

Thorsten Malkmus

„Der Wahlkampf ist vorbei.“ Ist der Wahlkampf vorbei?

Diskursanalytische Untersuchung
und interkultureller Vergleich britischer
und deutscher Wahlkampfreden



1 Einführung

„Der Wahlkampf ist vorbei“ - diese Behauptung stellte Angela Merkel in ihrer Wahlnachtrede 2005 mit Blick auf Franz Münteferings vorangegangene konfrontative Wahlnachtrede auf. Obwohl alle Hochrechnungen Gerhard Schröder und die SPD hinter Merkel¹ und der CDU/CSU sahen, verfolgte der abgewählte Bundeskanzler wie Müntefering einen stark polarisierenden Diskurs². Dabei realisierte er unmittelbar nach der Wahl die für den Wahlkampf typischen Diskursstrategien der positiven Selbstdarstellung und der negativen Fremddarstellung: Die Union habe, so Schröder, desaströs abgeschnitten, die SPD sei die Wahlgewinnerin und eine Regierung unter einer Bundeskanzlerin Merkel werde es nicht geben. Ist der Wahlkampf mit seinen charakteristischen antagonistischen Positionen am Wahlabend nun doch nicht vorbei? Ist “nach der Wahl vor der Wahl” (vgl. Kapitel 1.2.3.3)?

If I may just say I know that it's been a very clean, a very good campaign [TB/Sedge/14-15]³, I understand that the battle here has been fought with great courtesy and great skill [JM/Hunt/11-12] – diese Äußerungen stammen aus Tony Blairs und John Majors Wahlnachtreden 1997. Der Wahlgewinner bzw. –verlierer instrumentalisiert seine Aussagen hinsichtlich des vorangegangenen Wahlkampfes nicht (wie Schröder und Merkel) zur (impliziten) negativen Darstellung der diskursiven Strategien der politischen GegnerInnen⁴ in der Wahlnacht. Vielmehr wird die vergangene „Kampagne“ bzw. „Schlacht“ und damit implizit der eigene (und evtl. auch der gegnerische) vergangene Wahlkampf positiv bewertet.

Bei diesen vergleichenden Beobachtungen drängen sich die Fragen auf, ob britische und deutsche PolitikerInnen in ihren Wahlnachtreden grundsätzlich unterschiedliche diskursive Strategien verfolgen (zur Differenzierung von diskursiven Strategien in diskursive Mittel und diskursstrategische Ziele siehe Dan-

1 Der Einfachheit halber werden PolitikerInnen bei ihrer wiederholten Erwähnung nur mit dem Nachnamen genannt.

2 Unvergessen auch Schröders äußerst konfrontativer Auftritt in der Elefantenrunde, der traditionell an (vor allem Bundestags-)Wahlabenden stattfindenden TV-Gesprächsrunde mit den SpitzenpolitikerInnen der im Land- bzw. Bundestag vertretenen Parteien bei den öffentlich-rechtlichen Anstalten ARD und ZDF.

3 Vgl. Kapitel 4.1.2.5 für eine Erklärung das eigens für diese Arbeit entworfene Notationssystem.

4 Im Verlauf der Arbeit wird bei Personenbezeichnungen auf Formen mit dem Versalien-I (wie WählerInnen) und auf geschlechtsneutrale Formen (z.B. Partizipien wie die Wählenden) zurückgegriffen, wodurch sämtliche Geschlechtsidentitäten erfasst werden sollen (vgl. Hellinger & Bierbach 1993).

ler 2007: 314), ob es kulturtypische Wahlachtsdiskurse gibt und ob im Zuge der Globalisierung eigenkulturelle Prägungen verloren gegangen sind (vgl. hierzu Gurevitch & Blumler 2003: 373).

1.1 Vorgehensweise

1.1.1 Ziele

Ziel dieser Arbeit ist es zu beschreiben, zu analysieren und inner- wie interkulturell zu vergleichen, auf welche Art und Weise PolitikerInnen in Wahlachtreden sprachliche Strategien verwenden, um sich selbst, ihre ideologische Position und ihre Beziehung zur eigenen und zur gegnerischen Partei im jeweiligen Kontext auszudrücken⁵. Unter kulturübergreifenden Gesichtspunkten drängt sich die Frage auf, inwieweit typische kultur- spezifische Diskursstrategien in diesem Kontext anzutreffen sind. Welche Rolle spielt dabei das Ergebnis, die Höhe des Sieges und der Niederlage? Welche Auswirkungen hat der Informationsstand über die Stimmenverteilung, auf den die Parteien zum Zeitpunkt der Wahlachtrede zurückgreifen können? Wie wirken sich das Forum (wie z.B. der Wahlkreis oder die Parteizentrale), auf dem die Rede gehalten wird, und die jeweiligen AdressatInnen auf die Gestaltung der Rede aus? Welche Gemeinsamkeiten und Unterschiede zwischen britischen und deutschen Reden lassen sich feststellen?

Auf der Grundlage bisheriger Ergebnisse von Arbeiten des Projekts „Television Discourse“ (vgl. hierzu Becker 2007, Fetzner 2007, Lauerbach 2007, Schieß 2007, Scheithauer 2007) strukturieren folgende Hypothesen die Fragestellung dieser Arbeit:

- Wahlachtreden sind ein eigenes Subgenre mit eigenen Regeln zur Selbstinszenierung und zur Darstellung anderer Individuen und Gruppen. Sie stellen weder einen Höhepunkt des alten Wahlkampfes noch der Beginn des neuen

5 Diese Arbeit ist Teil des Forschungsprojektes „Television Discourse“, das von der Deutschen Forschungsgemeinschaft (DFG) unterstützt und von Frau Prof. Dr. Gerda Lauerbach geleitet wird. Das Ziel dieses Projekts ist eine vergleichende Analyse von amerikanischen, britischen und deutschen Wahlachten in den Berichterstattungen des Fernsehens. Für weitere Informationen siehe <http://web.uni-frankfurt.de/zenaf/projekte/TVdiscourses/lauerbach.htm>. In dieser Arbeit können nur die britischen und die deutschen Wahlachtreden anlässlich der Urnengänge 1997 und 1998 berücksichtigt werden, da bei den amerikanischen Wahlen 1996 und 2000 keine langjährigen konservativen Regierungen abgewählt wurden, sich der politische Kontext damit bedeutend unterscheidet und im Wahljahr 2000 aufgrund der unklaren Stimmenausszählung keine Wahlachtreden gehalten wurden.

Wahlkampfes dar. Zwischen den Reden der britischen und der deutschen Wahlgewinner bzw. -verlierer sind viele inhaltliche Gemeinsamkeiten zu erwarten. Es ist zu vermuten, dass polarisierende Diskursstrategien nicht vorkommen, der Fokus (besonders bei den britischen Reden) auf der positiven Selbstdarstellung liegt und Negatives nur indirekt kommuniziert wird. Dabei stellt sich die Frage, aus welchem Grund sich diese wahrscheinlichen Gemeinsamkeiten ergeben: Weil die sozialen und politischen Kontexte der Reden sich ähneln? Weil Großbritannien und Deutschland einem gemeinsamen Kulturkreis angehören?

- Die britischen Reden sind vermeintlich stärker ritualisiert und haben einen höheren Stellenwert in der Wahlnacht als die deutschen Reden.
- Die rhetorischen Strategien und Taktiken sind möglicherweise unterschiedlich und weisen in den beiden Nationen verschiedene Realisierungsmöglichkeiten auf. Kulturelle Unterschiede (antagonistische vs. kooperative Positionen) sind vor allem zwischen den Gewinner- und Verliererreden zu erwarten (vgl. Lauerbach 2000). Wie bereits Untersuchungen anderer Genres gezeigt haben (vgl. Fetzer 1994, House 1996), werden vermutlich besonders bei der Konstruktion von (Gruppen-)Identitäten von AkteurInnen und von interpersonalen Beziehungen kulturübergreifende Variationen evident (Lauerbach 2007: 325). Aus diesen unterschiedlichen diskursiven Positionierungen ergeben sich wahrscheinlich kulturspezifische und z.T. gewinner- und verliererspezifische diskursive Praktiken (vgl. Lauerbach 2007: 322). Es ist denkbar, dass die britischen Reden in dieser Hinsicht von den deutschen Reden deshalb differieren, weil Gewinner und Verlierer in der jeweiligen Kultur grundlegend verschiedene Rollen annehmen. Weitere Gründe für diese Unterschiede sind womöglich das jeweilige Wahlsystem, der Stand der Stimmenauszählung, die ideologische Schwerpunkte der Parteien sowie kulturspezifische rhetorische Traditionen in Großbritannien und in Deutschland.

Bei all diesen Aspekten ist zu berücksichtigen, dass diese Arbeit kein rezipientenorientiertes Forschungsdesign aufweist. Sie orientiert sich an den Äußerungen, die Politiker produzieren, und versucht, deren mentale Modelle herauszuarbeiten. Es können nur Vermutungen darüber angestellt werden, welche mentalen Modelle durch die Interaktion bei den RezipientInnen aktiviert werden sollen.

1.1.2 Daten

In dieser Studie werden Wahlnightreden anlässlich der britischen *General Elections* vom 01.05.97 und der deutschen Bundestagswahlen vom 27.09.98 berücksichtigt. Diese Reden werden auf unterschiedlichen Foren gehalten. Die britischen Daten stammen aus der Live-Berichterstattung der BBC. 1997 sind dies Blairs (*Labour Party*) Reden in seinem Wahlkreis Sedgfield, im *Sedgfield Labour Club* und vor der *Royal Festival Hall* und Majors (*Conservative Party*) Reden in seinem Wahlkreis Huntingdon und in der Parteizentrale der *Conservative Party*. Die deutschen Daten sind der Wahlnightberichterstattung von ARD und RTL entnommen. Sie beinhalten Schröders und Kohls Reden 1998 in bzw. vor den jeweiligen Parteizentralen.

1.1.3 Methoden

Die Analyse dieser Daten basiert auf einem gemäßigt konstruktivistischem Ansatz (vgl. hierzu Lauerbach & Fetzer 2007: 4). Auf der Grundlage der Makro-Ebene der sozialen Institutionen und Prozesse (wie z.B. Strukturen und Abläufe der jeweiligen Wahlen) wird sich der Mikro-Ebene der diskursiven Praktiken und konversationellen Interaktionen der Wahlnightreden angenähert. Diese Mikro-Ebene trägt teilweise zur Konstruktion der Makro-Ebene bei und wird von dieser ebenfalls konstruiert.

Relevante Forschungsansätze sind die Pragmatik bzw. die Sprechakttheorie (Austin 1962, Searle 1975, Levinson 1983) und die Konversationslogik (Grice 1975), die Diskursanalyse (besonders in der kritischen Ausführung von van Dijk 1997b), die Konversationsanalyse (Heritage & Greatbatch 1986, Atkinson 1984a) sowie semiotische Analysen zum Verhältnis von verbalen und visuellen Elementen im Diskurs (Hartley & Montgomery 1985). Hinzu kommen soziolinguistische und ethnographische Methoden zur Erschließung des soziokulturellen und linguistischen Hintergrunds. Zentraler Forschungsansatz ist die Kritische Diskursanalyse in der sozio-kognitiven Variante von Dijks (1995b, 1998a) mit dem Begriff des ideologischen Quadrats (*ideological square*), das die Eckpunkte WIR und SIE sowie GUT und SCHLECHT umfasst (vgl. Kapitel 2.1.1). Dieser Ansatz ist für dieses Projekt besonders gut geeignet, da mit ihm untersucht werden kann, inwieweit die im Wahlkampf typische Argumentationsstrategie der positiven Selbstdarstellung und der negativen Darstellung der „Anderen“ auch im Kontext der Wahlnight realisiert wird. In Kapiteln 1.2 bzw. 1.3 steht zunächst die Charakterisierung von Wahlnighten, Wahlnightreden und von interkulturellen Vergleichen im Vordergrund.

1.1.4 Aufbau der Arbeit

Die Ziele dieser Untersuchung spiegeln sich im Aufbau wider. Im zweiten Kapitel werden die methodischen Grundlagen der Kritischen Diskursanalyse in der sozio-kognitiven Variante van Dijks dargestellt. Folgende linguistische Parameter, die zur Mikroanalyse der Reden herangezogen werden, werden in ihrem theoretischen Hintergrund in fünf Unterkapiteln vorgestellt: die Umsetzung von Sprechhandlungen (Austin 1962, Searle 1969/1975), der Gebrauch der Personalpronomina (Wilson 1990, Yule 1996), der Einsatz von Metaphern (Lakoff & Johnson 1980), die Verwendung von bewertenden Ausdrücken (*Appraisal Theory*, vgl. White 1999, White 2001a, White 2001b, Martin 2000) und die Realisierung von rhetorischen Formaten zur Erzeugung von Publikumsäußerungen und Applaus (Atkinson 1984a).

Die Untersuchung von Formen und Funktionen von Sprechakten stellt die Grundlage für die quantitative und qualitative Analyse der anderen Analyse Kriterien dar. Mit ihr wird die pragmatologische Makrostruktur beschrieben, um diese dann mit den jeweiligen lexikalisch-semantischen Mikrostrukturen, die in den Kapiteln 2.2.2 – 2.2.5 besonders in ihrer pragmatischen Dimension dargestellt werden, in Verbindung zu bringen. Durch dieses Zwischenspiel der Analyse Kriterien (vgl. Abbildung 1.1.4.1) können die entsprechenden diskursiven Strategien der PolitikerInnen in den Wahlnightreden angemessen beschrieben werden:

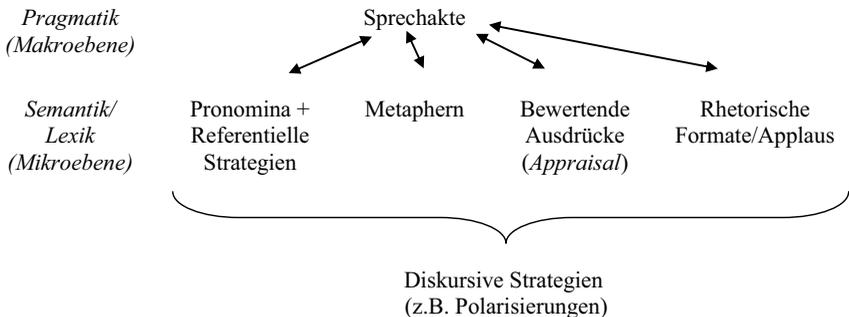


Abb. 1.1.4.1: Hierarchie und Interdependenz der Untersuchungskriterien

Im empirischen Teil der Arbeit, der die Kapitel 4, 6 und 7 umfasst, werden diese Analyseinstrumente auf die britischen und deutschen Wahlnightreden angewendet, die Ergebnisse zusammengefasst und schließlich kulturübergreifend miteinander verglichen. Das dritte Kapitel zeigt den politischen Hintergrund zu den britischen Parlamentswahlen von 1997 und zu Blairs Diskurs des Dritten

Wegs auf⁶. Das vierte Kapitel beschäftigt sich mit der empirischen Analyse der britischen Wahnachtreden. Dabei werden zunächst diejenigen Reden analysiert, die auf kleineren Foren gehalten werden (wie z.B. die Wahlkreisreden), und am Ende diejenigen, die ein weitaus größeres (TV-)Publikum ansprechen. Dies entspricht auch weitestgehend der chronologischen Folge in den Wahnächten. Daran schließt sich das fünfte Kapitel an, in dem, ähnlich wie im dritten Kapitel, der politische Hintergrund zur Bundestagswahl 1998 und zu Schröders diskursiver Konstruktion der Neuen Mitte dargestellt und Parallelen zur Entwicklung in Großbritannien gezogen werden. Die empirische Analyse der deutschen Wahnachtreden stellt den Fokus des sechsten Kapitels dar. Auch hier werden die Wahnachtreden in der zeitlichen Reihenfolge ihrer Präsentation untersucht. Dies erscheint auch aus dem Grund sinnvoll, dass vielfältige intertextuelle Bezüge zu erwarten sind. Im siebten Kapitel werden die erarbeiteten Ergebnisse zusammengefasst und miteinander verglichen. Dabei bilden innerkulturelle Gemeinsamkeiten zwischen dem jeweiligen Gewinner und Verlierer die Grundlage für den kulturübergreifenden Vergleich. Die Unterschiede zwischen Gewinner und Verlierer innerhalb einer Kultur konstituieren die Basis für einen Vergleich der jeweiligen Gewinner- und Verliererdiskurse. Im abschließenden achten Kapitel soll auf die Verallgemeinbarkeit der Ergebnisse eingegangen werden. Abschließend werden weitere relevante Fragen für zukünftige Forschungsprojekte gestellt.

1.2 Wahlen, Wahnächte und Wahnachtreden

1.2.1 Wahlen als Ritual

Parlaments- bzw. Präsidentschaftswahlen stellen in den westlichen Demokratien eine Art Übergangsritual dar, durch das entschieden wird, ob die bisherige Regierung weiter im Amt bleibt oder ob die Opposition sich als neue Regierung legitimieren kann. So wird in Deutschland alle vier Jahre der Bundestag neu gewählt und in Großbritannien werden meist in Abständen von vier bis fünf Jahren Parlamentswahlen ausgerufen. Die Auszählung der Stimmen erstreckt sich nach Schließung der Wahllokale in Deutschland über den Abend und in Großbritannien über die gesamte folgende Nacht und wird durch die Live-Berichterstattung der Fernsehsender begleitet. Während der Wahnacht halten

6 Diese Darstellung des politischen Kontexts ist unumgänglich, da diskursanalytische Methoden ohne ein detailliertes Hintergrundwissen kaum valide, reliable und objektive Ergebnisse hervorbringen können.

SpitzenpolitikerInnen der jeweiligen Parteien in verschiedenen Situationen Wahlreden, in denen sie bestimmte sprachliche Strategien verwenden, um ihre politische Position bzw. ihre Beziehung zur Wählerschaft, zur eigenen und zur gegnerischen Partei auszudrücken.

1.2.2 Wahl Nächte als Teil einer Reihe von Ereignissen

Wahl Nächte sind ein Glied einer Kette von Ereignissen. Ihnen voran stehen mehrwöchige Wahlkämpfe der verschiedenen Parteien, die in Konkurrenz zueinander treten, um die Regierungsmacht oder zumindest einen Teil davon zu übernehmen (vgl. Reisigl 2008: 260). Wahlkampf diskurse sind bereits mit sprachwissenschaftlichen Methoden und durch die politische Kommunikationsforschung detailliert beschrieben worden. Ein typisches Merkmal dieser Wahlkampf diskurse ist es, sich selbst in einem positiven Licht darzustellen, währenddessen die gegnerische Partei negativ präsentiert wird (vgl. Arduç 2002, Stiehler 2000, Hetterich 2000, Hategan 2005, Althaus 2001).

Eine Wahl nacht beginnt nach der Schließung der Wahllokale und mit der Bekanntgabe der ersten Prognosen und Hochrechnungen. In Großbritannien schließen die Wahllokale um 22.00 Uhr, in Deutschland um 18.00 Uhr. In Deutschland werben SpitzenpolitikerInnen bis zum Samstag vor dem Wahlsonntag, in Großbritannien bis zur Schließung der Wahllokale um möglichst viele Stimmen für sich und ihre Partei. Danach beginnt die Auszählung der Stimmen. Die Ergebnisse konkretisieren sich im Laufe des Abends bzw. der Nacht. Es kann bis in die frühen Morgenstunden dauern, bis feststeht, welche Partei oder Parteien die neue Regierung bilden kann bzw. können⁷. Wahl Nächte lassen ein Netz von Beziehungen zwischen dem politischen System und dessen HauptakteurInnen, den Medien und der Öffentlichkeit als (TV-)Publikum der Medien entstehen. Nationale Wahl nacht sendungen stellen für die verschiedenen Fernsehanstalten eines Landes ein prestigevolles Medienereignis dar, das es ihnen

7 In kurz nach der Schließung der Wahllokale veröffentlichten Hochrechnungen können andere Mehrheiten vorausgesagt werden als sie sich im Verlauf der Wahl nacht herauskristallisieren. Ein Beispiel hierfür ist die Bundestagswahl 2002, als die ARD eine Mehrheit für CDU/CSU und FDP prophezeite und die Union als stärkste politische Kraft sah, obwohl das amtliche Endergebnis der SPD einen Vorsprung von ca. 8000 Stimmen vor den ChristdemokratInnen bescheinigte und Rot-Grün (u.a. auch mit Hilfe der Überhangmandate) wieder eine stabile Regierung stellen konnte. Ähnliches geschah 1992 in Großbritannien, als nach der Stimmenabgabe von den Fernsehstationen ein Sieg der Labour Party prophezeit wurde und sich am Morgen nach der Wahl nacht herausstellte, dass doch die Conservative Party die Wahl gewonnen hatte.

ermöglicht, trotz der zunehmenden Fragmentierung des TV-Publikums eine große und breit gefächerte nationale Zuschauerschaft anzusprechen.

1.2.3 Wahlnachtreden

Im Laufe der Wahlnacht halten SpitzenpolitikerInnen aller großen Parteien z.T. mehrere Reden, in denen sie sich u.a. zum vorläufigen Wahlergebnis äußern. Diese Wahlnachtreden stellen besonders im anglo-amerikanischen Sprachraum ein fest in der Wahlnacht verankertes Ritual dar. Auch in Deutschland haben sie in den letzten Jahren (nicht zuletzt dank des denkwürdigen Auftritts Schröders im Jahre 2005) weitaus mehr Aufmerksamkeit als bislang erhalten. Ihre bedeutende Rolle innerhalb der Berichterstattung am Wahlabend bzw. in der Wahlnacht zeigt sich u.a. dadurch, dass alle Fernsehsender andere Sendeelemente und -formate wie z.B. Nachrichten oder Hochrechnungen für sie unterbrechen. Teilweise wird auch bereits vor der Rede zu den jeweiligen Foren geschaltet und mit der Berichterstattung begonnen, so dass ein Spannungsbogen entsteht und die Wahlnachtreden der jeweiligen SpitzenkandidatInnen mit großer Aufmerksamkeit erwartet werden (Wied 2007: 231). Das bedeutet, dass Wahlnachtreden neben An- und Abmoderationen, Präsentationen von Prognosen bzw. Hochrechnungen und Interviews mit den PolitikerInnen ein konstitutives Element von Wahlachtsendungen darstellen und die Ablaufplanung der Berichterstattung maßgeblich beeinflussen (Wied 2007: 383). Sie stellen ein eigenes Subgenre des Genres „politische Rede“ dar, das für die Live-Berichterstattung der Fernsehsender eine große Rolle spielt, da Wahlnachtreden fast ausschließlich direkt übertragen werden (vgl. Marriott 2007: 92ff.)⁸. Dadurch wird den FernsehzuschauerInnen nahe gelegt, sie ebenfalls als ein herausragendes Ereignis in der stundenlangen Berichterstattung der Wahlnacht anzusehen. Auch durch Neue Medien wie das Internet haben Wahlnachtreden an Bedeutung gewonnen, da nicht nur das anwesende Publikum bzw. die Zuschauerschaft an den Fernsehgeräten diesem Live-Ereignis beiwohnen können, sondern die Reden auch zeitversetzt im Internet angeschaut werden können (Reisigl 2008: 256).

8 Der besondere Charakter von Wahlnachtreden zeigt sich weiterhin darin, dass sie keiner Redesphäre eindeutig zugeordnet werden können (vgl. Schröter 2006: 50). Sie stellen weder reine integrativ-konsensorientierte Festreden dar, noch dienen sie primär dazu, Zustimmungsbereitschaft zu erzeugen (wie dies beispielsweise bei Parteitagsreden oder bei Reden vor Interessenverbänden der Fall ist).

1.2.3.1 Definition des Genres der (Wahl-)Rede

Genres sind soziokulturell konventionalisiert und stellen z.T. ritualisierte Schemata zur Handhabung von sozialen Problemen dar. Sie liefern standardisierte Interpretationsrahmen und genrespezifische Inferenzmöglichkeiten zur Erschließung von impliziten Bedeutungen (Lauerbach & Fetzer 2007: 11). Levinson (1979: 368) definiert *genre* bzw. *activity type* als

a fuzzy category whose focal members are goal-defined, socially constituted, bounded events with constraints on participants, setting and so on, but above all on the allowable contributions.

Wahlreden sind Teil eines Mediendiskurses, der hauptsächlich an ein abwesendes Massenpublikum (*ratified overhearer*, vgl. Goffman 1981: 132) gerichtet ist (siehe Kapitel 2.2.2). Sie unterscheiden sich beispielsweise vom politischen Interview dadurch, dass die PolitikerInnen nicht nur das abwesende TV-Publikum, sondern auch die anwesende Zuschauerschaft bei der Gestaltung ihrer Äußerungen berücksichtigen. Dadurch erhalten die Reden ein *recipient design* (rezipientenspezifischer Zuschnitt, siehe Bußmann 2002: 567), dessen Form und Funktion auf anwesende wie abwesende Rezipientengruppen abgestimmt sind. Für das TV-Publikum findet solch eine öffentliche Kommunikation durch Aufzeichnung vermittelt bzw. *live*-Übertragung statt (Lauerbach & Fetzer 2007: 17f.). Deshalb können in Bezug auf die FernsehzuschauerInnen nur die intendierten Auswirkungen von Reden analysiert werden (*perlocutionary act*, vgl. Austin 1962), während in Bezug auf das anwesende Publikum auch der tatsächliche Effekt (*perlocutionary effect*, vgl. Searle 1969) zu beobachten ist (vgl. Lauerbach & Fetzer 2007: 21). Nichtsdestotrotz kann in dieser Studie eine genaue rezeptionsorientierte Analyse nicht geleistet werden.

Wahlreden eignen sich besonders gut für den kulturübergreifenden Vergleich von Diskurspraktiken. Dies liegt zum einen an den genrespezifischen Charakteristika. Wahlreden sind zeitlich befristet und dadurch kondensiert. Die Auseinandersetzung mit dem Wahlergebnis und mit politischen Inhalten verläuft sehr intensiv, sei es explizit oder implizit. Zudem sind Wahlreden per se ideologiegeladen, richten sich (neben dem meist homogenen anwesenden Publikum) an eine breite und heterogene Öffentlichkeit und weisen eine Verdichtung von diskursiven Strategien auf. Aus diesen Gründen enthalten sie typische diskursive Muster und sind oft repräsentativ für den Diskurs einer politischen Gruppe. Zum anderen sind die im Korpus enthaltenen Wahlreden auch auf Grund der sehr ähnlichen politischen Kontexte der britischen Wahl 1997 und der deutschen Abstimmung 1998 (vgl. Kapitel 3 und 5) gut miteinander vergleichbar. Die externen Parameter sind fast identisch und der Kontext ist sehr ähnlich (Fetzer & Bull 2006: 17). Wahlreden stellen in Großbritannien

wie in Deutschland ein stark ritualisiertes Genre dar, das neben den Hochrechnungen einen wichtigen Bestandteil der Live-Berichterstattung der Medien über die Wahlnacht darstellt (Schieß 2007: 276) und ein Massenpublikum generiert und vereint (Gurevitch & Kavoori 1992: 415). Die RednerInnen äußern die gleichen Themen, verfolgen die gleichen Ziele und setzen vergleichbare Diskursstrategien ein (Lauerbach 2007: 315). Auszüge aus den Reden (sog. *soundbites*) erscheinen oft in den Nachrichten und werden in den Zeitungen abgedruckt, Transkripte sind im Internet einzusehen⁹. Letztendlich weisen Wahlnightreden dadurch eine hohe Vergleichbarkeit auf, dass in ihnen die Interpretationsschlacht darüber, welche soziale und politische Funktion die numerischen Wahlergebnisse haben, begonnen wird (Lauerbach 2007: 316): Gewinner- und Verliererparteien werden ebenso wie die nächsten AmtsinhaberInnen bzw. OppositionsführerInnen benannt, die zu erwartenden politischen Maßnahmen und deren Bedeutung für die Nation dargestellt, Stärken und Schwächen des Wahlkampfes analysiert und Lobpreisungen bzw. Schuldzuweisungen geäußert (Lauerbach 2007: 316). Oft weisen sie bereits auf den Charakter folgender Äußerungen in anderen Genres wie z.B. Interviews oder Diskussionsrunden hin (Lauerbach 2007: 318).

Nicht zuletzt eignen sich besonders die britischen und deutschen Wahlnightreden der Jahre 1997 und 1998 durch die sehr ähnlichen politischen Ausgangsbedingungen hervorragend zum Vergleich (vgl. Strohmeier 2002: 215ff., 259ff.): In beiden Nationen waren konservative Regierungen sehr lange an der Macht und die jeweiligen Regierungschefs waren parteiintern stark umstritten (Helmut Kohl auf Grund seines innovationenhemmenden Führungsstils, John Major wegen seiner mangelnden Durchsetzungsfähigkeit). In den 1980er Jahren führten die konservativen Parteien einen erfolgreichen Wahlkampf, während dies in den 1990er Jahren für die sozialdemokratisch orientierten Parteien galt. Ein Regierungswechsel zu *New Labour* bzw. der SPD schien für niemanden ein großes Risiko darzustellen. Major und Kohl distanzieren sich von modernen Wahlkampfmethoden¹⁰, verfolgten beispielsweise intensive *negative campaign-*

9 Kulturtypische Unterschiede zwischen britischen und deutschen Wahlnightreden zeigen sich hinsichtlich der Länge, des Institutionalierungsgrads, der Tradition, des Aufbaus, der Zeit und des Orts der Darbietungen sowie der rhetorischen Gestaltung und der Rahmgebung (*framing*) von Wahlnightreden durch die jeweiligen TV-Stationen (Schieß 2007: 276).

10 Strohmeier (2002: 159ff.) benennt mehrere theoretische Postulate zur Führung einer effizienten modernen Wahlkampagne. Dazu gehört, sich einen Überblick über die Ausgangslage zu verschaffen, d.h. die eigene Partei sowie die konkurrierenden Parteien, die Wählerschaft und das politische und mediale System zu analysieren. Weiterhin sollte bei einem modernen Wahlkampf eine nachfrageorientierte Kampagne mit dem Ziel der Stabilisierung von StammwählerInnen und der Akquisition von WechselwählerInnen

ning-Maßnahmen (*New Labour – New Danger*, „Rote-Hände-Kampagne“, siehe hierzu Kapitel 3 und 5) und wurden zudem von den konservativen Medien nicht mehr unterstützt. Blair und Schröder und ihre jeweiligen Wahlkampfstrategen Peter Mandelson und Bodo Hombach realisierten einen sehr modernen Wahlkampf, in dem sie eine erfolgreiche unmittelbare und mittelbare Wahlkampfkommunikation betrieben und z.B. durch die *pledge card* bzw. die Garantiekarte (vgl. Kapitel 3 und 5) identische Mittel einsetzten. Mit diesem Ansatz verzeichneten sie beide einen klaren Sieg. Die medialen Rahmenbedingungen für die Wahlkampfführung ähnelten sich ebenfalls (vgl. Strohmeier 2002: 242ff., 286ff.). So berichteten beispielsweise in beiden Nationen öffentlich-rechtliche wie private Fernsehsender über die Wahlnacht. Unterschiede zeigen sich dahingehend, dass Großbritannien ein Mehrheitswahlrecht aufweist, das die Existenz zweier Parteien (*Labour Party* und *Conservative Party*) begünstigt, während in Deutschland die Sitze im Parlament nach dem Verhältniswahlrecht vergeben werden, welches mehrere Fraktionen zustande kommen lässt und einen Koalitionszwang hervorbringt. Insgesamt hat die kulturübergreifende vergleichende Perspektive gegenüber einem innerkulturellen Ansatz den Vorteil, dass nationale Eigenheiten besonders hervorstechen. Inwieweit jedoch trotz der vielen Gemeinsamkeiten der Kontexte Gewinner- und Verliererreden in den jeweiligen Kulturen ausreichend viele Gemeinsamkeiten aufweisen, um einen kulturtypischen Wahlnachtdiskurs in den Wahlnachttreden zu identifizieren und um damit

durch eine Breitenorientierung und eine Zielgruppenorientierung am Wählermarkt realisiert werden. Bei der Breitenorientierung sind bei Sachthemen vor allem die eigenen Lösungskompetenzen herauszustellen und bei emotional-ideologischen Themen Polarisierungen vorzunehmen. Diese Polarisierungen sollten jedoch nur vage, moderate bzw. weniger extreme Positionen enthalten, da ansonsten WechselwählerInnen abgeschreckt werden und ein Bumerang-Effekt das Ergebnis ist. Gleiches gilt für ein weiteres Hauptmerkmal des modernen Wahlkampfs, den Angriffs- und Konterwahlkampf. In diesem Angriffs- und Konterwahlkampf ist die negative Darstellung der politischen Konkurrenz primär sachlich-pragmatisch, indirekt und beispielsweise mit humorvollen Akzenten zu versehen. Weitere essentielle Elemente eines modernen Wahlkampfs sind eine gelungene unmittelbare und mittelbare Wahlkampfkommunikation. In der unmittelbaren Wahlkampfkommunikation sollte die positive Darstellung des eigenen politischen Produkts im Mittelpunkt stehen, zugleich jedoch auch nicht überzeichnet werden. In der mittelbaren Wahlkampfkommunikation spielen die Platzierung der eigenen Themenagenda in den Medien, die Telegenität der KandidatInnen, die Beeinflussung der HerausgeberInnen und der Redaktionen, die Instrumentalisierung der Medien, der direkte persönliche Kontakt zu JournalistInnen sowie die Anpassung des eigenen politischen Produkts an Medienformate und an die Arbeitssituation von JournalistInnen eine entscheidende Rolle.

eine gute Basis für einen kulturübergreifenden Vergleich zu haben, wird sich erst im Laufe der empirischen Untersuchung zeigen.

1.2.3.2 Allgemeine Erwartungen an das Genre der politischen Rede bzw. an das Subgenre der Wahnachtrede

An das Genre der politischen Rede gibt es allgemeine Erwartungen. So ist akzeptiert, dass meist die RednerInnen sprechen und nicht das Publikum (für einen Vergleich von klassischer und moderner politischer Rhetorik siehe Reisigl 2008: 257). Dadurch nehmen die ZuschauerInnen automatisch eine Haltung ein, die es ihnen erlaubt, die RednerInnen genauer zu beobachten (Goffman 1981: 137). Es ist ebenfalls eine Konvention, dass die RednerInnen keinen Objektivitätsanspruch erheben und dass die Zuschauerschaft eine subjektive Stellungnahme erwartet (siehe Reisigls Typologie von politischen Reden in Reisigl 2008: 249ff.)

Die konkrete Erwartungshaltung an die Wahnachtreden hängt sehr stark vom jeweiligen Kontext ab, in dem sie gehalten werden. Dieser setzt sich aus mehreren Faktoren zusammen, die zu jedem Zeitpunkt der Wahnacht in einem unterschiedlichen Verhältnis zueinander stehen: zeitliche, örtliche und soziale Beziehungen zwischen den TeilnehmerInnen und ihre jeweiligen Annahmen, Wissensstrukturen und Absichten, verwendetes Medium und der kulturelle Kontext (Levinson 1983: 49ff.)¹¹. Für das Publikum stellen die Wahnachtreden nur ein Glied aus einer Kette von zahlreichen anderen Reden dar, die bereits im Wahlkampf gehalten worden sind und die in Zusammenhang mit Texten aus anderen Genres (wie z.B. Presseerklärungen, Medienberichten) stehen (*generic chains*, vgl. Fairclough 2000a: 174). Die RednerInnen und ihr jeweiliger Redestil sind also bereits einem breiten Publikum bekannt.

Von GewinnerInnen einer Wahl wird im Allgemeinen erwartet, dass sie sich und ihre Partei in passionierter Rhetorik glorifizieren und die politische Gegnerpartei(en) abwerten, während die VerliererInnen sich darauf konzentrieren, ihre Niederlage schönzureden und versuchen, den Sieg der politischen Konkurrenz zu schmälern (vgl. Kapitel 4.4 und 6.3). Diese Kommunikationstrategien veranlassen viele Fernseh ZuschauerInnen nach der Bekanntgabe der ersten Hochrechnungen abzuschalten, da sie ohnehin nur die üblichen „Parteischallplatten“ mit den herkömmlichen Strategien der positiven Selbstdarstellung und der negativen

11 So herrschte beispielsweise an die Gewinnerrede Blairs 1997 in seinem Wahlkreis Sedgfield eine andere Erwartungshaltung als an Kohls Verliererrede 1998 in der Parteizentrale der CDU. Während sich bei Kohls Rede hauptsächlich die Frage stellte, ob bzw. wie er die Niederlage eingestehen würde und vor allem ob er den Parteivorsitz abgeben würde, drängte sich bei Blairs Rede die Frage auf, inwieweit er den sich abzeichnenden Erdrutschsieg seiner Partei in einem polarisierenden Diskurs darstellen würde.

Darstellung der „Anderen“ erwarten. Dieses typische Verhalten von Seiten der PolitikerInnen erklärt sich u.a. daher, dass sie (im Gegensatz zum politischen Interview, vgl. Lauerbach 2001a) die Kontrolle über die Agenda einer Wahl- nachtrede haben, d.h. dass sie die Themen bestimmen und ausgestalten können. Die RednerInnen stehen einem freundlich gesinnten anwesenden Publikum ge- gegenüber und können mit Hilfe geeigneter rhetorischer Formate Applaus und an- dere positive kollektive Reaktionen evozieren. Aus diesem Grund haben Wahl- nachtreden teilweise den Charakter einer Festrede, bei denen sich die Politike- rInnen auf sicherem Grund wähen können.

1.2.3.3 Forschungsstand und allgemeine Annahmen

Wahlberichterstattungen sind, im Gegensatz zu Wahlkämpfen (vgl. Arduç 2002, Stiehler 2000), bisher kaum erforscht worden. Zwar finden sich einige sozial- psychologisch und medienwissenschaftlich orientierte Arbeiten (z.B. Abele 1989¹², Marriott 2000, Marriott 2007, Wied 2007). Aus (pragma-)linguistischer Sicht liegen jedoch keine Studien vor. Dem Motto Sepp Herbergers folgend „Nach dem Spiel ist vor dem Spiel“ drängt sich bei der Untersuchung von Wahl- nachtreden die Frage auf: Ist nach der Wahl vor der Wahl? Beginnt der nächste Wahlkampf unmittelbar nach der Wahl, d.h. nach Beendigung des vor- herigen Wahlkampfes in der Wahlnacht? Oder zeichnen sich Wahl- nachtdiskurse durch eigene spezifische Charakteristika aus?

Zu diesen Fragen gibt es von wissenschaftlicher und von nicht- wissenschaftlicher Seite unterschiedliche Stellungnahmen. Auf der einen Seite gibt es Stimmen, die große Ähnlichkeiten zwischen Wahlkampf und Wahl- nacht sehen. Nach Hetterich (2000: 20) beginnt der neue Wahlkampf bereits mit der Veröffentlichung der ersten Hochrechnungen am Wahl- abend. Guido Westerwelle argumentiert ebenfalls: „Der Wahlkampf beginnt mit dem Statement nach der ersten Hochrechnung.“ (vgl. Korte 2003: 120). Hategan (2005: 34) unterstreicht durch ihre Beobachtung, dass der Zeitraum vor Beginn des offiziellen Wahl- kampfes mindestens genauso bedeutsam wie der Wahlkampf selbst ist, diese Vorstellungen. Weiterhin scheinen die polarisierenden Wahl- nachtreden Schröders 2005 und auch Silvio Berlusconi 2006 dafür zu sprechen, dass der Wahlkampf (besonders bei knappen Mehrheitsverhältnissen und bei einer mög- lichen Stichwahl) in der Wahlnacht fortgeführt wird. Althaus (2001: 26) be-

12 Abele (1989), eine Sozialpsychologin, stellt in ihrer Analyse von Interviews am Wahl- abend fest, dass WahlgewinnerInnen assertive Strategien verwenden, um sich selbst zu loben, während WahlverliererInnen defensive Strategien vorziehen, um die eigene Ver- antwortung am Wahlergebnis zu minimieren und die GegnerInnen abzuwerten (Abele 1989: 39).

merkt zudem, dass Negativkampagnen im Gegensatz zu früher in aktuellen politischen Diskursen durchgängig und u.U. bis hinein in die Wahlnacht realisiert werden.

Auf der anderen Seite wird ebenso argumentiert, dass eine Wahlnacht eine Zäsur im unaufhörlichen Wahlkampfgetöse darstellt. Von Alemann (1999: 47) beobachtet beispielsweise anlässlich der Bundestagswahlen 1998, dass die KommentatorInnen der Wahlnacht recht geschlossen anmerkten, dass die PolitikerInnen kaum polarisierende Äußerungen machten und das Publikum nicht mit unentwegtem Schönreden der Resultate konfrontierten. Auch Korte (2003: 120) unterstellt der „Mehrzahl der parteipolitischen Akteure [...], dass der Wahlkampf am Tag nach der Wahl erneut beginnt“. Diese Behauptung impliziert, dass am Wahlabend bzw. in der Wahlnacht selbst der nächste Wahlkampf noch nicht begonnen hat und diese Zeiträume eine Art wahlkampffreies Vakuum darstellen. Ähnlich äußert sich auch Merkel (2000: 633), die Konrad Adenauer mit den Worten „Der nächste Wahlkampf beginnt am Tag nach der Wahl.“ zitiert. Die im Allgemeinen negativen Reaktionen auf Schröders Wahlnightrede 2005 scheinen ein weiteres Indiz dafür zu sein, dass ein polarisierender Wahlkampfdiskurs vor dem nächsten Tag nach der Wahl nicht angebracht ist (vgl. Schwenicke 2005: 30).

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass es sehr unterschiedliche Auffassungen darüber gibt, wann genau der nächste Wahlkampf beginnt und wie folglich Wahlnightdiskurse ausgestaltet werden. Mit Hilfe einer pragmalinguistischen Analyse der Wahlnightreden durch diskursanalytische Methoden soll diese Arbeit dazu beitragen zu klären, inwieweit britische und deutsche SpitzenpolitikerInnen Wahlnightreden explizit oder implizit polarisierend gestalten und welche kulturspezifischen Charakteristika sich dabei zeigen.

1.3 Kultur und interkultureller Vergleich – Definitionen und Ansätze

In dieser Arbeit wird eine pragmatische Definition von Kultur berücksichtigt, die vor allem sozio-kognitive Elemente in Betracht zieht und die folgendermaßen definiert wird: “an *ensemble* of social experiences, thought structures, expectations and action practices, which has the quality of a *mental apparatus*” (Sauer 2007: 227, vgl. Clyne 1994: 3 und Redder & Rehbein 1987: 20). Kultur stellt in dieser Definition keine „vom gesellschaftlichen Handeln abgelöste Entität dar“ (Redder & Rehbein 1987: 15). Das wichtigste konstitutive Element von Kultur ist das in einer (nationalen) Sprachgemeinschaft (*speech community*, vgl.

Glück & Schmöe 2005: 617) gemeinsam geteilte Wissen über Zeichensysteme (Sprache, etc.), über soziale Praktiken (z.B. verbale Interaktionen) und pragmatische Prinzipien wie *coding* und *decoding*, über die physikalische, soziale und subjektive Welt sowie über die Interaktion dieser Systeme. Dieses Wissen ist für soziale Interaktionen besonders relevant (Lauerbach & Fetzer 2007: 8). Aus den angeführten sprachexternen Zwängen ergeben sich präferierte und nicht-präferierte Modi zur Realisation von kommunikativen Intentionen (Hymes 1974: 45ff., Fetzer 2007: 165)¹³.

Kultur stellt für diese *cross-cultural study* einen zentralen Aspekt dar¹⁴. Im Gegensatz zu *cross-linguistic studies*, die sich auf sprachliche Formen konzentrieren, soll durch den Aspekt *cross-cultural* eine breitere Perspektive eingenommen werden und dadurch die Beziehung zwischen Sprache und (politischer) Kultur mehr Berücksichtigung finden (Johansson 2007: 144). Deshalb ist dieses Projekt im Bereich *cross-cultural pragmatics* anzusiedeln (vgl. hierzu auch das Frankfurter Wahnachtprojekt, siehe Becker 2007, Lauerbach 2007, Schieß 2007 und Scheithauer 2007). Sprachliche Elemente (wie Metaphern, evaluierende Ausdrücke oder Sprechhandlungen) von Wahnachtreden in einer Kultur stellen den Ausgangspunkt für den Vergleich mit den gleichen sprachlichen Elementen in Wahnachtreden in einer anderen Kultur dar (vgl. Johansson 2007: 144, Traverso 2000: 5f.). *Cross-linguistic* und/oder *cross-cultural studies* illustrieren pragmatische Prinzipien wie Höflichkeit und Direktheit und zeigen beispielsweise, dass das, was in einer Sprache als höflich/unhöflich oder direkt/indirekt rezipiert wird, in einer anderen Sprache unterschiedliche Reaktionen hervorrufen kann (vgl. Brown & Levinson 1987). Auf vergleichbare Art und Weise soll in dieser kulturübergreifenden Studie im Zentrum des Interesses stehen, welche Strategien zur Selbst- und Fremddarstellung (z.B. eine kulturtypische Realisierung von Strategien des ideologischen Quadrats) britische und deutsche PolitikerInnen im Genre Wahnachtreden anwenden.

13 Eine statische Definition von Kultur, die als feste, a priori gegebene Variable zum Verständnis und zur Beschreibung kommunikativer Gemeinsamkeiten und Unterschiede beitragen soll, wäre in diesem Zusammenhang unangebracht (vgl. Sarangi 2007). Ein so definierter Kulturbegriff würde die interne Homogenität innerhalb von kulturellen Gruppen zu stark betonen.

14 Kontrastive linguistische Studien haben in den Bereichen Phonologie, Morphologie, Syntax und Semantik eine lange Geschichte (Jaszczolt 2007). In der Pragmatik wird in diesem Zusammenhang meist der Begriff *cross-cultural studies* verwendet. Je nach Perspektive der Analysierenden wird er auch durch Begriffe wie *contrastive text linguistics*, *contrastive pragmatics* (z.B. Blum-Kulka et al. 1989, House 1996), *contrastive rhetoric* (z.B. Kaplan 1966/1987) abgedeckt (vgl. Östman & Virtanen 2007). Diese Variationen zeigen, dass die Termini *cross-cultural* und *contrastive* nicht einheitlich verwendet und z.T. deckungsgleich gebraucht werden.