieben wurden. Ayers protestierte in der 68er-Bewegung gegen den Vietnamkrieg und wurde auch selbst mit gewalttätigen Auseinandersetzungen in Verbindung gebracht. Jedoch wurde Ayers niemals gerichtlich verurteilt und zu keiner Zeit von offizieller Seite als „Terrorist“ gehandelt²². In dem Werbespot McCains heißt es, die „Freunde“ Obama und Ayers leiteten gemeinsam eine „radikale Bildungstiftung“. Wahrheit ist, dass Obama und Ayers, die sich nur flüchtig kennen in den 90er Jahren im Vorstand der Wohltätigkeitsorganisation Woods Fund saßen, die gegen Armut auftrat und Jugendlichen beim Zugang zu guter Bildung verhalf (vgl. Marschall 2009). Dieses Gerücht wurde jedoch nicht nur über das Fernsehen verbreitet, sondern in besonders heiß umkämpften Bundesstaaten, in „Swing States“ wie Pennsylvania, Virginia, West Virginia, North Carolina, Ohio, Colorado, Florida, New Mexico und auch in Illinois wurde diese Botschaft telefonisch verbreitet:

²² Bill Ayers wurde im Zuge des demokratischen Vorwahlkampfes bereits von Hillary Clintons Wahlkampfteam aufs Tablet gebracht, jedoch nicht in der selben Intensität, wie das durch John McCains Wahlkampfteam geschah (vgl. Marschall 2009).

„Noch perfider aber - und sogar im eigenen Lager umstritten - sind die ‚Robocalls‘, die McCain seit voriger Woche massiv gegen Obama einsetzt. Das sind automatische, per Computer gesteuerte Anrufe bei gezielten Wählern, in denen Gerüchte über Obama gestreut werden - eine verrufene Methode, der McCain selbst im Jahr 2000 im Vorwahlkampf gegen George W. Bush zum Opfer fiel und die er damals noch als ‚niederträchtig‘ verurteilte. ‚Hallo, ich rufe im Auftrag von John McCain und der republikanischen Partei an‘, sagt eine Männerstimme. ‚Sie müssen wissen, dass Barack Obama eng mit Terrorist Bill Ayers zusammengearbeitet hat, dessen Organisation Bombenanschläge auf das US-Kapitol, das Pentagon und das Haus eines Richters verübt und Amerikaner umgebracht hat.‘“ (Pitzke 2008)

Mit Ausnahme des Bundesstaates West Virginia errang Barack Obama in allen oben aufgezählten „Swing States“ den Wahlsieg (vgl. Todd 2009). Wie sich zeigt, dürften den Wählerinnen und Wählern dieser Bundesstaaten die Botschaften zu radikal gewesen sein und sie haben trotz aller Attacken auf Barack Obama diesen zu ihrem Präsidenten gewählt. Viele weitere derartige Angriffe der Republikaner, die Obama als den „Bestechlichen, den Junkie, den Islamisten“ oder als den „Ethik-Pharisäer“ bezeichneten folgten in den letzten Wochen des Wahlkampfes (vgl. Marschall 2009).

Neben den direkten Angriffen durch die Republikanische Partei folgte zudem, quasi kostenloses Obama-Bashing durch den US-amerikanischen Nachrichtenkanal FOX News. Zwei der drei großen Nachrichtenstationen in den USA, nämlich MSNBC und FOX News machten ziemlich unverblümt deutlich, für welchen Kandidaten und für welche politische Richtung sie standen. Während MSNBC eindeutig Sympathien für Barack Obama entgegenbrachte, machte der konservative Nachrichtenkanal FOX News für John McCain, aber in erster Linie gegen Barack Obama, dessen Visionen und politische Pläne den Wertvorstellungen des Medienhauses diametral gegenüberstehen, mobil. Der größte Nachrichtensender der USA, CNN, zeichnete sich hingegen weitestgehend durch Objektivität und eine neutrale Berichterstattung aus (vgl. Rüb 2009). In einer Studie des an der George Mason University im US-Bundesstaat Virginia angesiedelten „Center for Media and Public Affairs“ (CMPA) wurden sowohl Quantität als auch Qualität der Berichterstattung über die Präsidentschaftskandidaten während des Wahlkampfes untersucht. Aus der Studie des CMPA ging hervor, dass alleine in der FOX-Nachrichtensendung „Special

Report“ 79% aller Meldungen über Obama kritischen Inhaltes waren (vgl. Harper 2008). Ein großer Unterschied zu anderen Netzwerken besteht jedoch in der Art der negativen Berichterstattung. Kommentatorinnen und Kommentatoren beschimpfen Obama regelrecht, verbreiten Unwahrheiten und Berichte beinhalten meistens Halbwahrheiten bzw. wird Obama falsch oder zusammenhanglos zitiert. Die Internetseite <http://foxattacks.com/> sammelt Videoausschnitte besonders perfider Attacken von Seiten des Nachrichtensenders und regt dazu an, sich mit diesen Meldungen kritisch auseinanderzusetzen.

6.3. Kritik an der Berichterstattung in den Medien

„Die Schiefelage der medialen Inhalte ist klar: Obama hat immer alles richtig gemacht. Zur Klarstellung: Wahrscheinlich ist der 44. Präsident der USA ein rhetorisches Genie, hochintelligent, mit brillanten Plänen. Leider wird das nicht sachlich begründet, sondern mit einer an Führerkult grenzenden Verklärung wiedergegeben.

Statt einer kritischen Würdigung der Person erfahren wir in Endlosschleifen, dass Obama der großartigste Vertreter seiner Herkunft, perfektste Student, tollste Sozialarbeiter, superlativste Wahlkämpfer und traumhafteste Politiker war bzw. ist. Dabei wäre es unfair, die Einseitigkeit dem Boulevard und der Fernsehysterie vorzuwerfen. Von 1000 Büchern über Obama scheinen 99 Prozent Positivdarstellungen.“ (Filzmaier 2009)

Obige Analyse des Politologen Peter Filzmaier zeigt auf, welches das zentrale Problem der medialen Berichterstattung über Barack Obama ist: Wie auch Millionen andere Menschen weltweit ließen sich viele Journalistinnen und Journalisten von der Faszination anstecken, die von Barack Obama ausging und ließen so eine objektive Berichterstattung missen. Die in diesem Kapitel bereits erwähnte Studie des CMPA belegt, dass noch nie zuvor in dem 20-jährigen Zeitraum, in dem derartige Studien über die Qualität und Quantität der Berichterstattung über Politikerinnen oder Politiker erstellt wurden, jemand derartig positive Meldungen verzeichnen konnte wie Barack Obama (vgl. Harper 2008). Bereits Hillary Clintons Wahlkampfteam bemängelte im US-amerikanischen Vorwahlkampf die qualitative und vor allem die quantitative Überlegenheit ihres Hauptkontrahenten in den Medien (vgl. Freund 2008). John McCain erging es während des Wahlkampfes nicht viel besser. Während

McCain im republikanischen Vorwahlkampf schon bald als Präsidentschaftskandidat feststand, lieferten sich Barack Obama und Hillary Clinton über Monate eine erbitterte Auseinandersetzung, die weit mehr Medieninteresse hervorrief, als die Wahlkampfauftritte McCains. Auch im eigentlichen Präsidentschaftswahlkampf wurde dem demokratischen Kandidaten weit mehr Aufmerksamkeit geschenkt, als dem Republikaner McCain. (vgl. Waldenfels 2010)

Neben dem Center for Media and Public Affairs hat auch das renommierte Pew Research Center for Excellence in Journalism im Zuge des Präsidentschaftswahlkampfes zwei Studien über die mediale Berichterstattung über John McCain, Hillary Clinton und Barack Obama durchgeführt und ist zu gleichen Ergebnissen wie das CMPA gekommen. In weiterer Folge werden die beiden Studien des Pew Research Centers näher untersucht, zuvor soll jedoch noch auf die Berichterstattung über Barack Obama außerhalb der USA eingegangen werden.

Die europäischen Medien sind, verglichen mit jenen in den USA weit liberaler. Während über den amtierenden US-Präsidenten George W. Bush äußerst kritisch berichtet wurde, entwickelte sich Barack Obama zu einem regelrechten Liebling der europäischen Medien. Sowohl quantitativ als auch qualitativ dominierte Barack Obama die Medienberichterstattung über den Vorwahlkampf und den Präsidentschaftswahlkampf in den europäischen Medien. Analysen lassen auch mutmaßen, dass die positive Berichterstattung über Barack Obama ebenfalls dazu beigetragen hat, dass dieser bei der europäischen Bevölkerung einen derartigen Kultstatus genießt. (vgl. Cannon 2008)

In einer kritischen Diskursanalyse hat Vivian Büttner die europäische Berichterstattung über Barack Obama genauer analysiert und ist dabei zu dem

Schluss gekommen, dass Obama in sämtlichen europäischen

Medien, selbst in der teils sehr konservativen britischen Presse, in außergewöhnlich gutem Licht dargestellt wurde. (vgl. Büttner 2009) Dies bedeutet aber zugleich, um

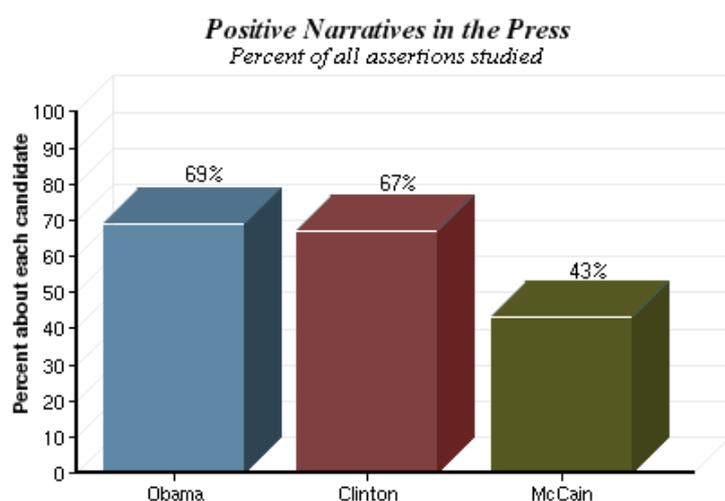


Abbildung 6 - Anteil der positiven Berichterstattung während der Vorwahlen

noch ein letztes Mal mit dem Zitat Filzmaiers zu sprechen, dass Obama häufig keine kritische Würdigung seiner Vorteile zu Teil wurde, sondern dass dieser oftmals einem Erlöser gleich ikonentartige Verehrung genoss, die eine objektive Art der journalistischen Berichterstattung missen lies (vgl. Waldenfels 2010). In weiterer Folge wird nun anhand der beiden Studien des Pew Research Centers analysiert, inwiefern die Ungleichbehandlung durch die US-amerikanischen Medien während des Vorwahlkampfes und während des Präsidentschaftswahlkampfes zum Ausdruck gebracht wurde.

6.3.1. Berichterstattung während der Vorwahlen

Das Team rund um Prof. Marion Just, welche die Studie koordinierte, untersuchte im Zeitraum vom 1. Jänner 2008 bis zum 9. März 2008 insgesamt 2.590 Artikel, in welchen über die Vorwahlen der demokratischen und der republikanischen Partei berichtet wurde. Insgesamt wurden 46 verschiedene Medien untersucht: 13 Tageszeitungen (u.a. The Washington Post, The Wall Street Journal, USA Today), 5 Nachrichtenwebsites (darunter CNN.com und MSNBC online), politische

Berichterstattungen in 22 Fernsehkanälen (FOX News, ABC, CBS, NBC, PBS u.a.) und die Berichte sieben großer Radiostationen (vgl. Just 2008a). Wie der Grafik in Abbildung 6 zu entnehmen ist, kam Barack Obama bereits in der Frühphase des Wahlkampfes in den

Barack Obama Character Narratives, Jan. 1—Mar. 9, 2008	
Total Positive	69%
Represents hope and change	28
Has charisma and strong rhetoric	17
Refute of 'narrow appeal'	16
Refute of 'too young, inexperienced'	4
Is honest and has integrity	3
Total Negative	31%
Too inexperienced, young	12
Refute of 'honest and has integrity'	6
Refute of 'charisma and strong rhetoric'	6
Refute of 'representing hope and change'	4
Has narrow appeal	3
Total	100%

*Total may not equal 100% due to rounding.

Abbildung 7 - Obama "Character Narratives"

Genuss einer großteils positiven Medienberichterstattung über seine Person. Während John McCain bereits im Zuge der Vorwahlen medial weit weniger positive Meldungen verzeichnen konnte, als Barack Obama, lag Hillary Clinton insgesamt nur knapp hinter Barack Obama. Dies begründet sich in erster Linie dadurch, dass zu Beginn des Jahres nur wenige Journalistinnen und Journalisten Barack Obama ernsthafte Chancen auf einen Sieg bei den Vorwahlen gaben. In diesem Zeitraum war auch die Anzahl positiver Meldungen über Obama geringer als jene über Hillary

Clinton. Nach dem Super Tuesday, als das Rennen um die Nominierung zur Präsidentschaftskandidatur für McCain bereits erledigt, zwischen Obama und Clinton jedoch noch völlig offen war, wuchs das mediale Interesse an Obama jedoch gewaltig. Abbildung 7 verdeutlicht, welche positiven und welche negativen Dinge in den Meldungen über Obama über diesen geschrieben wurden. So wurde am stärksten hervorgehoben, dass Obama seine Wahlkampflogans „hope“ und „change“ auch ideal präsentierte. Weiters wurden häufig Obamas Charisma und dessen außergewöhnliche rhetorische Talente in einem positiven Kontext erwähnt. Die meisten negativen Meldungen behandelten seine politische Unerfahrenheit und sein geringes Alter. Wie der Studie jedoch zu entnehmen ist, waren beinahe 70% der Berichte über Obama in Zeitungen, Internet-, Fernseh- und Radionachrichten positiver Natur (vgl. Just 2008a).

Neben der qualitativen Untersuchungen über die Berichterstattung ist auch die quantitative Analyse von Bedeutung. In den 2.590 untersuchten Beiträgen wurden insgesamt 5.374

CAMPAIGN STORIES BY PARTY FOCUS JANUARY 1- MARCH 9, 2008	
Party Focus	% of campaign stories
Mostly Democrats	50.9%
Mostly Republicans	31.1
Mix democrats/Republicans	14.9
Third Parties	0.8
Electoral calendar- not party focused	0.5
Not party focused- Other	1.9
TOTAL NUMBER OF CAMPAIGN STORIES	4967

Abbildung 8 - Inhalt der "Campaign Stories" während der Vorwahlen

Aussagen über die bei den Vorwahlen antretenden Kandidatinnen und Kandidaten gefällt. Davon entfielen 2034 Aussagen auf Barack Obama, 1144 auf Hillary Clinton und 1360 auf John McCain, die restlichen Aussagen auf andere Kandidaten der Vorwahlen. Hier zeigt sich besonders deutlich, wie groß das Interesse an Barack Obama war. Auch lässt sich hier der qualitativ gesehene Gleichstand an positiven Meldungen zwischen Obama und Clinton relativieren. Während über Hillary Clinton lediglich 772 positive Aussagen getroffen wurden, entfielen im selben Untersuchungszeitraum auf Barack Obama 1.398 positive Aussagen, auf John McCain gar nur 588 (vgl. Just 2008a). Sehr stark zum Nachteil von John McCain fiel auch das mediale Interesse an den sogenannten „Campaign Stories“ aus. Hierbei wurden bei den 2.590 Medienberichten, die im Zuge der Studie untersucht wurden insgesamt 4.967 verschiedene Stories herausgefiltert. Wie anhand von Abbildung 8 zu erkennen ist, hatten mehr als die Hälfte dieser Stories rein den Vorwahlkampf der

demokratischen Partei zum Inhalt. Das größere Medieninteresse am demokratischen Vorwahlkampf erklärt sich jedoch nicht ausschließlich durch die Faszination an Barack Obama, sondern in erster Linie an dem für die Berichterstatte(r)innen und Berichterstatte(r) weit spannenderen knappen Rennen zwischen Hillary Clinton und Barack Obama (vgl. Just 2008a).

6.3.2. Berichterstattung während des Präsidentschaftswahlkampfes

Die zweite Studie des Pew Research Centers befasst sich mit der Berichterstattung über Barack Obama und John McCain im Zeitraum zwischen dem 8. September und dem 16. Oktober 2008. Im Untersuchungszeitraum wurden insgesamt 2.412 Berichte aus Zeitungen, Internet, Fernsehen und Radio untersucht. Bei den untersuchten Medien handelt es sich um die selben 46 Quellen, die auch schon in der vorherigen Studie herangezogen wurden (vgl. Just 2008b).

Ein besonderer Schwerpunkt in der vorliegenden Studie lag auf jenen 1.176 Berichten, die eindeutig einschätzende positive, neutrale oder negative Meldungen über einen der beiden Präsidentschaftskandidaten zum Inhalt hatten. Gerade durch die Nominierung der Vizepräsidentschaftskandidaten konnte es vorkommen, dass einer der Präsidentschaftskandidaten im

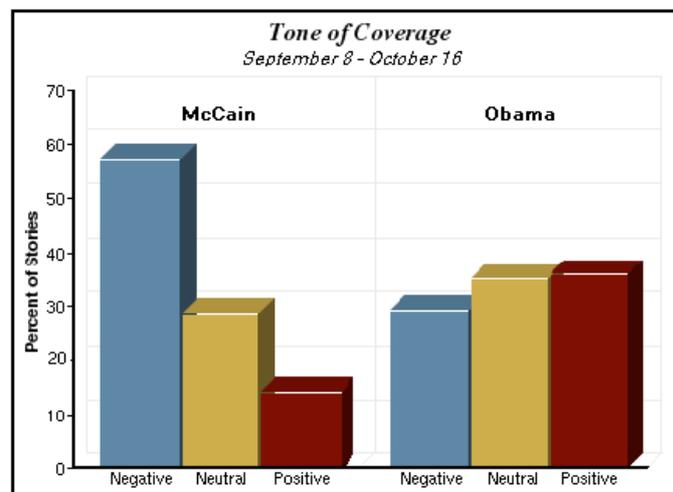


Abbildung 9 - Qualität der Berichterstattung über Obama und McCain

Rahmen eines Berichtes nur eine Nebenrolle spielte – besonders häufig geschah dies bei Berichten über Sarah Palin, die Vize-Kandidatin McCains, die weit häufiger Erwähnung fand als Obamas Running-Mate Joe Biden. Quantitativ betrachtet entfielen auf Barack Obama 583 Aussagen, wovon 209 positiver und 170 negativer Natur sowie 204 neutralen Inhaltes waren. Etwas mehr, nämlich 593 Aussagen wurden über John McCain getroffen, wobei hier der Großteil, und zwar 340 Aussagen negative Meldungen darstellten. Lediglich 84 Meldungen enthielten positive und 169 Meldungen neutrale Aussagen über den Republikaner (vgl. Just 2008b). Zwar wurde demnach in quantitativem Ausmaß gleichmäßig berichtet,

jedoch besteht ein diametraler Unterschied in der Qualität der Berichterstattung zwischen Obama und McCain – während Obamas Bilanz sehr ausgeglichen, eher noch positiv ausfällt, erhielt McCain weit mehr negative als positive Beurteilungen. Es scheint also durchaus so, als ob Barack Obama in der medialen Berichterstattung sowohl was das quantitative aber auch das qualitative Ausmaß anbelangt, seinen Kontrahentinnen und Kontrahenten gegenüber bevorzugt wurde.

7. Weitere Faktoren für Barack Obamas Erfolg

Dass Barack Obama ob seiner rhetorischen Fähigkeiten nennenswerte politische Erfolge erzielen konnte, scheint anhand der Analysen der vorhergehenden Kapitel als gegeben. Welchen Anteil Obamas Rhetorik letztlich an dessen Popularität hat wird in den diese Arbeit abschließenden Schlussfolgerungen ausführlich erörtert werden. Vorliegendes Kapitel geht vorerst folgenden Fragen nach weiteren Ursachen für Obamas Erfolg nach:

Hat Barack Obama auch deshalb innerhalb und außerhalb der USA hohe Zustimmungswerte genossen, weil sein Vorgänger George W. Bush dermaßen unbeliebt war? Hat die intensive Nutzung der neuen Medien maßgeblich zum Erfolg von Barack Obama beigetragen? Welchen Einfluss hatte die Unterstützung von Künstlerinnen und Künstlern auf Barack Obamas Wahlerfolg?

7.1. Die Performance der Regierung Bush

Schon die Wahl George W. Bushs zum Präsidenten der Vereinigten Staaten von Amerika sorgte für Unverständnis und einen großen, weltweiten Imageschaden der USA. George W. Bush war bereits vor seiner Nominierung als Präsidentschaftskandidat der Republikanischen Partei medial bekannt geworden. Als Gouverneur des Bundesstaates Texas lies Bush mehr Todesurteile vollstrecken, als jeder andere Gouverneur bzw. jede andere Gouverneurin der Vereinigten Staaten zuvor (vgl. Graczyk 2000). In Europa, wo die Todesstrafe verpönt ist, warf diese Tatsache freilich schon vorab kein gutes Licht auf den Präsidentschaftskandidaten der Republikaner. (vgl. Gärtner 2008)

Am 7. November 2000, dem Tag, an dem der 43. Präsident der USA gewählt werden

sollte, ereignete sich eine bis dahin in den Vereinigten Staaten nie da gewesene Pattsituation. Bei der Auszählung der Stimmzettel zeichnete sich ein äußerst knappes Ergebnis ab, bei welchem letztlich die 25 Wahlmännerstimmen des „Swing State“ Florida über den Sieger der Präsidentschaftswahlen entscheiden würden. Der mit 900 Stimmen nur sehr geringe Vorsprung George W. Bushs erforderte eine Neuauszählung der Stimmen in Florida. Als der Vorsprung Bushs weiter schrumpfte, wurden die Gerichte und zuletzt der Supreme Court der USA eingeschalten (vgl. <http://www.spiegel.de/politik/ausland/0,1518,107458,00.html>). Da der Termin für die Abgabe der Wahlmännerstimmen und somit für die endgültige Wahl des nächsten US-Präsidenten laut Verfassung für den 18. Dezember 2000²³ festgesetzt war, musste vor diesem Datum eine Entscheidung des Supreme Court hinsichtlich des Wahlergebnisses in Florida getroffen werden. Am 12. Dezember 2000 entschied der republikanisch dominierte Supreme Court mit fünf zu vier Stimmen zugunsten George W. Bushs und damit indirekt über seinen Wahlsieg (vgl. Linde 2002). Somit gewann George W. Bush aufgrund des US-amerikanischen Wahlsystems die Präsidentschaftswahlen mit einem Vorsprung von nur 5 Wahlmännerstimmen obwohl Al Gore USA-weit 537.179 Stimmen mehr auf sich vereinen konnte als George W. Bush (vgl. Gerste 2008).

Zweifelsohne haben sich die USA während der beiden Amtszeiten von George W. Bush politisch nach rechts orientiert. Unter der Bush-Regierung wurde eine Reihe von Maßnahmen gesetzt, welche in aber vor allem auch außerhalb der USA auf wenig Gegenliebe gestoßen sind. Prof. Heinz Gärtner fasst diese Maßnahmen in seinem Buch „Obama – Weltmacht was nun?“ folgendermaßen auf treffende Art und Weise zusammen:

„Die Eckpfeiler der „Bush Revolution“ waren: Eine stark unilateral und national ausgerichtete Außenpolitik; ein von potentiellen Feinden abgekoppelter Aufrüstungsprozess; eine Politik des Regimewechsels, die Gewalt nicht ausschließt, um Demokratie zu fördern; eine Sicherheitsstrategie mit der Orientierung auf militärische Präemption bzw. auf einen Präventivkrieg gegen

²³ Das „Electoral College“ trifft nach der US-Wahlordnung 41 Tage nach den Präsidentschaftswahlen in den jeweiligen Hauptstädten der einzelnen Bundesstaaten und in Washington D.C. für den District of Columbia zusammen, um den neuen US-Präsidenten oder die neue US-Präsidentin zu wählen (vgl. Linde 2002)

„Schurkenstaaten“ und Terroristen; der Irakkrieg und seine politischen und gesellschaftlichen sowie wirtschaftlichen Kosten; verschlechtertes transatlantisches Verhältnis bei relativ ungestörten transatlantischen Wirtschaftsbeziehungen; Nichtanerkennung des Internationalen Strafgerichtshofes; der Vorrang von Energiesicherheit vor Umweltpolitik; eine Steuerpolitik, die die höchsten Einkommen begünstigte und ein großes Budgetdefizit verursachte; eine Machtverschiebung zur Exekutive; eine Stärkung der Rolle konservativer Think Tanks; und eine Glaubenspräsidentschaft.“ (Gärtner 2008, S.13)

Vor allem der im Jahr 2003 begonnene Irakkrieg hat weltweite Stürme der Entrüstung ausgelöst. Auf der ganzen Welt versammelten sich im Februar 2003, als sich der Beginn des Irakkrieges abzeichnete, Millionen von Menschen zu friedlichen Demonstrationen gegen den geplanten Krieg im Irak (vgl. Staud 2003). Doch weder die Demonstrierenden noch die Regierungen der wichtigen NATO-Partner Deutschland und Frankreich, welche nicht an dem Konflikt teilnehmen wollten (vgl. Heideking 2008), konnten die Regierung George W. Bushs von einer Invasion im Irak abhalten.

Welche Auswirkungen diese Politik auf den Beliebtheitswert George W. Bushs und auf das internationale Ansehen der USA hatte und vor allem welchen Einfluss diese offensichtlichen Gegensätzlichkeiten zur Vorgangsweise Barack Obamas auf dessen Beliebtheitswerte hatten, wurde anhand der Analyse der Transatlantic Trends Studie des German Marshall Fund untersucht.

Die „Transatlantic Trends 2009“ Studie wurde anhand einer Befragung von 12095 Personen aus zwölf europäischen Ländern und den USA erstellt, die in der Zeit zwischen 9. Juni 2009 und 1. Juli 2009 durchgeführt wurde. Die dreizehn Länder, aus welchen jeweils in etwa 1000 Personen über 18 Jahren telefonisch befragt wurden, waren Deutschland, Italien, die Niederlande, Portugal, Frankreich, Spanien, das Vereinigte Königreich, Bulgarien, die Slowakei, Rumänien, Polen, die Vereinigten Staaten von Amerika sowie die Türkei (vgl. Bohlen 2009).

Die umfangreiche Studie wird mit der grundlegenden Schlussfolgerung, dass das Ansehen der USA durch die Amtsübernahme Barack Obamas stark gestiegen ist und dass George W. Bush in Europa äußerst unpopulär war eröffnet:

„After his first half-year in office, U.S. President Barack Obama had nearly reversed the collapse in public support for the United States witnessed across much of Europe under his predecessor, President George W. Bush. In the wake of the Iraq War, the Bush years were marked by record low European backing for America. But the Obama era started out with an unprecedented surge in popularity for the new U.S. president and for American global leadership. Indeed, in mid 2009, Obama enjoyed far more support in Germany, Britain, and even France, than he did in the United States. Such sentiments provide a popular foundation for a revitalization of U.S.-European ties.“ (Bohlen 2009, S.3)

Anhand des verhältnismäßig großen Samples ($n = 12095$) sowie des Umfangs und der Art der Fragen, ließen sich von den Ausarbeitenden der Transatlantic Trends Studie eine Reihe interessanter Schlussfolgerungen ziehen, die hier in Folge zusammengefasst werden. Um den Vergleich mit der Bush-Regierung anstellen zu können, werden in der Studie als Vergleichswert die Ergebnisse der Transatlantic Trends Studie aus dem Jahr 2008 herangezogen, als George W. Bush noch im Amt war.

Ein wesentlicher Stein des Anstoßes war für die Befragten der Europäischen Union und der Türkei der Umgang der Regierung Bush mit außenpolitischen Agenden. Nur 19% der Befragten unterstützten im Jahre 2008 die Vorgehensweise der Bush-Regierung, wohingegen Barack Obama in seiner kurzen Amtszeit bereits auf 77% europaweite Zustimmung bauen konnte (vgl. Bohlen 2009). Ein ebenso hoher Prozentsatz der Europäerinnen und Europäer, nämlich 77% befinden Obama als einen guten Präsidenten, von dem sie persönlich viel halten, in den USA lag dieser Wert lediglich bei 57%, war aber verglichen mit den letzten „Approval Rates“ George W. Bushs, die im November 2008 einen Tiefstand von 25% unter der amerikanischen Bevölkerung erreichten (vgl. Saad 2009) deutlich höher als der Wert seines Vorgängers.

Ebenfalls signifikant ist der Unterschied der Zustimmungsraten Obamas zwischen Befragten der östlichen Länder Europas, also den neuen EU-Mitgliedsstaaten und den Ergebnissen aus Westeuropa. Während die Bevölkerung der neuen EU-

Mitglieder Obama „nur“ zu 60% in positivem Lichte sahen und lediglich 53% ein positives Bild von den USA hatten, lag dieser Wert in den alten EU-Staaten bei beachtlichen 86% (Obama-Zustimmung) bzw. 63% (Positives Amerikabild) (vgl. Bohlen 2009).

Auch meinten lediglich 25% der Befragten aus den Ländern im Osten des europäischen Kontinents, dass sich die Beziehungen zwischen den USA und Europa im vergangenen Jahr verbessert hätten, während die Bewohnerinnen und Bewohner im Westen des Kontinents dies zu 43% bejahen konnten (vgl. Bohlen 2009).

Seit dem Jahr 2000 litten die transatlantischen Beziehungen zwischen Europa und den Vereinigten Staaten unter zusehends größer werdenden Problemen. Die vom Kabinett Bush angezettelten Kriege im Irak und in Afghanistan aber auch die ignorante US-Klimapolitik stießen in Europa auf wenig Gegenliebe. Sowohl das Ansehen des Präsidenten der Vereinigten Staaten als auch das Gesamtbild, das die Europäerinnen und Europäer von den USA hatten, sanken auf ein historisches Tief. Durch die Wahl Barack Obamas zum 44. Präsidenten der Vereinigten Staaten erfuhren die Popularitätswerte der Vereinigten Staaten und des Präsidentenamtes bzw. dessen Inhabers einen schlagartigen Aufschwung, der von den Autorinnen und Autoren als „Obama Bounce“ bezeichnet wird (vgl. Bohlen 2009).

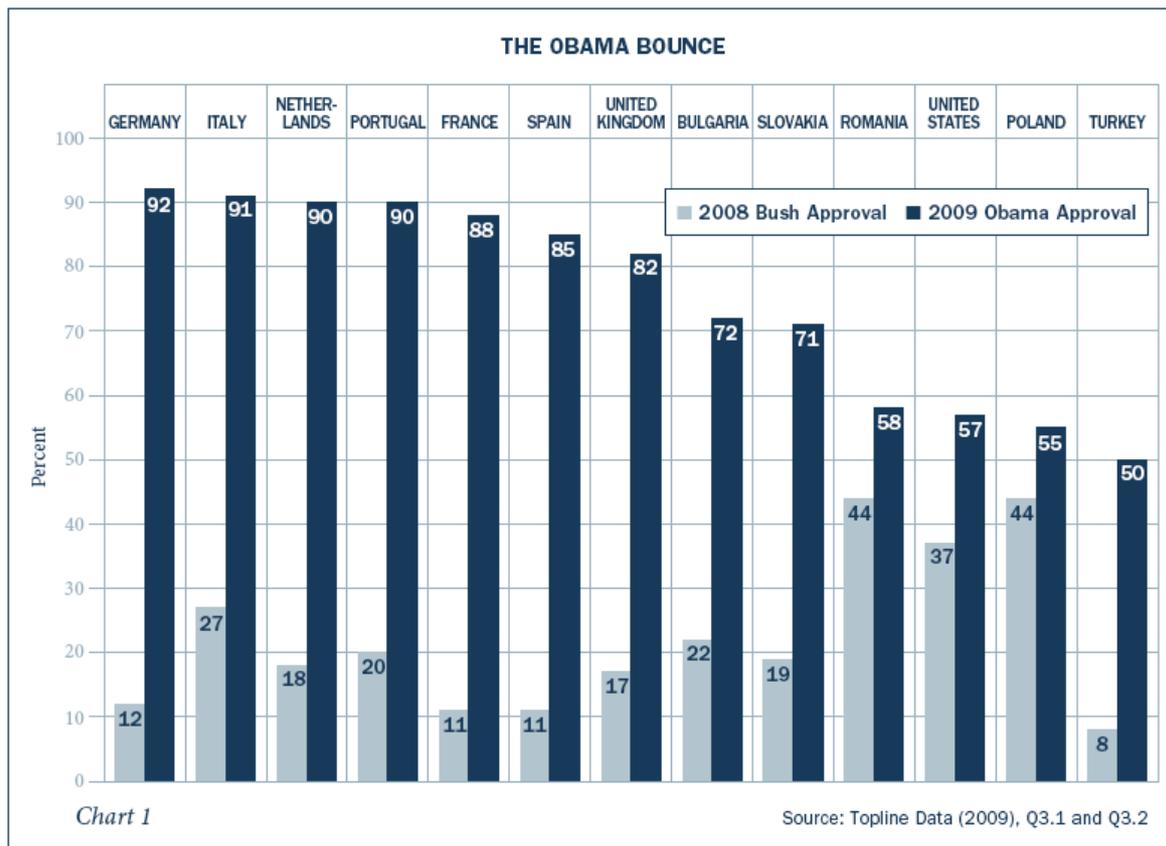


Abbildung 10 - "The Obama Bounce"

Wie anhand der obenstehenden Grafik zu erkennen ist, hat Obama bei den Befragten aus Deutschland eine um 80% höhere Zustimmungsrate als sein Vorgänger George W. Bush. Selbst in solchen Ländern wie Rumänien oder Polen, wo der republikanische Präsident und auch der US-amerikanische Leadership Status aufgrund der NATO-Mitgliedschaft dieser beiden ehemaligen Warschauer Pakt Mitgliedsstaaten größeres Ansehen genossen haben (vgl. Varwick 2005), lagen die Zustimmungswerte Obamas deutlich über jenen von George W. Bush.

Durchschnittlich lagen die Zustimmungswerte Obamas 58% über jenen seines Vorgängers. Dieser massive Umschwung war die größte Änderung eines Indikators innerhalb eines Jahres seit Bestehen der regelmäßig durchgeführten Transatlantic Trends Studien (vgl. Bohlen 2009).

Was definitiv aus der vorliegenden Transatlantic Trends Studie herauszulesen ist, ist die Tatsache, dass George W. Bush in Europa und zuletzt auch in den USA selbst äußerst unpopulär war, sprich eine schlechte Performance abgeliefert hat. Die unipolare Politik der Bush-Regierung, die beiden begonnenen Kriege in Afghanistan und im Irak sowie vor allem die amerikanische Wirtschafts- und Umweltpolitik

standen im groben Gegensatz zu europäischen Wertvorstellungen. Die außenpolitische, multilaterale, konsensorientierte Ausrichtung Obamas, wie auch sein Umgang mit der Umweltproblematik und der damals aktuellen weltweiten Finanz- und Wirtschaftskrise waren dagegen viel mehr nach dem Geschmack der Europäerinnen und Europäer. (vgl. Bohlen 2009)

7.2. Wahlkampf 2.0. – Der Einsatz neuer Medien

”Der Vorwahlkampf der Demokraten hat das Netz erreicht und bewegt dort eine Menge. Für keinen der Kandidaten wirkt sich das so positiv aus wie für Barack Obama. Mehr noch als dies der demokratische Underdog Howard Dean im Wahlkampf 2004 war, ist Obama der Kandidat, ja der Champion der Netznutzer.“ (Patalong 2008)

Der ”Champion der Netznutzer”, wie Obama in obigem Zitat genannt wird, wusste im Präsidentschaftswahlkampf 2008 das Internet gekonnt für seine Kampagne einzusetzen. Auf sogenannten „Social Network“-Seiten, allen voran „Facebook“,

konnte das 95-köpfige Internetwahlkampfteam von Obama, dem auch Facebook-Mitbegründer Chris Hughes angehörte, mehrere Millionen „Fans“ mobilisieren, welche die Kandidatur Obamas mehr oder weniger aktiv über das Internet unterstützten (vgl. Brühl 2009). Eine Umfrage des Pew Research Center hat ergeben, dass bei der Zielgruppe der 18 bis 29-jährigen Wähler- und Wählerinnenschaft das Internet mit einem Anteil von 42% die wichtigste Bezugsquelle für Informationen über den Präsidentschaftswahlkampf 2008 ist, wie anhand Abbildung 11 zu

<i>Regularly learn something from...</i>	18-29	30-49	50+	Age gap
Local news	25	39	50	-25
Sunday political TV	4	12	21	-17
Nightly network news	24	28	40	-16
Daily newspaper	25	26	38	-13
Public TV shows	6	12	14	-8
Morning TV shows	18	21	25	-7
Religious radio	5	8	12	-7
Cable news networks	35	36	41	-6
National Public Radio	13	19	19	-6
Cable political talk	12	11	18	-6
News magazines	8	9	13	-5
Talk radio	12	16	17	-5
TV magazine programs	21	19	25	-4
C-SPAN	6	9	9	-3
Lou Dobbs Tonight	7	5	8	-1
Late-night talk shows	10	8	9	+1
Comedy TV shows	12	7	6	+6
Internet	42	26	15	+27
Internet in 2004	20	16	7	+13

Abbildung 11 - Die Rolle des Internets als Bezugsquelle für Informationen

erkennen ist. Zudem konnten die zahlreichen Unterstützerinnen und

Unterstützer des Präsidentschaftskandidaten ihre, durchgehend freiwillig

organisierten, Wahlkampfaktionen über die eigens dafür eingerichtete Homepage my.barackobama.com koordinieren bzw. Interessierte konnten sich hier über die Wahlkampagne informieren und nachsehen, wo in ihrer Nachbarschaft die nächste „Obama Wahlkampfparty“ abgehalten werden würde (vgl. Brühl 2009). Schnell und kostengünstig konnten über das Internet hunderttausende Sympathisantinnen und Sympathisanten erreicht und informiert werden. Über die Plattform my.barackobama.com bestand jedoch auch die Möglichkeit, für alle Registrierten, direkt mit dem Wahlkampfteam Obamas in Kontakt zu treten und eigene Wünsche und Anliegen zu äußern. Die Menschen wurden also in das „Agenda Setting“ miteingebunden. Einen Rekord erreichte das Obama-Internetwahlkampfteam mit einer marketingtechnisch besonders ausgereiften Aktion. Als feststand, dass Barack Obama beim Nominierungsparteitag der Demokraten im August 2008 zum offiziellen Präsidentschaftskandidaten seiner Partei gekürt werden würde, war es für Obama an der Zeit, seinen Vizepräsidentschaftskandidaten bzw. seine Vizepräsidentschaftskandidatin der Öffentlichkeit zu präsentieren. Weltweit wurde in den Medien im Vorfeld der Medien heftig spekuliert, wen Obama für das Amt seines oder seiner Vize nominieren würde (vgl. Dietrich 2008). Mit der, wie die Analysten von „Nielsen Marketing“ es ausdrückten „größten Mobile Marketing Aktion der Geschichte“ wurde die Nominierung Joe Bidens per SMS kundgetan. Nicht nur Anhängerinnen und Anhänger Obamas, sondern auch tausende Journalistinnen und Journalisten registrierten sich auf my.barackobama.com, um unter den Ersten zu sein, die den Namen jener Person erfahren würden, die von Obama für das Vizepräsidentschaftsamt nominiert werden würde. Beinahe drei Millionen Menschen seien mit dieser geschickten Marketingaktion erreicht worden, so die Analyse von „Nielsen Marketing“ (vgl. Becker 2008). Wahlkampfaktionen wie die eben beschriebene sind äußerst kostengünstig und liefern zudem wichtige Daten potentieller Wählerinnen und Wähler. Das Obama-Wahlkampfteam konnte mit dieser Aktion nicht nur eine breite Aufmerksamkeit auf sich ziehen und große Spannung aufbauen, sondern zudem noch Millionen von Telefonnummern sammeln, die im Laufe des weiteren Wahlkampfes effektiv eingesetzt werden konnten, um weitere Informationen per SMS zu versenden.

Der Aufbau sogenannter „phone banks“ hat sich bereits im Vorwahlkampf als äußerst effektiv erwiesen. So wurden beispielsweise mit ihren Telefonnummern registrierte Wählerinnen und Wähler kurz vor den jeweiligen Vorwahlen per SMS daran erinnert,

wählen zu gehen und zugleich mit wichtigen Informationen darüber, wo und wie sie wählen gehen können, versorgt. Auch konnte gezielt im Zielgruppenpool Hillary Clintons wahlgeworben werden, so fanden sich allein im Bundesstaat Virginia so viele Freiwillige, dass 5.000 Telefonate in spanischer Sprache geführt werden konnten, eine für Obama wichtige Aktion, da die Latino-Community zu einem großen Teil im Lager von Hillary Clinton angesiedelt war. Neben subtiler Unterstützung zahlreicher Bloggerinnen und Blogger wurde vor allem die junge Zielgruppe über das Internet durch den Einsatz zahlreicher von Musikvideos oder humorvollem „content“ mittels viraler Marketingmethoden²⁴ bei Laune gehalten (vgl. Stirland 2008).

Barack Obama konnte bis Anfang November 2008 die unglaubliche Summe von 650 Millionen US-Dollar an Wahlkampfspenden sammeln, ein Betrag, den vor ihm noch kein einziger Kandidat im Zuge eines US-amerikanischen Wahlkampfes auch nur annähernd anhäufen konnte (vgl. Brühl 2009). Obama hat den Großteil dieser Summe durch das Sammeln von hunderttausenden Klein- und Kleinstspenden aufbringen können. Über das Internet und allen voran über die Wahlkampfhompage my.barackobama.com konnten Unterstützerinnen und Unterstützer Obamas schnell und unkompliziert kleine Beträge spenden, oft waren dies nur wenige Dollar, rein durch die schiere Anzahl an Spenderinnen und Spendern konnte jedoch die gewaltige Summe von 650 Millionen US-Dollar gesammelt werden. Diese Methode des „Grassroots Fundraising“ wird wie folgt definiert:

„Grassroots Fundraising ist breit angelegtes Empfehlungsfundraising auf der Grundlage geteilter Geschichten und wird von Freiwilligen in einem von der NPO gesteckten öffentlichen Wirkungsrahmen praktiziert. Ausgangspunkt für das Empfehlungsfundraising ist eine persönliche Geschichte des Multiplikators, die er mit der Fallgeschichte der NPO verweben konnte, und deswegen weitererzählt. Die Fallgeschichte, die das Mission Statement der NPO umreißt, erhält Relevanz für diese Freiwilligen und ihre Freundeskreise, weil sie den

²⁴ Definition von viralem Marketing: „Virales Marketing ist die gewollte virusartige Verbreitung einer Botschaft. ... Virales Marketing und Virale Werbung verwenden Marketing-Methoden, welche vorhandene soziale Netzwerke suchen und so nutzen, um die Markenbekanntheit durch eine epidemische Verbreitung exponentiell zu steigern. Oft ist es die Weiterempfehlung eines Produktes, einer Dienstleistung oder einer Website, die dank Onlineunterstützung die exponentielle Verbreitung erst ermöglicht. Dadurch können in einer sehr kurzen Zeit sehr viele Leute erreicht werden.“ (vgl. <http://www.onlinemarketingbuch.info/viralesmarketing.html>)

Multiplikatoren Möglichkeiten zur Identifikation bietet.

Die NPO ermutigt und stärkt ihre Freiwilligen, in ihren privaten Netzwerken diese Geschichten zu erzählen und um finanzielle Unterstützung zu bitten.

Zur Definition der jeweils individuellen Geschichte bietet die NPO ihren freiwilligen

Fundraisern praktische Hilfestellungen als Fragen, Arbeitspapiere oder Workshops an. Sie überträgt ihre Fundraisingkompetenz an ihre Unterstützer und gibt ihnen on- und offline Instrumente an die Hand, die Fundraising erleichtern und ihre volle Dynamik in der von der NPO geschaffenen Struktur entfalten. Die technischen Möglichkeiten des Internets vereinfachen es, die Geschichten zu erzählen, sie zu

vervielfältigen und den Handlungsimpuls der Geschichte sofort in eine Spende zu kanalisieren. Der Einsatz von Grassroots Fundraising hängt vom Selbstverständnis und der Zielstellung der NPO ab.“ (Ripken 2010, S.2 - 3)

Neben der direkten Spendenmöglichkeit über die Homepage *my.barackobama.com* (siehe Abbildung 12) bot die Internetplattform auch die Möglichkeit, Wahlkampf- und Spendensammelpartys zu organisieren und zu koordinieren. Auch auf diesem Wege wurden abertausende Klein- und Kleinstspenden gesammelt (vgl. Brühl 2009).



Abbildung 12 - Screenshot der Homepage *my.barackobama.com*

Der seinesgleichen suchende Wahlkampf von Barack Obama und die vielen neuen, modernen Kommunikationsmittel, welche zur Verbreitung der Botschaften Obamas zum Einsatz kamen, spielten also ebenfalls eine wichtige Rolle, den Erfolg Obamas weiter zu steigern. Durch die Vermittlung des Gemeinsamkeitsgefühls, den Aufbau von Spannung (wie am SMS-Beispiel der Vizepräsidenten-nominierung zu erkennen), das gezielte Ansprechen einzelner Zielgruppen durch virales Marketing und letztlich durch das Miteinbeziehen hunderttausender Freiwilliger kann dieser (Internet-)Wahlkampf ohne Weiteres als einer der wohl erfolgreichsten in der US-amerikanischen Geschichte bezeichnet werden.

7.3. Das Obama Art-Movement

„Dear Shepard,

I would like to thank you for using your talent in support of my campaign. The political messages involved in your work have encouraged Americans to believe they can help change the status quo.

Your images have a profound effect on people, wheter seen in a gallery or on a stop sign. I am privileged to be a part of your artwork and proud to have your support. I wish you continued success and creativity.

Sincerely,

Barack Obama“ (Obama 2008f)

Mit diesem Brief brachte Barack Obama persönlich jenem Künstler, dessen heroische Darstellung Obamas um die Welt ging, dem Street-Art-Künstler Shepard Fairey, seinen Dank zum Ausdruck. Im Zuge des US-amerikanischen Präsidentschaftswahlkampfes entwickelte sich eine weltweite Bewegung von Künstlerinnen und Künstlern, die Barack Obama durch ihre künstlerische Tätigkeit unterstützten.

Es war ein Novum in der bis dahin 52-jährigen



Abbildung 13 - "Hope" von Shepard Fairey

Geschichte der im deutschsprachigen Raum äußerst populären Jugendzeitschrift „Bravo“. Im November 2008, nachdem Barack Obama zum 44. Präsidenten der USA gewählt wurde, widmete das Jugendmagazin dem designierten US-Präsidenten ein Poster. Es handelte sich hierbei um das „Kultposter“ aus der „Manifest of Hope“ Serie des Street Art Künstlers Shepard Fairey. Es war das erste Mal in der langjährigen Geschichte der Jugendzeitschrift, dass einem Politiker ein Poster gewidmet wurde (vgl. Fischer 2008).

Im Zentrum dieser Bildsprache, die zu einer wahren Kunstbewegung ausartete, stand das ikonische „Hope-Portrait“ des amerikanischen Street-Art-Künstlers Shepard Fairey. Faireys Hope-Portrait wurde zum Symbol der künstlerischen Auseinandersetzung mit der Person Barack Obama und dessen Visionen. Aus kunsthistorischer Perspektive wurde diesem aussagekräftigen Plakat ebenfalls große Aufmerksamkeit entgegengebracht und viele Vergleiche mit anderen ähnlich markanten künstlerischen Darstellungen von Persönlichkeiten wie Che Guevara, Mao Tse Tung oder Uncle Sam gezogen. So beschreibt beispielsweise Peter Klinger von der Plakatsammlung des Museums für Angewandte Kunst in Wien das Hope-Poster im Vergleich mit kubanischen Propagandaplakaten folgendermaßen:

„Und wirklich: typisch die Reduktion auf zwei Farben, der (vorgetäuschte) Siebdruck. Der kühne, visionäre Blick in die Weite, in die Zukunft, erinnert klar an die berühmte Che-Guevara-Pose, nur dass dieser nach rechts sieht, Obama nach links.“ (Spiegler 2009)

Der 1970 geborene Fairey versucht in seinem Buch „Art for Obama – Designing Manifest of Hope an the Campaign for Change“, dessen Erlöse er gänzlich wohltätigen Zwecken spendet, zu erklären, welche Faszination Obama auf die Kunstszene ausübte und wie er und andere Künstlerinnen und Künstler dazu motiviert wurden, Obamas Kampagne zu unterstützen. Die in der vorliegenden Arbeit schon vielfach erwähnte *Keynote Address* Barack Obamas am Parteitag der Demokraten im Sommer 2004 war auch jener Zeitpunkt, an dem Fairey das erste Mal von Obama hörte. Der Street-Art-Künstler war auf Anhieb begeistert von der Rhetorik und den Botschaften des damaligen State-Senators Barack Obama und begann damit, im Internet Erkundigungen über Obamas politische Arbeit und dessen Standpunkte einzuholen. Der Kampf gegen die Lobbyisten Washingtons und Obamas Opposition zum Irakkrieg waren mit Shepards eigenen Ansichten konform

und so steigerte sich dessen Begeisterung für Obama noch weiter, da Fairey bereits zu diesem Zeitpunkt viele Kunstprojekte mit kritischen politischen Inhalten realisierte (vgl. Fairey 2009). Shepard Fairey wurde 1989 durch seine Sticker-Kampagne „Obey Giant“ bekannt. Fairey produzierte Sticker mit dem düsteren Antlitz des französischen Profiringers Andre The Giant, welche von dem Wort „obey“, also „gehörche“, geschrieben in großen Lettern, gesäumt waren. Überall in den USA wurden diese Sticker angebracht, diese Art von künstlerischer Verbreitung wird auch „Guerilla-Methode“ genannt. Zwar hatten diese Sticker keine tiefere Bedeutung, jedoch riefen sie in den Betrachtenden dennoch gewisse Reaktionen vor, regten diese zum Nachdenken darüber an, wer gehorchen sollte, wem gehorcht werden sollte. In einem später veröffentlichten Manifest erklärte Fairey mit Bezug auf Heidegger, dass seine Kampagne als philosophisches Experiment der Phänomenologie²⁵ bezeichnet werden könnte (vgl. Fischer 2008). Fairey gilt zudem als Vertreter der „Appropriation Art“, eine Kunstströmung bei welcher Motive von erprobten Vorbildern abgekupfert bzw. „gestohlen“ werden. So hat Fairey beispielsweise für ein Antikriegssujet Kolo Mosers 1901 für die Zeitschrift „Ver Sacrum“ entworfenes Sujet eines Jugendstil-Frauenkopfes übernommen (vgl. Spiegler 2009). Da Shepard Fairey bereits seit geraumer Zeit Kunstwerke mit politischem Inhalt produzierte, so beispielsweise im Jahre 2004, als er den damaligen US-Präsidenten George W. Bush als Vampir

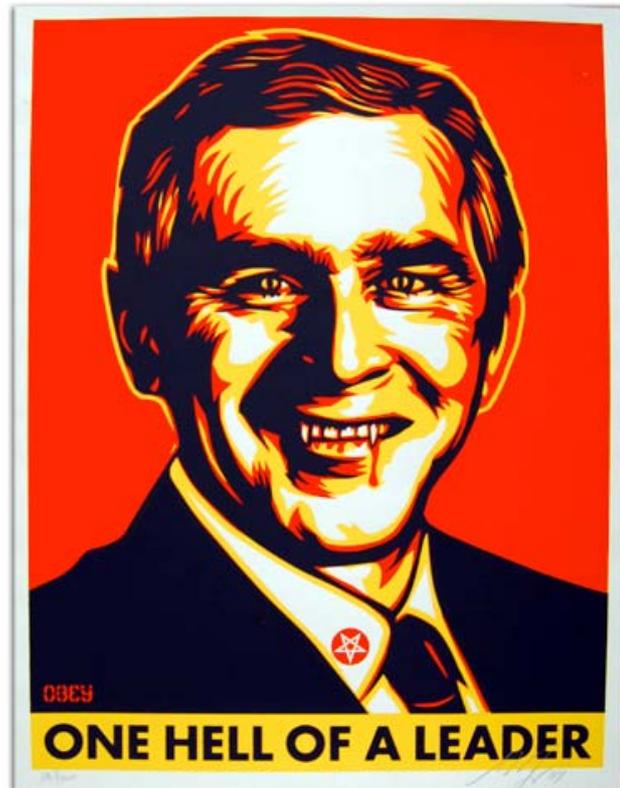


Abbildung 14 - "One Hell of a Leader" von Shepard Fairey

²⁵ Die Phänomenologie ist eine zeitgenössische Strömung der Philosophie, begründet von Edmund Husserl. Sie zieht sich zu großen Teilen auch durch die Werke des Philosophen Martin Heidegger. Vereinfacht ausgedrückt kann Phänomenologie als eine die Sachen selbst beschreibende Art und Weise des Philosophierens bezeichnet werden, also die Suche nach dem Sinn der Sache selbst (Römpp 2006).

darstellte (siehe Abbildung 14), stand für ihn fest, dass er, nachdem er von Obamas Ankündigung, bei den Vorwahlen um die Kandidatur für das US-amerikanische Präsidentenamt mitmischen zu wollen, diesen auf künstlerische Art und Weise unterstützen wollte. Fairey habe in diesem Falle jedoch, so schreibt er in seinem Buch, ungewöhnlich vorsichtig agiert. Als Guerilla-Künstler und Vertreter der Appropriation Art hat sich Fairey bisher nicht dazu gemüßigt gefühlt, die von ihm Portraitierten um entsprechende Erlaubnis zu fragen oder urheberrechtliche Bestimmungen zu beachten, weswegen Fairey auch bereits 15 mal verhaftet wurde. Fairey wollte keine Bürde für Barack Obama darstellen, er wollte nicht, dass Obama als zu radikal oder zu weit außerhalb des Mainstreams liegend angesehen wurde, nur weil er von dem Street-Art-Künstler unterstützt worden wäre. So bat Fairey seinen langjährigen Freund Yosi Sergant, der Kontakte zum Wahlkampfteam Obamas hatte, bei diesem nachzufragen, was sie von Faireys Plänen, Obamas Kampagne zu unterstützen, halten würden. Anfang 2008, nur wenige Wochen vor dem Super Tuesday bekam Fairey das Ok von Obamas Wahlkampfzentrale (vgl. Fairey 2009). Fairey beschreibt in seinem Buch die Beweggründe, sich dermaßen engagiert für Obama einzusetzen auf folgende Art und Weise:

„As an artist, the things that really struck me about Obama were his sincerity and idealism. Through his speeches, he seemed to inspire people to think about what this country could be, how we should all strive to live up to the ideals of the founding fathers: that everyone is created equal, and is equally entitled to life, liberty, and the pursuit of happiness. When I made the Hope portrait, I wanted to capture this idealism, vision and his contemplative nature, this last one of the most overlooked qualities that a strong leader embodies.

...

With my illustration, I wanted to convey that Obama had vision – his eyes sharply focused on the future – and compassion, that he would use his leadership qualities for the greater good of America in a very patriotic way. I used a photo for reference (...), and gave the illustration a patriotic color scheme, dividing the face into the red shadow side and the blue highlight side, to convey the idea of blue and red states, Democrats and Republicans, who are frequently in opposition, converging.“ (Fairey 2009, S.7)

Wie auch all seine anderen Kunstobjekte verbreitete Fairey seine Illustration mittels Grassroots-Movement-Werkzeugen. Nachdem Fairey das Poster fertiggestellt hat, stellte er dieses online, druckte Poster und Sticker mit dem Hope-Motiv aus und brachte sie in ganz Los Angeles an und verschickte viele davon an Bekannte überall in den USA, damit diese auch dort die Sticker und Poster aufhängten. Im Internet verbreitete sich das Sujet rasend schnell, die meisten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Obama-Kampagne verwendeten das Bild in ihrerer E-Mail Signatur und auf sozialen Netzwerken wie MySpace oder Facebook. Schon bald erteilte Fairey ein Anruf von Scott Goodstein, dem Internet- und SMS-Wahlkampfleiter Obamas, der sich mitunter auch für die in Kapitel 7.2. beschriebene SMS-Wahlkampfaktion verantwortlich zeigte, mittels welcher 3 Millionen Menschen erreicht werden konnten (vgl. Linthicum 2009). Goodstein, der Faireys Poster in höchsten Tönen lobte, fragte bei diesem an, ob er nicht weitere Sujets entwerfen wolle, die als Poster und Sticker auf der Wahlkampfhompage Obamas verkauft werden könnten. Fairey stimmte zu und entwarf weitere Sujets für diesen Zweck, wodurch die Manifest Hope Plakatserie entstand. Faireys Poster und Sticker entwickelten sich zum Verkaufsschlager und waren bald überall in den USA aber auch in anderen Teilen der Welt zu sehen. Schon bald taten es ihm andere Künstlerinnen und Künstler gleich und entwarfen eine Vielzahl an Postern, Stickern und anderen Kunstobjekten, die Obamas Kampagne unterstützen sollten. Fairey bezeichnet das Geschehen nach Obamas Nominierung zum Präsidentschaftskandidaten der Demokraten als Dominoeffekt. Wie ein Lauffeuer verbreiteten sich seine und die Darstellungen hunderter weiterer Künstlerinnen und Künstler im ganzen Land. Die Kunst, so Fairey, diene in diesem Fall als mächtiges Kommunikationsmittel, als Propagandainstrument, das jedoch im Falle Obamas eine gewisse Legitimation hat. Denn durch die ikonenhafte Darstellung Obamas, so der Künstler, werden dessen Botschaften noch weiter unterstrichen, es wird eine Symbolik geschaffen, durch welche Obama einem Heiligen, einer Erlöserfigur gleich, dargestellt wird und dazu beiträgt, sich für diesen zu engagieren und für die Umsetzung seiner Visionen zu kämpfen (vgl. Fairey 2009).

Faireys Illustrationen fanden ihren Weg auf die Titelblätter von Zeitungen und Magazinen, sie wurden und werden landauf, landab in Galerien und Museen ausgestellt und werden sogar, wie eingangs zu erfahren war, in Jugendzeitschriften als Poster für jugendliche Obama-Fans zur Verfügung gestellt (vgl. Fischer 2008). Faireys Illustrationen sind ohne Zweifel jene mit dem größten Bekanntheitsgrad und

waren wesentlicher Bestandteil der erfolgreichen Grassroots-Kampagne Barack Obamas und konnten letztlich auch mit zu dessen historischem Wahlerfolg beitragen.

8. Schlussfolgerungen

Anhand der Ergebnisse der im vorherigen Kapitel untersuchten *Transatlantic Trends Studie* zeigt sich, dass Barack Obama, mittlerweile Präsident der Vereinigten Staaten von Amerika, tatsächlich innerhalb und außerhalb der USA über hervorragende Zustimmungswerte, vor allem im direkten Vergleich zu seinem Amtsvorgänger George W. Bush, verfügt. (vgl. Bohlen 2009)

Welchen Anteil hatte nun Barack Obamas Rhetorik an dessen Wahlerfolg und an seinen hohen Zustimmungswerten? Eine am 6. Oktober 2008 vom Gallup Institut veröffentlichte Umfrage unter 900 18- bis 29-jährigen US-Amerikanerinnen und Amerikanern zeigt auf, dass 67% der Befragten Barack Obama als „*inspiring*“ (vgl. Newport 2009, S.531) bezeichnen, jedoch nur 18% der Befragten diese, zweifellos auf die Art und Weise der Politikvermittlung zurückgehende, Eigenschaft John McCain zusprachen. Auch in einer bereits in der Zeit zwischen 14. und 16. Mai 2008 durchgeführten Gallup-Umfrage gaben 67% der Befragten an, dass Obama glaubhafte Visionen für die Zukunft der USA habe. (vgl. Newport 2009) Auch anhand einer direkt nach den Präsidentschaftswahlen an 17.836 Personen durchgeführten Umfrage, dem National Exit Poll, zeigt sich, dass für die Mehrheit der Wählerinnen und Wähler die Eigenschaft, *change* zu verwirklichen die wichtigste Charaktereigenschaft des Präsidentschaftskandidaten ihrer Wahl war. 89% jener Wählerinnen und Wähler, welche diese Angabe machten, gaben letztlich Barack Obama ihre Stimme. (vgl.

<http://www.cnn.com/ELECTION/2008/results/polls/#val=USP00p6>)

Which Candidate Quality Mattered Most?

Total	D Obama	R McCain	O Other/No Answer
Shares My Values (30%)	32%	65%	3%
Can Bring Change (34%)	89%	9%	2%
Experience (20%)	7%	93%	N/A
Cares About People (12%)	74%	24%	2%

Abbildung 15 - Ergebnisse des National Exit Polls 2008

Angesichts der Tatsache, dass die Vermittlung von politischen Inhalten, gerade auch während des US-amerikanischen Wahlkampfes, über die Massenmedien stattgefunden hat, lässt anhand obiger Umfrageergebnisse darauf schließen, dass Obamas Rhetorik als Instrument zur Kommunikation und Vermittlung von dessen Botschaften und damit zur Meinungsbildung bei den Wahlberechtigten maßgeblich beigetragen hat. Selbstredend beziehen Wählerinnen und Wähler ihre Informationen nicht nur direkt von den Politikerinnen und Politikern, sondern auch über Dritte, im häufigsten Fall über die Massenmedien. (vgl. Brühl 2009) Wie sich jedoch, in gegebenem Falle, zum Vorteil Barack Obamas herausgestellt hat, ließen sich auch die Journalistinnen und Journalisten größtenteils von Obamas Rhetorik soweit begeistern, dass dies in überdurchschnittlich positiver medialer Berichterstattung über Barack Obama, vor allem verglichen mit Hillary Clinton und John McCain, endete. (vgl. Just 2008a und Just 2008b)

Aus der in Kapitel 2 gewonnenen Erkenntnis, dass die Anforderungen an Politikerinnen und Politiker, um im Zusammenspiel von erfolgreicher Politikvermittlung und den Massenmedien neben attraktiven inhaltlichen Positionen vor allem die Fähigkeit der rhetorischen Überzeugungskraft von Nöten ist, (vgl. Sarcinelli 2008) geht hervor, dass im Allgemeinen die Rhetorik eines Politikers oder einer Politikerin ein wesentlicher Bestandteil am politischen Erfolg ist.

Wie bereits zu Beginn der Arbeit, anhand der Schlussfolgerungen verschiedener Obama-Biografinnen und Biografen (vgl. Marschall 2009, Waldenfels 2010, Mendell 2007, Thomas 2008, Plouffe 2009) belegt wurde, ist Barack Obamas Rhetorik tatsächlich ein zentraler Bestandteil von dessen politischen Erfolgen und auch Mitursache für dessen Popularität. Es waren die für Barack Obama spezifischen Elemente seiner Rhetorik, seine universalistisch-konsensorientierte Perspektive, das glaubhafte Vermitteln von *hope* und *change*, der offenerzige Umgang mit eigenen Fehlern (vgl. Kienpointner 2010) und seiner eigenen Lebensgeschichte, die Obama häufig als Parabel einsetzte, (vgl. Marschall 2009) aber auch die Art und Weise, seiner Zuhörerschaft auf Augenhöhe gegenüberzutreten (vgl. Leanne 2009), die ihn von seinen Kontrahentinnen und Kontrahenten unterschieden.

Gerade im direkten Vergleich mit John McCain wurde klar, wie sich Obama mit einfachen Mitteln, wie der Verwendung des Wortes „wir“, welches er auch häufig in seinen Reden einsetzt, um die geplante, gemeinsame Umsetzung seiner Visionen zu skizzieren, ein starkes Gemeinsamkeitsgefühl zu vermitteln vermochte, (vgl. Scharloth 2008) stilistisch von John McCain abgrenzen konnte. Der semantische Vergleich von Barack Obama und John McCain, der im Rahmen des Semtracks-Projekts der Universität Heidelberg angestellt wurde, zeigt auf, dass tatsächlich gravierende Unterschiede in der Komplexität der Rhetorik der beiden Politiker, aber auch in der Art und Weise das Publikum anzusprechen bestehen. (vgl. Scharloth 2008) Die schiere Existenz von Unterschieden zwischen der Rhetorik zweier Politikerinnen oder Politiker liefert jedoch noch keinen Hinweis auf die Qualität und die Wirkung der gesprochenen Worte. Auch hier lieferten Umfragen, vordergründig jene des Gallup-Institutes, einen Hinweis auf die Resonanz in der Bevölkerung. Am Beispiel der ersten Fernsehdebatte zwischen Barack Obama und John McCain, lassen die Umfrageergebnisse, die zu 46% Barack Obama und lediglich zu 34% John McCain als Sieger des Duells sahen, (vgl. Newport 2009) darauf schließen, dass zumindest in der Sicht der Befragten Barack Obama derjenige war, der rhetorisch in höherem Maße überzeugen konnte.

Ein weiteres Indiz für eine offensichtlich bleibenden Nachdruck hinterlassende Rhetorik Barack Obamas sind die in dieser Arbeit zitierten Kommentare, Reaktionen und Einschätzungen, die sogar soweit gehen, Barack Obamas Rhetorik mit jener Martin Luther Kings (vgl. Leanne 2009), John F. Kennedys (vgl. Marschall 2009) oder

Abraham Lincolns (vgl. Wills 2008) gleichzusetzen oder zumindest mit dieser zu vergleichen. Die breite, mediale Resonanz auf bestimmte Reden Obamas, wie die *Keynote Address* 2004 (vgl. Waldenfels 2010) oder die „A More Perfect Union“-Rede (vgl. Newton-Small 2008), welchen maßgebliche Bedeutung und Relevanz zugesprochen wurde, ist ein weiterer Hinweis darauf, dass Obamas Reden tatsächlich einen nachhaltigen Eindruck hinterlassen.

Selbstverständlich zeigte sich nicht alleine die Rhetorik Barack Obamas für dessen Wahlerfolg und dessen hohe Zustimmungswerte verantwortlich. So war beispielsweise der innovative Wahlkampf unter zur Hilfenahme der neuen Medien, wie von Jannis Brühl beschrieben, mit ausschlaggebend für Obamas Erfolge. (vgl. Brühl 2009) Auch trug die große Verbreitung des ikonischen *Hope* Portraits von Shepard Fairey, der jedoch wiederum laut eigenen Angaben aufgrund der faszinierenden Rhetorik zur Kreation eben dieses Portraits inspiriert wurde, (vgl. Fairey 2009) ihren Teil zur Popularität Obamas bei. (vgl. Fischer 2008) Ein weiterer Faktor, der Obama viele Sympathien beschert hatte, war die Tatsache, dass Obama schlichtweg nicht George W. Bush ist. (vgl. Bohlen 2009) Die Performance der Regierung Bush, in welcher eine Reihe unbeliebter Maßnahmen, allen voran der Irakkrieg, umgesetzt wurde, äußerte sich in katastrophal niedrigen Zustimmungswerten George W. Bushs²⁶ und dem Wunsch der Bevölkerung der USA, aber auch großen Teilen der Weltöffentlichkeit, nach einer radikalen Abkehr von der unipolaren Politik der Bush-Ära. (vgl. Gärtner 2008) Barack Obama machte sich die schlechten Popularitätswerte George W. Bushs zunutze, indem er sich in seinen Reden glaubhaft von Bush distanzierte (vgl. Leanne 2009) und gleichzeitig seinen Kontrahenten John McCain häufig mit Bush in Verbindung brachte und behauptete McCain würde die Linie des unbeliebten Amtsinhabers fortsetzen. (vgl. Scharloth 2008)

Anhand der obenstehend gebrachten Beispiele zeigt sich, dass auch jene Faktoren, die nicht unmittelbar mit Obamas Rhetorik zu tun haben, durch Obamas Rhetorik genützt werden konnten, oder gar erst durch diese im Zuge seiner Reden zum Vorschein kamen.

²⁶ Die Zustimmungswerte George W. Bushs lagen am Ende seiner Amtszeit lediglich bei 25% (vgl. Saad 2009)

Die aus den in dieser Arbeit untersuchten Themengebieten hervorgehenden Schlussfolgerungen zeigen also auf, dass Barack Obamas politischer Erfolg tatsächlich zu einem wesentlichen Teil seinen, sich deutlich von anderen Politikerinnen und Politikern unterscheidenden, rhetorischen Fähigkeiten zu verdanken ist, wie auch von Shel Leanne festgehalten wird:

„Die Grundlage für die Leistungen Obamas ist seine Kommunikationskompetenz. Seine hervorragenden rednerischen Fähigkeiten haben dazu beigetragen, ein „Phänomen“ in Gang zu setzen, und jeweils bis zu 75000 Menschen in seine Wahlkampfveranstaltungen gelockt. Beobachter haben – mit Blick auf Obamas Leistung, mehr Wähler als je zuvor zu mobilisieren – seinen Einsatz mehr als bloß eine Wahlkampagne genannt; sie sprechen von einer ‚Bewegung‘.“ (Leanne 2009, S.13)

Nicht zuletzt aufgrund obenstehender Einschätzung, sondern auch aufgrund der Tatsache, dass Obama innerhalb von nur wenigen Jahren von einem weitgehend unbekanntem Politiker zum mächtigsten Mann der Welt aufgestiegen ist und sich zudem mit einem Friedensnobelpreis (vgl. Ottmann 2009) schmücken darf, kann wohl zurecht behauptet werden, dass Barack Obama eines der größten politischen Talente unserer Zeit ist und über ein hervorragendes rhetorisches Talent verfügt, welches letztlich wesentlich für all seine Erfolge mitverantwortlich war und wohl auch in Zukunft sein wird.

Literaturverzeichnis

Baumgarten, Hans (1998): Compendium Rhetoricum. Die wichtigsten Stilmittel. Eine Auswahl, Göttingen

Blaseio, Gereon *et al* (2005): Popularisierung und Popularität, Köln

Burns, James MacGregor (1978): Leadership, New York, NY

Büttner, Vivian (2009): Ready Steady Gobama – British and German Press Coverage on Barack Obama's Inauguration as the 44th U.S. President: A Critical Discourse Analysis, Marburg

Canavan, Gary (2010): Person of the Year: Obama, Joker, Capitalism, Schizophrenia, in: Murray, Leah A. (Hg.) (2010): Politics and Popular Culture, Cambridge, S.2 - 13

Demny, Oliver (2004): Die Wut des Panthers - Die Geschichte der Black Panther Party - Schwarzer Widerstand in den USA, Münster

Donges, Patrick (2008): Politische Akteure in institutionellen Kontexten, in: Pollak, Johannes *et al* (Hg.) (2008): Politik und Persönlichkeit, Wien, S.37 - 50

Fairey, Shepard und Gross, Jennifer (2009): Art for Obama, Designing Manifest of Hope and the Campaign for Change, New York, NY

Fraenkel, Ernst (1976): Das amerikanische Regierungssystem, Leverkusen

Frédéric, Madeleine (1985): La répétition. Étude linguistique et rhétorique., Tübingen

Freund, Eugen (2008): Präsident Obama – Der lange Weg ins Weiße Haus, Klagenfurt

Gärtner, Heinz (2008): Obama – Weltmacht was nun?, Wien

Gerste, Ronald D.; Schöningh, Ferdinand (2008): Duell ums weisse Haus – Amerikanische Präsidentschaftswahlen von George Washington bis 2008, Paderborn

Ginsberg, Benjamin *et al* (2009): We the People – An Introduction to American Politics, New York, NY

Goodin, Robert E. (1996): *Institutions and Their Design*, in: Goodin, Robert E. (Hg.): *The Theory of Institutional Design*, Cambridge

Gössler, Stefan (2009): *Barack Obama – Rhetorik einer Erfolgsgeschichte*, Norderstedt

Guthman, Edwin O.; Shulman, Jeffrey (1988): *Robert Kennedy In His Own Words*, London

Heideking, Jürgen; Mauch, Christof (2008): *Geschichte der USA*, Tübingen

Huber, Sascha (2008): *Personalisierung der Politik, Informationsverarbeitung und institutioneller Kontext*, in: Pollak, Johannes *et al* (Hg.) (2008): *Politik und Persönlichkeit*, Wien, S.139 - 154

Jankowitsch, Regina M. (2008): *Political Leadership*, in: Pollak, Johannes *et al* (Hg.) (2008): *Politik und Persönlichkeit*, Wien, S.197 - 210

Kaiser, André (2001): *Die politische Theorie des Neo-Institutionalismus: James March und Johan Olsen*, in: Brodocz, André und Schaal, Gary S. (Hg.) (2001): *Politische Theorien der Gegenwart II*, Opladen, S.253 - 282

Kaschura, Kathrin (2006): *Politiker als Prominente – die Sicht der Zuschauer*, in: Belwe, Katharina *et al* (2006): *Aus Politik und Zeitgeschichte – Inszenierte Politik*, Ausgabe 7/2006, Frankfurt am Main, S.20 - 24

Krannawitter, Thomas L. (2005): *A Nation Under God: The ACLU and Religion in American Politics*, Lanham, MD

Leanne, Shel (2009): *Say it like Obama. The Power of Speaking with Purpose and Vision*, New York, NY

Liebhart, Karin (2008): *Das Private ist politisch werbewirksam*, in: Pollak, Johannes *et al* (Hg.) (2008): *Politik und Persönlichkeit*, Wien, S.101 - 120

Linde, Hans A. (2002): *U.S. Federalism and Election Law (Bush v. Gore)*, Berlin

Löbner, Sebastian (2003): *Semantik. Eine Einführung*, Berlin

Luhmann, Niklas (1996): *Die Realität der Massenmedien*, Opladen

- Manor, Arc (Verlag, 2008): Barack Obama vs John McCain – Complete Voting Records, Rockville, MD
- Marschall, Christoph von (2009): Barack Obama – Der schwarze Kennedy, Zürich
- Mendell, David (2007): Obama – From Promise to Power, New York, NY
- Miner, John B. (2005): Organizational Behavior 1 – Essential Theories of Motivation and Leadership, New York, NY
- Newport, Frank *et al* (2009): Winning the White House 2008 – The Gallup Poll, Public Opinion and the Presidency, New York, NY
- Obama, Barack Hussein (2004a): Dreams from My Father: A Story of Race and Inheritance, New York, NY
- Obama, Barack Hussein (2006): The Audacity of Hope, New York, NY
- Olive, David (2008): An American Story: The Speeches of Barack Obama, Toronto
- Owcarek, Maria (2010): Manipulation durch Rhetorik in der politischen Kommunikation, Wien
- Plouffe, David (2009): The Audacity to Win: The Inside Story and Lessons of Barack Obama's Historic Victory, New York, NY
- Pollak, Johannes *et al* (Hg.) (2008): Politik und Persönlichkeit, Wien
- Ripken, Alexandra (2010): Feldstudie „Grassroots Fundraising in den USA“, Georgenthal
- Römpp, Georg (2006): Heideggers Philosophie: Eine Einführung, Wiesbaden
- Sarcinelli, Ulrich (2008): Persönlichkeit und Politik, in: Pollak, Johannes *et al* (Hg.) (2008): Politik und Persönlichkeit, Wien, S.15 - 36
- Strauß Gerhard, Haß Ulrike, Harras Gisela (1989): *Brisante Wörter von Agitation bis Zeitgeist. Ein Lexikon zum öffentlichen Sprachgebrauch*, Berlin

Thomas, Garen (2008): Yes We Can – A Biography of President Barack Obama, New York, NY

Todd, Chuck; Gawiser, Sheldon (2009): How Barack Obama Won – A State By State Guide to the Historic 2008 Presidential Election, New York, NY

Varwick, Johannes (Hrsg.) (2005): Die Beziehungen zwischen NATO und EU. Partnerschaft, Konkurrenz, Rivalität?, Leverkusen

Waldenfels, Rudolf von (2010): Der schwarze Messias – Barack Obama und die gefährliche Sehnsucht nach politischer Erlösung, Gütersloh

Zitelmann, Arnulf (2009): Keiner dreht mich um: Die Lebensgeschichte des Martin Luther King, Weinheim

Zeitungen, Magazine, Artikel

Avolio, Bruce J. (2005): Authentic leadership development: Getting to the root of positive forms of leadership, in: Leadership Quarterly, Vol. 16, Amsterdam, S.315 - 338

Becker, Jan Hendrik (2008): Internet und SMS im US-Wahlkampf: Obama, der Datensammler, in: Tagesschau Online, <http://www.tagesschau.de/ausland/internetwahlkampf100.html> zuletzt geöffnet am 6.9.2010

Brühl, Jannis (2009): Präsident in der Einbahnstraße, in: Süddeutsche Zeitung, 14. Mai 2009, München, <http://www.sueddeutsche.de/politik/obama-auf-twitter-und-facebook-praesident-in-der-einbahnstrasse-1.441073> zuletzt geöffnet am 8.3.2011

Buchmann, Simone (2008): Rhetorik analysiert: Obama vs. McCain, in: MyScience.ch, http://www.myscience.ch/news/2008/rhetorik_analysiert zuletzt geöffnet am 5.3.2011

Cannon, Carl M. (2008): Global Poll: How the World Sees the 2008 Election, in: Reader's Digest, Ausgabe November 2008, Pleasantville, NY, http://wn.com/Reader's_Digest_Exclusive_Global_Poll_US_Election_2008 zuletzt

geöffnet am 8.3.2011

Dietrich, Nils (2008): US-Wahlen: Warten auf Obamas Vize, in: Rheinische Post, 21. August 2008, Düsseldorf, http://www.rp-online.de/politik/ausland/wahlen_in_den_usa/Warten-auf-Obamas-Vize_aid_605150.html zuletzt geöffnet am 8.3.2011

Filzmaier, Peter (2009): Obamas beschönigter Lebenslauf, in: Die Presse, 20. Jänner 2009, Wien, S.2

Fischer, Jonathan (2008): Wahlhelfer mit Guerilla-Prinzipien, in: Süddeutsche Zeitung, 1. Dezember 2008, München, <http://www.sueddeutsche.de/politik/obama-plakat-wahlhelfer-mit-guerilla-prinzipien-1.382192> zuletzt geöffnet am 8.3.2011

Formek, Scott (2009): The Obama Family Tree, in Chicago Sun Times Online <http://www.suntimes.com/images/cds/MP3/obamatree.pdf> zuletzt geöffnet am 19.2.2011

Fouhy, Beth (2008): McCain vergleicht Obama mit Paris Hilton, in: Stern, 31. Juli 2008, Hamburg, <http://www.stern.de/politik/ausland/us-wahlkampf-mccain-vergleicht-obama-mit-paris-hilton-632983.html> zuletzt geöffnet am 1.3.2011

Friesenbichler, Georg (2009): Rückzug vor Amtsantritt: Tom Daschle, in: Wiener Zeitung, 5. Februar 2009, Wien, S.5

Goldenberg, Suzanne (2008): Obama negotiates 30-minute TV spot with CBS, NBC and Fox, in: The Guardian, 10. Oktober 2008, London, <http://www.guardian.co.uk/world/2008/oct/10/uselections2008-barackobama> zuletzt geöffnet am 8.3.2011

Graczyk, Michael (2000): Hinrichtungen wie am Fließband, in: Der Spiegel, 25. Februar 2000, Hamburg, <http://www.spiegel.de/politik/ausland/0,1518,78113,00.html> zuletzt geöffnet am 8.3.2011

Gruber, Peter (2009): New Hampshire – Das Comeback der Totgesagten, in Focus Online http://www.focus.de/politik/ausland/uswahl/tid-8508/new-hampshire_aid_232796.html zuletzt geöffnet am 22.6.2010

Grynbaum, Michael M. (2008): Obama Pulls Ahead of Clinton in Superdelegates, in: New York Times, 10. Mai 2008, New York, NY,
<http://www.nytimes.com/2008/05/10/us/politics/09cnd-campaign.html> zuletzt geöffnet am 8.3.2011

Harper, Jennifer (2008): Obama's positive press sets record, in: The Washington Times, 6. Dezember 2008, Washington D.C.,
<http://www.washingtontimes.com/news/2008/dec/06/obamas-positive-press-sets-record/> zuletzt geöffnet am 8.3.2011

Harris, Paul (2008): Obama gets campaign back on track with Wyoming win, in: The Guardian, 8. März 2008, London,
<http://www.guardian.co.uk/world/2008/mar/08/obama.wins.wyoming.caucuses> zuletzt geöffnet am 8.3.2011

Healy, Patrick (2008): Obama Extends Streak to 10 and Makes Inroads Among Women, in: New York Times, 20. Februar 2008, New York, NY,
<http://www.nytimes.com/2008/02/20/us/politics/20elect.html> zuletzt geöffnet am 8.3.2011

Hertzberg, Hendrik (2008): Obama Wins, in: New Yorker, 17. November 2008, New York, NY,
http://www.newyorker.com/talk/comment/2008/11/17/081117taco_talk_hertzberg zuletzt geöffnet am 7.3.2011

James, Bonnie und Notley Katherine (2005): Gedenktage zum 7. März 1965, dem Blutsonntag von Selma, in: Homepage des Schiller-Institutes <http://www.schiller-institut.de/seiten/journal/archiv/blutsonntag.htm> zuletzt geöffnet am 18.9.2010

Kopperschmidt, Josef (1990): Gibt es Kriterien politischer Rhetorik? Versuch einer Antwort. In: *Diskussion Deutsch* 115, S. 479-501

Linthicum, Kate (2009): Barack Obama's Text Message Guru talks to The Ticket, in: LA Times Online <http://latimesblogs.latimes.com/washington/2009/01/obama-chief-tec.html> zuletzt geöffnet am 11.9.2010

Loven, Jennifer (2008): No Bailout Deal after McCain, Obama, Bush Meeting, in: The New York Sun, 25. September 2008, New York, NY,
<http://www.nysun.com/national/bush-mccain-obama-huddle-on-bailout-deal/86620/>
zuletzt geöffnet am 8.3.2011

Luo, Michael (2008): Obama Wins Mississippi Primary, in New York Times, 11. März 2008, New York, NY, <http://www.nytimes.com/2008/03/11/us/politics/11cnd-campaign.html> zuletzt geöffnet am 8.3.2011

Lyman, Rick (2006): Ann Richards, Plain-Spoken Texas Governor Who Aided Minorities, Dies at 73, in: New York Times, 14. September 2006, New York, NY,
<http://www.nytimes.com/2006/09/14/us/14richards.html> zuletzt geöffnet am 8.3.2011

Melber, Ari (2009): 100 Days of Obama Bashing on Fox, in: The Nation Online
http://www.thenation.com/blogs/state_of_change/431301/100_days_of_obama_bashing_on_fox_must_see_video zuletzt geöffnet am 22.1.2010

Meyer, Cordula (2008): Obama sucht den Weg aus der Sackgasse, in: Der Spiegel, 18. März 2008, Berlin <http://www.spiegel.de/politik/ausland/0,1518,542309,00.html>
zuletzt geöffnet am 1.3.2011

Murray, Shailagh und Cilliza, Chris (2007): Obama Jumps into Presidential Fray, in: Washington Post, 17. Jänner 2007, Washington D.C.,
<http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2007/01/16/AR2007011600529.html> zuletzt geöffnet am 8.3.2011

Nagourney, Adam (2008): Obama Takes Iowa in a Big Turnout as Clinton Falter; Huckabee Victor, in: New York Times, 4. Jänner 2008, New York, NY,
<http://www.nytimes.com/2008/01/04/us/politics/04elect.html> zuletzt geöffnet am 8.3.2011

Newton-Small, Jay (2008): Reaction to the Obama Speech, in: Time Online, 18. März 2008, <http://www.time.com/time/printout/0,8816,1723442,00.html> zuletzt geöffnet am 6.3.2011

Noonan, Peggy (2008): A Thinking Man's Speech, in: The Wall Street Journal Online, 21. März 2008,
http://online.wsj.com/article/SB120604775960652829.html?mod=googlenews_wsj

zuletzt geöffnet am 6.3.2011

Otterman, Sharon (2009): World Reaction to a Nobel Surprise, in: New York Times Online, 9. Oktober 2010 <http://thelede.blogs.nytimes.com/2009/10/09/world-reaction-to-a-nobel-surprise/> zuletzt geöffnet am 21.2.2011

Patalong, Frank (2008): Obama boomt im Internet, in: Der Spiegel, 11. Februar 2008, Hamburg, <http://www.spiegel.de/netzwelt/web/0,1518,534397,00.html> zuletzt geöffnet am 8.3.2011

Pitzke, Marc (2008a): Obama setzt auf TV-Trommelfeuer, McCain auf üble Tricks, in: Der Spiegel, 22. Oktober 2008, Hamburg, <http://www.spiegel.de/politik/ausland/0,1518,585675,00.html>

Pitzke, Marc (2008b): Blago-Gate beschädigt Obama, in: Der Spiegel, 12. Dezember 2008, Hamburg, <http://www.spiegel.de/politik/ausland/0,1518,595970,00.html> zuletzt geöffnet am 8.3.2011

Roberts, Dan (2009): Charisma Coaching: Learning To Be Like Barack Obama, in: Telegraph, 20. Juli 2009, London, <http://www.telegraph.co.uk/health/wellbeing/5857715/Charisma-coaching-Learning-to-be-like-Barack-Obama.html> zuletzt geöffnet am 8.3.2011

Rüb, Matthias (2009): Ein Haufen von Heulsusen, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung, 20. Oktober 2009, Frankfurt, <http://www.faz.net/s/Rub475F682E3FC24868A8A5276D4FB916D7/Doc~E46786F7331704BC6AA9E995BAF0290FC~ATpl~Ecommon~Scontent.html> zuletzt geöffnet am 8.3.2011

Scharnberg, Kirsten (2007): The not-so-simple story of Barack Obama's youth, in: Chicago Tribune, 25. März 2007, Chicago, IL, <http://www.chicagotribune.com/news/nationworld/chi-0703250359mar25-archive,0,546290.story> zuletzt geöffnet am 8.3.2011

Seidl, Conrad (2010): 71 Prozent für Fischer, 13 für Rosenkranz, in: Der Standard, 2. April 2010, Wien, <http://derstandard.at/1269448736365/STANDARD-Umfrage-71-Prozent-fuer-Fischer-13-fuer-Rosenkranz> zuletzt geöffnet am 8.3.2011

Shear, Michael D. (2007): DNC Punishes Michigan for Early Primary Date, in: The Washington Post, 2. Dezember 2007, Washington D.C.,
<http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2007/12/01/AR2007120100722.html> zuletzt geöffnet am 8.3.2011

Spiegler, Almuth (2009): „Che“ Obama: Mit Streetart zum Sieg, in: Die Presse, 22. Jänner 2009, Wien,
http://diepresse.com/home/meinung/feuilleton/spieglerkunstlicht/446239/Che-Obama_Mit-Streetart-zum-Sieg zuletzt geöffnet am 8.3.2011

Staud, Toralf (2003): Eine halbe Million alte Europäer, in: Die Zeit, 15. Februar 2003, Hamburg, <http://www.zeit.de/politik/irak/demo1502> zuletzt geöffnet am 8.3.2011

Stirland, Sarah Lai (2008): The Tech of Obamamania: Online Phone Banks, Mass Texting and Blogs, in: Wired
http://www.wired.com/politics/law/news/2008/02/potomac_primaries zuletzt geöffnet am 4.3.2011

Törne, Lars von (2008): Sarah Palin – Pitbull mit Lippenstift, in: Tagesspiegel, 4. September 2008, Berlin, <http://www.tagesspiegel.de/politik/international/sarah-palin-pitbull-mit-lippenstift/1317852.html> zuletzt geöffnet am 8.3.2011

Wills, Garry (2008): Two Speeches on Race, in: The New York Review of Books, 1. Mai 2008, New York <http://www.nybooks.com/articles/archives/2008/may/01/two-speeches-on-race/> zuletzt geöffnet am 1.3.2011

Zakaria, Fareed (2008): Obama Abroad, in: Newsweek, 19. Juli 2008, New York, NY, <http://www.newsweek.com/2008/07/18/obama-abroad.html> zuletzt geöffnet am 8.3.2011

Zeleny, Jeff (2008): Vote of Women Propels Clinton in Nevada Caucus, in: New York Times, 20. Jänner 2008, New York, NY,
<http://www.nytimes.com/2008/01/20/us/politics/20nevada.html> zuletzt geöffnet am 8.3.2011

Studien, Vorträge

Bohlen, Will *et al* (2009): Transatlantic Trends – Key Findings 2009
<http://www.gmfus.org/trends/> zuletzt geöffnet am 20.2.2011

Galdi, Silvia; Arcuri, Luciano, & Gawronski, Bertram (2008): Automatic mental associations predict future choices of undecided decision-makers, in: *Science*, Ausgabe 321, Washington D.C., S.1100 - 1102

Just, Marion *et al* (2008a): Character and the Primaries of 2008, in: Homepage des Pew Research Centers <http://www.journalism.org/node/11266> zuletzt geöffnet am 20.2.2011

Just, Marion *et al* (2008b): How the Press reported the 2008 General Election, in Homepage des Pew Research Centers <http://www.journalism.org/node/13307> zuletzt geöffnet am 20.2.2011

Kienpointner, Manfred (2010): The Rhetoric of Barack Obama, held in: Universität Münster, März 2010 http://centres.fusl.ac.be/ABLA/document/Abla/ABLA-EN/Docs_files/kienpointner18032010.pdf zuletzt geöffnet am 17.2.2011

Kohut, Andrew *et al* (2008): Obama and Wright Controversy Dominate News Cycle, in: Homepage des Pew Research Centers, 27. März 2008 <http://people-press.org/report/406/obama-and-wright-controversy-dominate-news-cycle> zuletzt geöffnet am 7.3.2011

Saad, Lydia (2009): Bush Presidency Closes With 34% Approval, 61% Disapproval, in: Gallup Online <http://www.gallup.com/poll/113770/Bush-Presidency-Closes-34-Approval-61-Disapproval.aspx> zuletzt geöffnet am 27.2.2011

Scharloth, Joachim *et al* (2008): Die „Wort-Wahl“: Barack Obama und John McCains rhetorischer Kampf ums Weiße Haus, in: Homepage des Semtracks Projekts der Universität Heidelberg, http://www.hca.uni-heidelberg.de/imperia/md/content/fakultaeten/hca/us-wahl2008/2008_october_25_suite101semtracks.pdf zuletzt geöffnet am 5.3.2011

Scharloth, Joachim *et al* (2008a): Experience vs. Judgment, Past vs. Future?, in:
Homepage des Semtracks Projekts der Universität Heidelberg,
http://www.scharloth.com/cgi-bin/poltracker/poltracker_layout.pl?textid=8 zuletzt
geöffnet am 5.3.2011

Ergebnisse des National Exit Polls 2008
<http://www.cnn.com/ELECTION/2008/results/polls/#val=USP00p6> zuletzt geöffnet am
8.3.2011

Internetquellen ohne konkrete Autorinnen- oder Autorenangabe

Allgemeine Erklärung der Menschenrechte
<http://www.ohchr.org/en/udhr/pages/language.aspx?langid=ger> zuletzt geöffnet am
21.2.2011

Auflistung vieler Attacken auf Barack Obama durch den Nachrichtensender FOX
News <http://foxattacks.com> zuletzt geöffnet am 11.2.2011

Bericht über den Rückzug des republikanischen Senatskandidaten Jack Ryan,
<http://www.msnbc.msn.com/id/5296208/> zuletzt geöffnet am 17.1.2011

Bevölkerungsstatistiken USA
<http://www.census.gov/> zuletzt geöffnet am 6.3.2011

Chronologie US-Wahlstreit – Die unendliche Geschichte,
<http://www.spiegel.de/politik/ausland/0,1518,107458,00.html> zuletzt geöffnet am
2.2.2011

Definition von viralem Marketing – Onlinemarketingbuch.info
<http://www.onlinemarketingbuch.info/viralesmarketing.html> zuletzt geöffnet am
6.2.2011

Homepage des German Marshall Fund of the United States – Informationen über die
Stiftung, <http://www.gmfus.org/about/index.cfm> zuletzt geöffnet am 5.2.2011

Informationen über Fernsehdebatten bei US-Präsidentschaftswahlen
<http://www.lpb-bw.de/uswahl/fernsehdebatten.php> zuletzt geöffnet am 6.3.2011

Umfangreiche Berichterstattung der Senatswahlen in Illinois 2004,
<http://www.ilsenate.com/> zuletzt geöffnet am 17.1.2011

Umfrage zu den Vorwahlen in Illinois 2004,
<http://www.ilsenate.com/News/Media/SurveyUSAPoll.pdf> zuletzt geöffnet am
17.1.2011

Videoquellen

Rice, Amy (2009): By the People: The Election of Barack Obama, HBO

Obama, Barack (2004c): Videoaufzeichnung der Keynote Address, held at the
Democratic National Convention, Boston, MA
<http://www.youtube.com/watch?v=eWynt87PaJ0> zuletzt geöffnet am 2.3.2011

Reden, Briefe

Obama, Barack (2004b): Keynote Address, held at the Democratic National
Convention, Boston, MA, in: Olive, David (2008): An American Story: The Speeches
of Barack Obama, Toronto

Obama, Barack (2007): Our Kids, Our Future, held in, Manchester, NH, 20.
November 2007,
http://my.barackobama.com/page/community/post_group/ObamaHQ/Cx3F zuletzt
geöffnet am 8.3.2011

Obama, Barack (2008): Yes We Can Speech, 8. Jänner 2008, held in: Nashua, NH,
<http://www.nydailynews.com/blogs/dailypolitics/2008/01/obama-yes-we-can.html>
zuletzt geöffnet am 21.2.2011

Obama, Barack (2008a): Iowa Caucus Night, held in Des Moines, IA, 3. Jänner 2008,
in: Easton, Jaclyn (2009): Inspire a Nation – Barack Obama's Most Electrifying
Speeches from Day One of His Campaign Through His Inauguration, Los Angeles

Obama, Barack (2008b): A More Perfect Union, held in Philadelphia, PA, 18. März 2008, in: Easton, Jaclyn (2009): Inspire a Nation – Barack Obama’s Most Electrifying Speeches from Day One of His Campaign Through His Inauguration, Los Angeles

Obama, Barack (2008c): A World that stands as One, held in Berlin, Germany, 24. Juli 2008, in: Easton, Jaclyn (2009): Inspire a Nation – Barack Obama’s Most Electrifying Speeches from Day One of His Campaign Through His Inauguration, Los Angeles

Obama, Barack (2008d): Democratic Nominee Acceptance Speech, held at Mile High Stadium, Denver, CO, 28. August 2008, in: Easton, Jaclyn (2009): Inspire a Nation – Barack Obama’s Most Electrifying Speeches from Day One of His Campaign Through His Inauguration, Los Angeles

Obama, Barack (2008e): Father’s Day Speech, held in: Chicago, IL,
<http://my.barackobama.com/page/community/post/stateupdates/gG5nFK> zuletzt geöffnet am 8.3.2011

Obama, Barack (2008f): Thank-you letter from Barack Obama, 22. Februar 2008, Chicago, IL, in: Fairey, Shepard und Gross, Jennifer (2009): Art for Obama, Designing Manifest of Hope and the Campaign for Change, New York, NY

Obama, Barack (2008h): Statement of President-elect Obama on Human Rights Day, 10. Dezember 2008
<http://my.barackobama.com/page/community/post/stateupdates/gGx87Y> zuletzt geöffnet am 21.2.2011

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Ergebnisse des Super Tuesday, Spiegel Online

<http://www.spiegel.de/flash/flash-17234.html> zuletzt geöffnet am 23.6.2010

Abbildung 2: Umfragewerte Obamas und McCains während des Wahlkampffinales,

Gallup <http://www.gallup.com/poll/111703/Final-Presidential-Estimate-Obama-55-McCain-44.aspx> zuletzt geöffnet am 20.7.2010

Abbildung 3: Erwähnung der Worte „Middle Class“ und „Economy“ seit Beginn des Wahlkampfes, Semtracks-Projekt, http://www.hca.uni-heidelberg.de/imperia/md/content/fakultaeten/hca/us-wahl2008/2008_october_25_suite101semtracks.pdf zuletzt geöffnet am 5.3.2011

Abbildung 4: John McCains Bezüge zum Thema Irak, Semtracks-Projekt,

http://www.scharloth.com/cgi-bin/poltracker/poltracker_layout.pl?textid=8 zuletzt geöffnet am 8.3.2011

Abbildung 5: Barack Obamas Bezüge zum Thema Irak, Semtracks-Projekt,

http://www.scharloth.com/cgi-bin/poltracker/poltracker_layout.pl?textid=8 zuletzt geöffnet am 8.3.2011

Abbildung 6: Grafik über die positive Berichterstattung in den Medien während der demokratischen und republikanischen Präsidentschaftsvorwahlen 2008, in: Just, Marion *et al* (2008a): Character and the Primaries of 2008, Homepage des Pew Research Centers <http://www.journalism.org/node/11266> zuletzt geöffnet am 20.9.2010

Abbildung 7: Obama „Character Narratives“, in: Just, Marion *et al* (2008a): Character and the Primaries of 2008, Homepage des Pew Research Centers

<http://www.journalism.org/node/11266> zuletzt geöffnet am 20.9.2010

Abbildung 8: Inhalt der „Campaign Stories“ während der Vorwahlen, in: Just, Marion *et al* (2008a): Character and the Primaries of 2008, Homepage des Pew Research Centers <http://www.journalism.org/node/11266> zuletzt geöffnet am 20.9.2010

Abbildung 9: Grafik über die Qualität der Berichterstattung über Barack Obama und John McCain während des Präsidentschaftswahlkampfes, in: Just, Marion *et al* (2008b): How the Press reported the 2008 General Election, in Homepage des Pew Research Centers <http://www.journalism.org/node/13307> zuletzt geöffnet am 20.9.2010

Abbildung 10: The Obama Bounce, Vergleich der Beliebtheitswerte George W. Bushs und Barack Obamas, in: Bohlen, Will *et al* (2009): Transatlantic Trends – Key Findings 2009 <http://www.gmfus.org/trends/> zuletzt geöffnet am 20.7.2010

Abbildung 11: Die Rolle des Internet als Bezugsquelle für Informationen über den Wahlkampf 2008, Pew Research Center <http://pewresearch.org/pubs/689/the-internets-broader-role-in-campaign-2008> zuletzt geöffnet am 6.9.2010

Abbildung 12: Screenshot der Homepage my.barackobama.com aus dem Jahr 2008, Tagesschau Online <http://www.tagesschau.de/ausland/internetwahlkampf100.html> zuletzt geöffnet am 8.9.2010

Abbildung 13: „Obama Hope“, Wahlkampfplakat der *Manifest Hope* Plakatreihe von Shepard Fairey, in: Fairey, Shepard und Gross, Jennifer (2009): Art for Obama, Designing Manifest of Hope and the Campaign for Change, New York, NY

Abbildung 14: „One Hell of a Leader“, von Shepard Fairey (2004), <http://www.carmichaelgallery.com/available/shepardfaireyavailable.shtml> zuletzt geöffnet am 10.9.2010

Abbildung 15: Ergebnisse des National Exit Polls 2008 <http://www.cnn.com/ELECTION/2008/results/polls/#val=USP00p6> zuletzt geöffnet am 8.3.2011

Ich habe mich bemüht, sämtliche Inhaber der Bildrechte ausfindig zu machen und ihre Zustimmung zur Verwendung der Bilder in dieser Arbeit eingeholt. Sollte dennoch eine Urheberrechtsverletzung bekannt werden, ersuche ich um Meldung bei mir.

Anhang

Barack Obamas „A More Perfect Union“-Rede, 18. März 2008, Philadelphia, PA

Two hundred and twenty one years ago, in a hall that still stands across the street, a group of men gathered and, with these simple words, launched America's improbable experiment in democracy. Farmers and scholars; statesmen and patriots who had traveled across an ocean to escape tyranny and persecution finally made real their declaration of independence at a Philadelphia convention that lasted through the spring of 1787.

The document they produced was eventually signed but ultimately unfinished. It was stained by this nation's original sin of slavery, a question that divided the colonies and brought the convention to a stalemate until the founders chose to allow the slave trade to continue for at least twenty more years, and to leave any final resolution to future generations.

Of course, the answer to the slavery question was already embedded within our Constitution - a Constitution that had at its very core the ideal of equal citizenship under the law; a Constitution that promised its people liberty, and justice, and a union that could be and should be perfected over time.

And yet words on a parchment would not be enough to deliver slaves from bondage, or provide men and women of every color and creed their full rights and obligations as citizens of the United States. What would be needed were Americans in successive generations who were willing to do their part - through protests and struggle, on the streets and in the courts, through a civil war and civil disobedience and always at great risk - to narrow that gap between the promise of our ideals and the reality of their time.

This was one of the tasks we set forth at the beginning of this campaign - to continue the long march of those who came before us, a march for a more just, more equal, more free, more caring and more prosperous America. I chose to run for the presidency at this moment in history because I believe deeply that we cannot solve the challenges of our time unless we solve them together - unless we perfect our

union by understanding that we may have different stories, but we hold common hopes; that we may not look the same and we may not have come from the same place, but we all want to move in the same direction - towards a better future for our children and our grandchildren.

This belief comes from my unyielding faith in the decency and generosity of the American people. But it also comes from my own American story.

I am the son of a black man from Kenya and a white woman from Kansas. I was raised with the help of a white grandfather who survived a Depression to serve in Patton's Army during World War II and a white grandmother who worked on a bomber assembly line at Fort Leavenworth while he was overseas. I've gone to some of the best schools in America and lived in one of the world's poorest nations. I am married to a black American who carries within her the blood of slaves and slaveowners - an inheritance we pass on to our two precious daughters. I have brothers, sisters, nieces, nephews, uncles and cousins, of every race and every hue, scattered across three continents, and for as long as I live, I will never forget that in no other country on Earth is my story even possible.

It's a story that hasn't made me the most conventional candidate. But it is a story that has seared into my genetic makeup the idea that this nation is more than the sum of its parts - that out of many, we are truly one.

Throughout the first year of this campaign, against all predictions to the contrary, we saw how hungry the American people were for this message of unity. Despite the temptation to view my candidacy through a purely racial lens, we won commanding victories in states with some of the whitest populations in the country. In South Carolina, where the Confederate Flag still flies, we built a powerful coalition of African Americans and white Americans.

This is not to say that race has not been an issue in the campaign. At various stages in the campaign, some commentators have deemed me either "too black" or "not black enough." We saw racial tensions bubble to the surface during the week before the South Carolina primary. The press has scoured every exit poll for the latest

evidence of racial polarization, not just in terms of white and black, but black and brown as well.

And yet, it has only been in the last couple of weeks that the discussion of race in this campaign has taken a particularly divisive turn.

On one end of the spectrum, we've heard the implication that my candidacy is somehow an exercise in affirmative action; that it's based solely on the desire of wide-eyed liberals to purchase racial reconciliation on the cheap. On the other end, we've heard my former pastor, Reverend Jeremiah Wright, use incendiary language to express views that have the potential not only to widen the racial divide, but views that denigrate both the greatness and the goodness of our nation; that rightly offend white and black alike.

I have already condemned, in unequivocal terms, the statements of Reverend Wright that have caused such controversy. For some, nagging questions remain. Did I know him to be an occasionally fierce critic of American domestic and foreign policy? Of course. Did I ever hear him make remarks that could be considered controversial while I sat in church? Yes. Did I strongly disagree with many of his political views? Absolutely - just as I'm sure many of you have heard remarks from your pastors, priests, or rabbis with which you strongly disagreed.

But the remarks that have caused this recent firestorm weren't simply controversial. They weren't simply a religious leader's effort to speak out against perceived injustice. Instead, they expressed a profoundly distorted view of this country - a view that sees white racism as endemic, and that elevates what is wrong with America above all that we know is right with America; a view that sees the conflicts in the Middle East as rooted primarily in the actions of stalwart allies like Israel, instead of emanating from the perverse and hateful ideologies of radical Islam.

As such, Reverend Wright's comments were not only wrong but divisive, divisive at a time when we need unity; racially charged at a time when we need to come together to solve a set of monumental problems - two wars, a terrorist threat, a falling economy, a chronic health care crisis and potentially devastating climate change;

problems that are neither black or white or Latino or Asian, but rather problems that confront us all.

Given my background, my politics, and my professed values and ideals, there will no doubt be those for whom my statements of condemnation are not enough. Why associate myself with Reverend Wright in the first place, they may ask? Why not join another church? And I confess that if all that I knew of Reverend Wright were the snippets of those sermons that have run in an endless loop on the television and You Tube, or if Trinity United Church of Christ conformed to the caricatures being peddled by some commentators, there is no doubt that I would react in much the same way

But the truth is, that isn't all that I know of the man. The man I met more than twenty years ago is a man who helped introduce me to my Christian faith, a man who spoke to me about our obligations to love one another; to care for the sick and lift up the poor. He is a man who served his country as a U.S. Marine; who has studied and lectured at some of the finest universities and seminaries in the country, and who for over thirty years led a church that serves the community by doing God's work here on Earth - by housing the homeless, ministering to the needy, providing day care services and scholarships and prison ministries, and reaching out to those suffering from HIV/AIDS.

*In my first book, *Dreams From My Father*, I described the experience of my first service at Trinity:*

"People began to shout, to rise from their seats and clap and cry out, a forceful wind carrying the reverend's voice up into the rafters....And in that single note - hope! - I heard something else; at the foot of that cross, inside the thousands of churches across the city, I imagined the stories of ordinary black people merging with the stories of David and Goliath, Moses and Pharaoh, the Christians in the lion's den, Ezekiel's field of dry bones. Those stories - of survival, and freedom, and hope - became our story, my story; the blood that had spilled was our blood, the tears our tears; until this black church, on this bright day, seemed once more a vessel carrying the story of a people into future generations and into a larger world. Our trials and triumphs became at once unique and universal, black and more than black; in

chronicling our journey, the stories and songs gave us a means to reclaim memories that we didn't need to feel shame about...memories that all people might study and cherish - and with which we could start to rebuild."

That has been my experience at Trinity. Like other predominantly black churches across the country, Trinity embodies the black community in its entirety - the doctor and the welfare mom, the model student and the former gang-banger. Like other black churches, Trinity's services are full of raucous laughter and sometimes bawdy humor. They are full of dancing, clapping, screaming and shouting that may seem jarring to the untrained ear. The church contains in full the kindness and cruelty, the fierce intelligence and the shocking ignorance, the struggles and successes, the love and yes, the bitterness and bias that make up the black experience in America.

And this helps explain, perhaps, my relationship with Reverend Wright. As imperfect as he may be, he has been like family to me. He strengthened my faith, officiated my wedding, and baptized my children. Not once in my conversations with him have I heard him talk about any ethnic group in derogatory terms, or treat whites with whom he interacted with anything but courtesy and respect. He contains within him the contradictions - the good and the bad - of the community that he has served diligently for so many years.

I can no more disown him than I can disown the black community. I can no more disown him than I can my white grandmother - a woman who helped raise me, a woman who sacrificed again and again for me, a woman who loves me as much as she loves anything in this world, but a woman who once confessed her fear of black men who passed by her on the street, and who on more than one occasion has uttered racial or ethnic stereotypes that made me cringe.

These people are a part of me. And they are a part of America, this country that I love.

Some will see this as an attempt to justify or excuse comments that are simply inexcusable. I can assure you it is not. I suppose the politically safe thing would be to move on from this episode and just hope that it fades into the woodwork. We can

dismiss Reverend Wright as a crank or a demagogue, just as some have dismissed Geraldine Ferraro, in the aftermath of her recent statements, as harboring some deep-seated racial bias.

But race is an issue that I believe this nation cannot afford to ignore right now. We would be making the same mistake that Reverend Wright made in his offending sermons about America - to simplify and stereotype and amplify the negative to the point that it distorts reality.

The fact is that the comments that have been made and the issues that have surfaced over the last few weeks reflect the complexities of race in this country that we've never really worked through - a part of our union that we have yet to perfect. And if we walk away now, if we simply retreat into our respective corners, we will never be able to come together and solve challenges like health care, or education, or the need to find good jobs for every American.

Understanding this reality requires a reminder of how we arrived at this point. As William Faulkner once wrote, "The past isn't dead and buried. In fact, it isn't even past." We do not need to recite here the history of racial injustice in this country. But we do need to remind ourselves that so many of the disparities that exist in the African-American community today can be directly traced to inequalities passed on from an earlier generation that suffered under the brutal legacy of slavery and Jim Crow.

Segregated schools were, and are, inferior schools; we still haven't fixed them, fifty years after Brown v. Board of Education, and the inferior education they provided, then and now, helps explain the pervasive achievement gap between today's black and white students.

Legalized discrimination - where blacks were prevented, often through violence, from owning property, or loans were not granted to African-American business owners, or black homeowners could not access FHA mortgages, or blacks were excluded from unions, or the police force, or fire departments - meant that black families could not amass any meaningful wealth to bequeath to future generations. That history helps

explain the wealth and income gap between black and white, and the concentrated pockets of poverty that persists in so many of today's urban and rural communities.

A lack of economic opportunity among black men, and the shame and frustration that came from not being able to provide for one's family, contributed to the erosion of black families - a problem that welfare policies for many years may have worsened. And the lack of basic services in so many urban black neighborhoods - parks for kids to play in, police walking the beat, regular garbage pick-up and building code enforcement - all helped create a cycle of violence, blight and neglect that continue to haunt us.

This is the reality in which Reverend Wright and other African-Americans of his generation grew up. They came of age in the late fifties and early sixties, a time when segregation was still the law of the land and opportunity was systematically constricted. What's remarkable is not how many failed in the face of discrimination, but rather how many men and women overcame the odds; how many were able to make a way out of no way for those like me who would come after them.

But for all those who scratched and clawed their way to get a piece of the American Dream, there were many who didn't make it - those who were ultimately defeated, in one way or another, by discrimination. That legacy of defeat was passed on to future generations - those young men and increasingly young women who we see standing on street corners or languishing in our prisons, without hope or prospects for the future. Even for those blacks who did make it, questions of race, and racism, continue to define their worldview in fundamental ways. For the men and women of Reverend Wright's generation, the memories of humiliation and doubt and fear have not gone away; nor has the anger and the bitterness of those years. That anger may not get expressed in public, in front of white co-workers or white friends. But it does find voice in the barbershop or around the kitchen table. At times, that anger is exploited by politicians, to gin up votes along racial lines, or to make up for a politician's own failings.

And occasionally it finds voice in the church on Sunday morning, in the pulpit and in the pews. The fact that so many people are surprised to hear that anger in some of

Reverend Wright's sermons simply reminds us of the old truism that the most segregated hour in American life occurs on Sunday morning. That anger is not always productive; indeed, all too often it distracts attention from solving real problems; it keeps us from squarely facing our own complicity in our condition, and prevents the African-American community from forging the alliances it needs to bring about real change. But the anger is real; it is powerful; and to simply wish it away, to condemn it without understanding its roots, only serves to widen the chasm of misunderstanding that exists between the races.

In fact, a similar anger exists within segments of the white community. Most working- and middle-class white Americans don't feel that they have been particularly privileged by their race. Their experience is the immigrant experience - as far as they're concerned, no one's handed them anything, they've built it from scratch. They've worked hard all their lives, many times only to see their jobs shipped overseas or their pension dumped after a lifetime of labor. They are anxious about their futures, and feel their dreams slipping away; in an era of stagnant wages and global competition, opportunity comes to be seen as a zero sum game, in which your dreams come at my expense. So when they are told to bus their children to a school across town; when they hear that an African American is getting an advantage in landing a good job or a spot in a good college because of an injustice that they themselves never committed; when they're told that their fears about crime in urban neighborhoods are somehow prejudiced, resentment builds over time.

Like the anger within the black community, these resentments aren't always expressed in polite company. But they have helped shape the political landscape for at least a generation. Anger over welfare and affirmative action helped forge the Reagan Coalition. Politicians routinely exploited fears of crime for their own electoral ends. Talk show hosts and conservative commentators built entire careers unmasking bogus claims of racism while dismissing legitimate discussions of racial injustice and inequality as mere political correctness or reverse racism.

Just as black anger often proved counterproductive, so have these white resentments distracted attention from the real culprits of the middle class squeeze - a corporate culture rife with inside dealing, questionable accounting practices, and

short-term greed; a Washington dominated by lobbyists and special interests; economic policies that favor the few over the many. And yet, to wish away the resentments of white Americans, to label them as misguided or even racist, without recognizing they are grounded in legitimate concerns - this too widens the racial divide, and blocks the path to understanding.

This is where we are right now. It's a racial stalemate we've been stuck in for years. Contrary to the claims of some of my critics, black and white, I have never been so naïve as to believe that we can get beyond our racial divisions in a single election cycle, or with a single candidacy - particularly a candidacy as imperfect as my own.

But I have asserted a firm conviction - a conviction rooted in my faith in God and my faith in the American people - that working together we can move beyond some of our old racial wounds, and that in fact we have no choice if we are to continue on the path of a more perfect union.

For the African-American community, that path means embracing the burdens of our past without becoming victims of our past. It means continuing to insist on a full measure of justice in every aspect of American life. But it also means binding our particular grievances - for better health care, and better schools, and better jobs - to the larger aspirations of all Americans -- the white woman struggling to break the glass ceiling, the white man whose been laid off, the immigrant trying to feed his family. And it means taking full responsibility for own lives - by demanding more from our fathers, and spending more time with our children, and reading to them, and teaching them that while they may face challenges and discrimination in their own lives, they must never succumb to despair or cynicism; they must always believe that they can write their own destiny.

Ironically, this quintessentially American - and yes, conservative - notion of self-help found frequent expression in Reverend Wright's sermons. But what my former pastor too often failed to understand is that embarking on a program of self-help also requires a belief that society can change.

The profound mistake of Reverend Wright's sermons is not that he spoke about

racism in our society. It's that he spoke as if our society was static; as if no progress has been made; as if this country - a country that has made it possible for one of his own members to run for the highest office in the land and build a coalition of white and black; Latino and Asian, rich and poor, young and old -- is still irrevocably bound to a tragic past. But what we know -- what we have seen - is that America can change. That is the true genius of this nation. What we have already achieved gives us hope - the audacity to hope - for what we can and must achieve tomorrow.

In the white community, the path to a more perfect union means acknowledging that what ails the African-American community does not just exist in the minds of black people; that the legacy of discrimination - and current incidents of discrimination, while less overt than in the past - are real and must be addressed. Not just with words, but with deeds - by investing in our schools and our communities; by enforcing our civil rights laws and ensuring fairness in our criminal justice system; by providing this generation with ladders of opportunity that were unavailable for previous generations. It requires all Americans to realize that your dreams do not have to come at the expense of my dreams; that investing in the health, welfare, and education of black and brown and white children will ultimately help all of America prosper.

In the end, then, what is called for is nothing more, and nothing less, than what all the world's great religions demand - that we do unto others as we would have them do unto us. Let us be our brother's keeper, Scripture tells us. Let us be our sister's keeper. Let us find that common stake we all have in one another, and let our politics reflect that spirit as well.

For we have a choice in this country. We can accept a politics that breeds division, and conflict, and cynicism. We can tackle race only as spectacle - as we did in the OJ trial - or in the wake of tragedy, as we did in the aftermath of Katrina - or as fodder for the nightly news. We can play Reverend Wright's sermons on every channel, every day and talk about them from now until the election, and make the only question in this campaign whether or not the American people think that I somehow believe or sympathize with his most offensive words. We can pounce on some gaffe by a Hillary supporter as evidence that she's playing the race card, or we

can speculate on whether white men will all flock to John McCain in the general election regardless of his policies.

We can do that.

But if we do, I can tell you that in the next election, we'll be talking about some other distraction. And then another one. And then another one. And nothing will change.

That is one option. Or, at this moment, in this election, we can come together and say, "Not this time." This time we want to talk about the crumbling schools that are stealing the future of black children and white children and Asian children and Hispanic children and Native American children. This time we want to reject the cynicism that tells us that these kids can't learn; that those kids who don't look like us are somebody else's problem. The children of America are not those kids, they are our kids, and we will not let them fall behind in a 21st century economy. Not this time.

This time we want to talk about how the lines in the Emergency Room are filled with whites and blacks and Hispanics who do not have health care; who don't have the power on their own to overcome the special interests in Washington, but who can take them on if we do it together.

This time we want to talk about the shuttered mills that once provided a decent life for men and women of every race, and the homes for sale that once belonged to Americans from every religion, every region, every walk of life. This time we want to talk about the fact that the real problem is not that someone who doesn't look like you might take your job; it's that the corporation you work for will ship it overseas for nothing more than a profit.

This time we want to talk about the men and women of every color and creed who serve together, and fight together, and bleed together under the same proud flag. We want to talk about how to bring them home from a war that never should've been authorized and never should've been waged, and we want to talk about how we'll show our patriotism by caring for them, and their families, and giving them the benefits they have earned.

I would not be running for President if I didn't believe with all my heart that this is what the vast majority of Americans want for this country. This union may never be perfect, but generation after generation has shown that it can always be perfected. And today, whenever I find myself feeling doubtful or cynical about this possibility, what gives me the most hope is the next generation - the young people whose attitudes and beliefs and openness to change have already made history in this election.

There is one story in particular that I'd like to leave you with today - a story I told when I had the great honor of speaking on Dr. King's birthday at his home church, Ebenezer Baptist, in Atlanta.

There is a young, twenty-three year old white woman named Ashley Baia who organized for our campaign in Florence, South Carolina. She had been working to organize a mostly African-American community since the beginning of this campaign, and one day she was at a roundtable discussion where everyone went around telling their story and why they were there.

And Ashley said that when she was nine years old, her mother got cancer. And because she had to miss days of work, she was let go and lost her health care. They had to file for bankruptcy, and that's when Ashley decided that she had to do something to help her mom.

She knew that food was one of their most expensive costs, and so Ashley convinced her mother that what she really liked and really wanted to eat more than anything else was mustard and relish sandwiches. Because that was the cheapest way to eat.

She did this for a year until her mom got better, and she told everyone at the roundtable that the reason she joined our campaign was so that she could help the millions of other children in the country who want and need to help their parents too.

Now Ashley might have made a different choice. Perhaps somebody told her along the way that the source of her mother's problems were blacks who were on welfare

and too lazy to work, or Hispanics who were coming into the country illegally. But she didn't. She sought out allies in her fight against injustice.

Anyway, Ashley finishes her story and then goes around the room and asks everyone else why they're supporting the campaign. They all have different stories and reasons. Many bring up a specific issue. And finally they come to this elderly black man who's been sitting there quietly the entire time. And Ashley asks him why he's there. And he does not bring up a specific issue. He does not say health care or the economy. He does not say education or the war. He does not say that he was there because of Barack Obama. He simply says to everyone in the room, "I am here because of Ashley."

"I'm here because of Ashley." By itself, that single moment of recognition between that young white girl and that old black man is not enough. It is not enough to give health care to the sick, or jobs to the jobless, or education to our children.

But it is where we start. It is where our union grows stronger. And as so many generations have come to realize over the course of the two-hundred and twenty one years since a band of patriots signed that document in Philadelphia, that is where the perfection begins.

Quelle: Obama, Barack (2008b): A More Perfect Union, held in Philadelphia, PA, 18. März 2008, in: Easton, Jaclyn (2009): Inspire a Nation – Barack Obama's Most Electrifying Speeches from Day One of His Campaign Through His Inauguration, Los Angeles

Abstract

Vorliegende Diplomarbeit untersucht die Rolle von Barack Obamas politischer Rhetorik und deren Anteil an dessen Wahlerfolg im US-amerikanischen Präsidentschaftswahlkampf 2008. Als Hinleitung zur Fragestellung werden unter Zuhilfenahme aktueller wissenschaftlicher Literatur die Rolle der Massenmedien bei erfolgreicher Politikvermittlung und der Stellenwert politischer Rhetorik aufgezeigt. Anhand der Analyse ausgewählter Reden und rhetorischer Stilmittel Obamas sowie aufgrund der Auswertung unterschiedlicher Studien zu Barack Obamas Popularität und Rhetorik wird systematisch aufgezeigt, dass Obamas rednerische Fähigkeiten ein wesentlicher Erfolgsfaktor für den Wahltriumph des nunmehrigen US-Präsidenten waren.

Lebenslauf

Name: Alexander Friedrich
Geboren: 16. November 1983
Geburtsort: Wien
Familienstand: ledig

Ausbildung:

1990-1994 Volksschule Wienerberggründe
1994-1998 Bundesrealgymnasium Pichelmayergasse
1998-2003 BHAK International Business College Hetzendorf
2003-2004 Zivildienst im Österreichischen Staatsarchiv
(Gedenkdienst an die Opfer des
Nationalsozialismus)
2004-2011 Studium der Politikwissenschaft an der
Universität Wien

Berufserfahrung:

Sommer 2000,2001,2003 Praktika in der BRZ GmbH
März 2001 Praktikum bei WH Smith in Telford, UK
2005-2006 Europabüro des Stadtschulrates für Wien
(Betreuung von Interreg III-A & III-C Projekten;
Organisation von Veranstaltungen, Pressearbeit)
seit Jänner 2007 Mitarbeiter der ARGE BürgerInnentelefon im
Bundeskanzleramt, Bundespressedienst,
Abteilung Bürgerservice
seit Mai 2007 Mitarbeiter der ARGE Europa Info
seit Jänner 2008 Leiter der ARGE BürgerInnentelefon

Besondere Kenntnisse:

- Englisch auf hohem Niveau
- Französisch (Maturaniveau)
- Verfassen und Publizieren von Presseaussendungen; Artikeln
- EDV-Kenntnisse (Word, Excel, Access, Power Point, gängige Windows- und Mac-Anwendungen, APA-Manager etc.)

Interessen:

- Österreichische, Europäische und US-Amerikanische Politik
- Literatur, Schreiben, Kunst, Journalismus, Reisen