**DIE REPUBLIKANER ALS
MEDIENKOMMUNIKATIONSPARTEI?**

**ORGANISATIONSSTRUKTUREN UND
MODERNISIERUNGSPROZESSE INNERHALB DER
AMERIKANISCHEN HOUSE REPUBLICAN PARTY
1988 - 1994**

**12-Wochen-Arbeit im Rahmen der Prüfung für
Diplom-Sozialwirte an der Universität Göttingen**

vorgelegt:	9. Mai 1998
von:	Joachim K. Rennstich
aus:	Sikuati/Malaysia

INHALTSVERZEICHNIS

Abkürzungsverzeichnis

v

Teil 1: Die GOP – eine Medienkommunikationspartei?

I.	U.S. Parteitheorie und das Triparty-System	1
A.	Traditional Party Theory	2
B.	Das Triparty-System und die Subsidiarisierung der PartEIForschung	4
C.	Niedergang oder Renaissance?	6
D.	Der Wandel der "Permanent Minority" zur Majority Party im House of Representatives	9
II.	Das Modell der Medienkommunikationspartei	12
A.	Europäisierung, Amerikanisierung und Globalisierung	13
B.	Medienkommunikationspartei	17

Teil 2: Unknown Territory – Die Organisationsstrukturen der House GOP

I.	Struktur und Aufbau der GOP: Traditional Party Organizations	22
A.	Local/County Organizations	26
B.	State Party Organizations	28
C.	National Party Organization	31
	RNC	33
D.	Congress und Presidency	37
II.	Struktur und Aufbau der GOP: Neue Agenten der Partei	40
A.	NRCC/NRSC	41
B.	Legislative Campaign Committees (LCCs)	46
C.	Leadership PACs	47
D.	Andere Parteiagenten	48
III.	The Times They Are A Changing – Institutionelle Veränderungen innerhalb des Congress'	50

A.	Committees	53
B.	Leadership	54
C.	Floor	57
D.	Informal Entrepreneurial Opportunities – Veränderungen der persönlichen Member Ressourcen	58
IV.	Dispersal Leadership Structure – Gestreute Führungsorganisation der House GOP	60
V.	Intra Party divisions – Verschiebungen innerhalb der House GOP	63
A.	House Republican Factions	63
1.	West and South vs. Northeast and Midwest	65
2.	Younger vs. Older	66
3.	Party Activists vs. "District Guys" and "Committee Guys"	69
4.	"Bombthrowers" vs. "Responsible Partners in Governing"	70
5.	Conservatives vs. Moderates	71
6.	Congressional GOP Loyalists vs. Presidential GOP Loyalists	73
7.	Supporters of "National Strategy" vs. Supporters of "Local Strategy"	74
B.	Caucus Activity	76
1.	Conservative Opportunity Society (COS)	77
2.	House Wednesday Group	78
3.	The '92 Group	79
	Teil 3: The Party-in-the-Marketplace – Das Political Marketing der House GOP	80
I.	The Outside Players – Externe Einflüsse auf die GOP	81
A.	Veränderte Umweltbedingungen	81
1.	Election-related Changes	82
2.	Electoral Party Attachment	83
a)	Zusammensetzung des Electorate	87
b)	Polarization	90
B.	Externe ideologische Einflüsse auf die House GOP	91
1.	The Religious Right	92

2.	The New Right	94
3.	Neoconservatism	96
4.	Libertarianism	97
5.	The Old Right	98
II.	Remodelling & Repackaging – Die New House Republican Party, ihr “Image” und ihre “Produkte”	99
A.	Targeting the Market and Modeling the Product – Moderne Marketingwerkzeuge im Political Marketing	100
1.	Professionalization	101
2.	Marketing Approach	103
B.	Agenda-Setting	105
C.	The GOPAC Factor	109
1.	Candidate Recruitment – Das GOPAC “Farm Team”	111
2.	Candidate Training	113
III.	The Gingrich-Block – Das veränderte Gesicht der GOP Conference	114
	Teil 4: Look Who’s Talking Now – Das Kommunikationsmanagement der House GOP	119
I.	Internal Communications Strategy	122
A.	Haley Barbour (RNC Chairman)	123
B.	Alternative Media	124
1.	Elektronische Netzwerke	125
2.	GOP-TV	126
C.	Congressional Briefings	129
II.	External Communications Strategy	133
A.	Media Strategy	134
B.	C-SPAN and Special Orders	139
C.	Talk Radio	142
III.	The “Contract with America”	147
A.	Schaffung einer positiven Agenda	148
B.	Vereinigung der House GOP	150
C.	Campaign Themes	151

Teil 5: Konklusion – Die “New(t) House GOP”

I.	Konklusion	155
	A. Organisation	155
	B. Als “Wahl-Produkt”	156
	C. Kommunikationsmanagement	157
II.	The “New(t) GOP” – eine globale Medienkommunikationspartei?	158
	Appendix A: State Laws Regulating Political Parties	160
	Appendix B: House Republican Leadership Structure	161
	Appendix C: Republican Organizations	
	Literaturverzeichnis	168

ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS

ALEC	American Legislative Exchange Counsel
C-SPAN	Cable-Satellite Public Affairs Network
CC	Christian Coalition
COS	Conservative Opportunity Society
(D-State)	Democratic Representative des genannten State
DCCC	Democratic Congressional Campaign Committee
FEC	Federal Election Commission
FECA	Federal Election Campaign Act
GOP	G.O.P. —> Grand Old Party [—> Republican Party]
GOPAC	G.O.P. Political Action Committee
LCC	Legislative Campaign Committee
NCPAC	National Conservative Political Action Committee
NPR	National Public Radio
NRCC	National Republican Congressional Committee
NRSC	National Republican Senatorial Committee
PAC	Political Action Committee
(R-State)	Republican Representative des genannten State
Rep.	Representative
RESN	Republican Exchange Satellite Network
TPO	Traditional Party Organization
YAF	Young Americans for Freedom

TEIL 1:

DIE GOP – EINE MEDIENKOMMUNIKATIONSPARTEI?

I. U.S. PARTEITHEORIE UND DAS TRIPARTY-SYSTEM

Gegenstand der Untersuchung dieser Arbeit ist eine amerikanische Partei. Warum ist diese Feststellung von Bedeutung? Amerikanische Parteien und deren Erforschung unterscheiden sich teils recht deutlich von denen anderer westlicher Systeme. Das amerikanische System galt gewissermaßen als Einzelfall und Besonderheit (vgl. z.B. Panebianco 1988). Epstein (1986) etwa benutzte den Ausdruck der "American Mold":

"The distinctiveness of American parties is old and well established. [...] As governing agencies, American parties have nearly always been less cohesive on national policy making than parties in parliamentary regimes. [...] Moreover, American parties have ordinarily been without the dues-paying mass memberships characteristic of European parties. First, they were unusual in their dependence on large-scale patronage, and then, since early in this century, they have been unique by virtue of losing control of their own affairs – notably the selection, or nomination, of candidates, once state-run direct primaries were established" (Epstein 1986, 4).

Worin liegt nun aber das Besondere der amerikanischen *Parteiforschung*? Während noch in den frühen Werken der "Väter" der Parteiforschung¹, wie beispielsweise V. O. Key (1955; 1950; 1959), Eldersveld (1964), Schattschneider (1960; 1942), Duverger (1954) und Merriam (1922), versucht worden war, eine integrierte und umfassende Parteitheorie zu entwickeln, zersplitterte die Parteiforschung in den 60er und 70er Jahren rasch in spezialisierte "Subfelder". Baer und Bositis benutzen für diese beiden Epochen die Begriffe "traditional

---

¹ Im folgenden wird, sofern nicht anders ausgewiesen, mit "Parteiforschung" Bezug auf die amerikanische Parteiforschung genommen.

party theory" und "party-related research" (Baer and Bositis 1988, Chapter 2).² Die beiden Autoren kritisieren, wie eine wachsende Zahl anderer Autoren auch,³ daß diese Spezialisierung oder "compartmentalization" (Baer and Bositis 1988, 23) zwar erfolgreich zum besseren Verständnis der *einzelnen Variablen*, nicht jedoch zum besseren Verständnis der *Interrelation* dieser Variablen beigetragen habe (Baer and Bositis 1988, 21) und fordern daher wieder eine verstärkte Betonung auf die Verknüpfung der drei Teilsysteme.

Im folgenden wird kurz auf das "triparty model" eingegangen und die Entwicklung der darauf aufbauenden Subsysteme dargestellt. Anschließend soll kurz die Diskussion um Niedergang oder Renaissance der Parteien in den USA skizziert und eine Möglichkeit der Verknüpfung – und auch eine Lösung des Konfliktes zwischen "decline vs. revival" – angeboten werden: das Modell der Medienkommunikationspartei.

A. Traditional Party Theory

Das Hauptaugenmerk der Traditional Party Theorists lag auf den Verknüpfungen zwischen "elites" und "masses". Uneinigkeit herrschte indes bei der Analyse des tatsächlichen Repräsentationsprozesses. Grob betrachtet, spalteten sich die Traditionalisten in die Vertreter der "indigenous" oder "conventional American parties" (etwa Epstein 1983; Banfield 1980) und die Verfechter des normativen Modells des "responsible party government"⁴.

Es war weithin akzeptiert, daß die U.S. Constitution, die föderale Struktur der Regierung und die politische Struktur Amerikas kaum ein förderliches Umfeld für Responsible Parties im Sinne des britischen Modells seien, insgesamt jedoch die "indigenous" American Parties das beste Parteiensystem für die USA darstellten (vgl. Epstein 1983; Banfield 1980).

Die Traditional Party Definition basiert auf einer dynamischen Konzeptionalisierung des Parteiensystems. Abbildung I-1 zeigt den Versuch einer

² Diese Unterscheidung findet auch in dieser Arbeit Anwendung.

³ Anthony King etwa formulierte seine Kritik schon recht früh mit einem sehr anschaulichen Bild: "The notion of party-in-the-electorate seems a strange one on the face of it. It is rather as though one were to refer not to the buyers of Campbell's soup but to the Campbell-Soup-Company-in-the-Market" (King 1969, 114; siehe zu weiterer Kritik z.B. auch Coleman 1996; Frendreis 1996).

⁴ Ausführlich dargestellt in dem 1950 veröffentlichten Report des American Political Science Committee on Political Parties unter Leitung von E. E. Schattschneider (APSA Committee on Political Parties 1950).

Visualisierung als "Stuhl mit zwei Beinen" (two-legged stool) durch Baer und Bositis (1988, 25).

ABBILDUNG I-1
THE "TRADITIONAL PARTY" DEFINITION OF PARTY: A TWO-LEGGED STOOL

Source: Baer, Denise L., and David A. Bositis. *Elite Cadres and Party Coalitions*, p. 25.

Hierbei werden die politischen Eliten durch eine starke Parteiidentifizierung ("party identification") mit einer parteipolitisch differenzierten Wählerschaft ("differentiated partisan electorate") verknüpft. Während für die Elites das Interesse für Politik sehr hoch ist ("high psychological involvement"), ist es bei den Masses relativ gering ("low psychological involvement"). "Party identification" erwächst in diesem Modell jedoch nicht aus ideologischen Gründen oder bestimmten Themen ("issue preferences"), sondern aus einer Gruppenidentifikation ("group identification") heraus (vgl. Abbildung I-1). Elites gelangen in ihr Amt durch eine Mobilisierung ihrer Basis, also den "partisans" in der Wählerschaft.

"Independents" machen nur eine kleine, gewöhnlicherweise unbedeutende Gruppe aus (dargestellt durch den kleinen Kasten). Mobilisiert werden diese Partisans primär durch den lokalen Kontakt durch die Parteien ("local party conduct"). Der Definition Richard Jensens folgend (1969), benennen Baer

und Bositis dies als “militarist campaign style” (Baer and Bositis 1988, 24).

Es ist besonders zu betonen, daß dieses Traditional Party Model als Konklusion aus der Traditional Party Theory erwuchs, gewissermaßen die *Summe* dieser Theorie darstellt, nicht ihre *Substanz* (vgl. Baer and Bositis 1988, 24). Grundlage für das Triparty-System und die daraus entstehenden Subfelder (siehe unten) war also der formale Rahmen der Traditional Party Theory und nicht etwa die Erkenntnis, in erster Linie auf die Verknüpfungen zwischen den einzelnen “Variablen” zu achten.

B. Das Triparty-System und die Subsidiarisierung der Parteiforschung

Vor allem die Werke V. O. Keys (1964) und später Frank Soraufs (1984; siehe auch Beck and Sorauf 1992) bildeten die Grundlage für das sogenannte “Triparty Model”, also der Unterscheidung in Party-In-Electorate, Party-In-Government, und Party-In-Organization (vgl. Abbildung I-2). Für die Autoren der Traditional Party Theory war:

“the party an abstraction, resting on an amalgamation of the three constituent elements, none of which can stand alone , but together, comprise the party” (Hervorhebung im Original, Baer and Bositis 1988, 23).

Sorauf bezeichnet die beiden großen amerikanischen Parteien als:

“three-headed political giants, tripartite systems of interactions, that embrace all these individuals” (Beck and Sorauf 1992, 10; siehe auch Sorauf 1984, 8).

Abbildung I-2 veranschaulicht dieses Betrachtungsweise der Parteien als “Stuhl mit drei Beinen” (“three-legged stool”). Dieses simplifizierende Bild der amerikanischen Parteien – so nützlich es auch in der Betrachtung der dezentralisierten Strukturen der Parteien gewesen sein mag – bildete ein zu oberflächliches Modell der Traditional Party Theory ab.

Im Vergleich zu der Traditional Party Definition (Abbildung I-1) wird schnell deutlich, daß im Mittelpunkt des Party Concepts nicht mehr die Vermittlungsfunktion zwischen Elites und Mass Public steht – ein zentraler Bestandteil der Traditional Party Theory (vgl. Baer and Bositis 1988, 23). Vielmehr rückten nun die drei “Beine”, oder Abteilungen (“compartments”), der Theorie – Party-In-Electorate, Party-In-Government, und Party-In-Organization – in

den Vordergrund. Anders ausgedrückt: die Variablen wurden zur Formel.

ABBILDUNG I-2

THE "TRIPARTY MODEL" DEFINITION: A THREE-LEGGED STOOL

Source: Baer, Denise L., and David A. Bositis. *Elite Cadres and Party Coalitions*, p. 24.

Obwohl das Triparty Model auf der Traditional Party Theory aufbaut, müssen demzufolge beide Modelle klar voneinander abgegrenzt werden. Das Triparty Konzept ist eine Abstraktion der Traditional Theory, da es jeden Teil der Theorie – "party supporter", "organizations" und "elected office holders" – als einen separates Segment behandelt und die notwendige Verknüpfung der Teile durch die Elite-mass Unterscheidung unbeachtet läßt (ähnlich auch Coleman 1996, 181). Auf diese Weise entstanden drei Subfelder (die sich selbst wiederum weiter untergliedern lassen), welche mit der Zeit in Forschungsumfang und -tiefe fortlaufend eigenständiger wurden. Während also die Parteitheorie auf der Verknüpfung zwischen Elites und Masses (Traditional Party Theory) aufbaute, untersuchten in der Praxis Parteiforscher Elite und Mass Behavior als separate Phänomene (Baer and Bositis 1988, 26).

Das Umfeld für die Parteien hat sich im Laufe der Jahrzehnte fundamental verändert (Re/Dealignment, Partisanship⁵, Personalization, Mediatization, Party Financing, vgl. hierzu Teil 2-III. und Teil 3-I.A.). Schlug sich dies in den jeweiligen Bereichen der Parteiforschung deutlich nieder, so blieb die zugrundeliegende Parteitheorie unverändert. Dieser Umstand führte zu der Verwirrung, die im nächsten Abschnitt dargestellt wird: Handelt es sich bei der Entwick-

⁵ Im weiteren wird der englisch Begriff "partisan" und "partisanship" im Sinne Rohdes (1992, 27-9) benutzt.

lung der Parteien um einen Niedergang des Parteiensystems? Oder hat sich dieser Trend nicht längst gewandelt? Sind die Parteien etwa nicht "revitalized"? Haben sie eine neue Rolle in einem neuen Umfeld gewonnen? Oder sind sie mittlerweile bedeutungslose Hülsen, reine "Geldvehikel" geworden?

C. Niedergang oder Renaissance?

Die Parteiforschung in den USA befindet sich an einem Scheideweg. Politologen, die noch nach den Paradigmen der 50er und 60er Jahren – also der Traditional Party Theory – geschult worden waren, stellen mehr und mehr in Frage, ob die Parteien heutzutage überhaupt noch in der Lage sind, Regierung und Regierte miteinander zu verknüpfen.

Ihren jüngeren Kollegen, geschult in den 70er und 80er Jahren und Spezialisten in einem der Subsysteme, fällt es zunehmend schwerer, die "alten Tugenden" der "responsible parties" und des "party government" zu predigen (vgl. Green and Shea 1996a, 7). Und selbst jene, die den Niedergang der Parteien in den letzten Jahrzehnten als Norm akzeptieren, stehen dem Phänomen einer sich wieder verstärkenden "party organization" gegenüber, das so gar nicht in die Niedergangsstimmung passen will:

"The watchwords of this disagreement are party 'decline' versus 'revival'" (Green and Shea 1996a, 7).

Eine große Gruppe von Politologen in den späten 1970er und frühen 1980er Jahren begann vor einem Niedergang (decline) der amerikanischen Parteien zu warnen. Für sie war "The Party's Over" (Broder 1972) und sie hielten diesen Niedergang auch für unvermeidlich. Die Schwierigkeiten der Parteien wurden auf allen Feldern sichtbar: Sowohl in der Wählerschaft (siehe etwa Nie, Verba, and Petrocik 1979; Burnham 1982; Lipset and Schneider 1983; Fiorina 1980; Fiorina 1990), im Congress (siehe etwa Burnham 1975; Collie and Brady 1985; Brady and Bullock 1985), in der Parteiorganisation (siehe etwa Kirkpatrick 1979; Polsby 1983), ja selbst im politischen System (siehe etwa Schlesinger 1984; Ginsberg and Shefter 1990; Finer 1984) drohten die Parteien zum bedeutungslosen Faktor zu werden. Dabei wurde der Grad des Niedergangs noch nicht einmal an einem Idealbild (wie etwa dem Responsible Party Model Schattschneiders) gemessen, sondern vielmehr an dem, was Parteien früher geleistet hatten (Coleman 1996, 5).

Die nachrückende Riege der Parteiforscher mochten diesen Standpunkt nicht teilen. Sie wiesen vermehrt auf – zumindest teilweise sichtbare – Revitalisierungstendenzen hin (“party resurgence” oder “revitalization”): Congressional Parties unterschieden sich im Laufe der 1980er Jahre (und unvermindert, wenn nicht stärker danach) immer deutlicher voneinander und die Parteien wurden in sich geschlossener (was etwa in dem Abstimmungsverhalten bei “roll-calls” deutlich wurde) aber auch besser organisiert (siehe etwa Rohde 1991; Kiewiet and McCubbins 1991; Cox and McCubbins 1993; Bibby 1994; Gibson, Frendreis, and Vertz 1989; Gibson et al. 1983; Gibson and Scarrow 1993; Herrnson 1988; Herrnson 1986; Herrnson 1994; Herrnson, Patterson, and Pitney 1996; Sabato 1988; Baer and Bositis 1988; Green and Shea 1996b).

Coleman merkt zwar kritisch an, daß diese “improvements” von einer sehr geringen Basis aus entstanden seien und die Parteien nach wie vor einen geringeren Einfluß ausübten, als zuvor:

“[T]he improvements in Congress were from a historically low base and the party organizations, for all their improved service vending, could encourage but not select their party’s candidates, did not normally exert much pressure on legislative party members, and had modest impacts on voting turnout and the public’s attitudes towards parties” (Coleman 1996, 6),

Dennoch läßt sich eine deutliche Verbesserung des Status der Congressional Parties und der Parteiorganisationen während der 1980er und frühen 1990er Jahren feststellen (vgl. Teil 2-I. und II.). Sind wir nun also Zeugen des unentrinnbaren Untergangs oder dem Wiedererstarken der Parteien? Befinden wir uns auf Beerdigung des Parteiensystems oder auf der Taufe eines neuen Systems? Sowohl, als auch.

Studien über den Decline, sowie über die Resurgence der Parties sind zwar sehr hilfreich bei der Betrachtung der Parteien, sie haben aber auch gemeinsame Schwächen. Am häufigsten wird dabei die zu starke Ausrichtung auf das Triparty System hervorgehoben und die fehlende Betrachtung der Verknüpfung zwischen den Elementen des Modells (vgl. auch oben I. B.).⁶

---

⁶ Ware (1985) etwa bezeichnete das Modell als “unholy trinity” (vgl. auch Kritik bei Baer and Bositis 1988; Hames 1994).

Ebenso erschweren teilweise recht willkürlich gewählte Zeitabschnitte einen wirklichen Vergleich und eine Bewertung der Veränderung zum besseren oder schlechteren hin (vgl. Coleman 1996, 8).

Verschiedene Ansätze in der Literatur, wieder stärker die Verknüpfung der drei Teil- oder Subsysteme des Triparty Models zu betrachten, blieben bislang ohne großen Wiederhall in der Forschung und auch in der Öffentlichkeit. Zunehmend jedoch, versuchen Autoren aus der Sichtweise der Party Organizations einen integrierenden Ansatz zu definieren (vgl. Cotter et al. 1984; Baer and Bositis 1988; Schlesinger 1991).

Auch diese Arbeit verfolgt diesen Ansatz. Die Veränderungen innerhalb der GOP und insbesondere der House GOP beginnend Mitte der 1980er Jahre waren von enormer Bedeutung für die Partei. Sie wirkten sich nicht nur auf die Parteiorganisation, sondern eben auch auf die anderen Elemente – Wählerschaft und die gewählten Vertreter – aus. Im Rahmen dieser Arbeit soll untersucht werden, ob das Modell der Medienkommunikationspartei ein geeignetes Konzept darstellt, um diese Veränderungen nicht nur deskriptiv, sondern auch formalistisch zu erfassen und die Veränderungen in der House GOP als theoretisches Muster für die Struktur des Parteityps eines neuen Parteiensystems nutzbar zu machen. Doch warum gerade die House GOP?⁷ Waren es nicht vielmehr die "New Democrats" unter dem großen Kommunikator Bill Clinton, die seit 1992 vielmehr geeignet scheinen, unter dem Aspekt der Medienkommunikationspartei untersucht zu werden? Warum sollte gerade eine scheinbar in sich geschlossene, ideologisch kohärente konservative Partei wie die Republicans als Modell für eine Medienkommunikationspartei dienen?

---

⁷ Eine Betrachtung der Republican Party muß sich, aufgrund der Komplexität der Strukturen im amerikanischen föderalen System (vgl. Teil 2-I. und II.) auf eine der drei "national party bodies" konzentrieren: Der Presidency, dem Senate oder dem House. Im Zusammenhang mit dieser Arbeit wurde das House of Representatives gewählt. Zum einen stellt die Democratic Party seit 1992 den Präsidenten, Bill Clinton. Zum anderen scheint eine gemeinsame Betrachtung der Legislativen – also dem Congress (House und Senate) – für die Republican Party im Rahmen dieser Arbeit weniger hilfreich als eine alleinige Betrachtung der House Party. Der Senate bietet seinen Members zu viele Möglichkeiten der "obstructionist behavior" (zum Beispiel durch "Filibustering"), um eine Partisan Party (welche auch eine "majority rule" etablieren könne) vergleichbar mit der House Party entstehen zu lassen: "As early as 1841 and as recently as 1994, senators frustrated with the power of Senate minorities to block the majority urged their colleagues to create a workable system of majority rule" (Binder and Smith 1997, 2; vgl. auch Smith 1989; Sinclair 1989; Harris 1993). Ferner gingen im Untersuchungszeitraum die stärksten Impulse innerhalb der GOP eindeutig von der House Leadership um Newt Gingrich aus.

D. Der Wandel der "Permanent Minority" zur Majority Party im House of Representatives

Die Wahlen im Jahre 1952 waren (bis 1994) die letzten gewesen, in denen die House Republican Party eine Mehrheit innerhalb des House's erzielen konnten. 42 Jahre als "minority party" waren in vielerlei Hinsicht einzigartig: Niemals zuvor war eine Partei im Congress auch nur halb so lange in der Minderheit gewesen. Mit dem Beginn des 103th Congress war kein einziges Mitglied der Republicans – und nur vier der Democrats⁸ – jemals Member unter einem Republican Speaker gewesen. Die jüngsten Mitglieder im House waren noch nicht einmal geboren, als die Republicans die Majority Party im House bildeten. Dies führte dazu, daß in der akademischen Welt die House Republicans weitestgehend unbeachtet blieben (Connelly and Pitney 1994a, 1).

Die Fülle an Material und die Zahl der Autoren, die sich mit der House Republican Party und ihrer Organisation beschäftigen, ist äußerst gering. Nach jahrzehntelanger Abstinenz von der Macht, mit oftmals geringen Möglichkeiten der Partizipation im legislativen Prozeß, mag die Untersuchung der "permanent minority" (Connelly and Pitney 1994a) für viele Politikwissenschaftler nicht ergiebig genug erschienen sein. Einige wenige Autoren sind dennoch zu nennen.

1965 veröffentlichte Charles O. Jones sein Buch *Party and Policy-Making: The House Republican Policy Committee* (Jones 1965), in welchem er auf die Entstehung des Republican Policy Committee's und dessen Bedeutung für die House GOP und ihr "policy-making" einging. Fünf Jahre später veröffentlichte Jones sein zweites Werk, *The Minority Party in Congress* (Jones 1970). Es war die erste längere Studie seit fast 25 Jahren, die sich ausschließlich mit der House GOP beschäftigte. Institutionelle Veränderungen im U.S. Congress (vgl. Teil 2-III.) erforderten aber dringend eine neuerliche Untersuchung der House GOP, ihrer Strukturen, ihrer Zusammensetzung und innerer und äußerer Einflüsse im "post-reform Congress" (zu den Veränderungen im Post-Reform Congress siehe auch Ornstein 1975; Bader and Jones 1993; Dodd and Oppenheimer 1993a; Rieselbach 1986; King 1990; Sinclair 1995).

---

⁸ Im 104th Congress war Sidney Yates (D-IL) der einzige Member, der jemals zuvor unter einem Republican Speaker gedient hatte. Yates ist über 90 Jahre alt und wurde das erste Mal 1950 in das House gewählt (Wilcox 1995, 1).

Es dauerte zehn Jahre, bis A. James Reichley⁹ in seinem Buch *Conservatives in an Age of Change* (Reichley 1981) eine weitere Untersuchung der House Republicans in Angriff nahm. Er stellte dabei vier unterschiedliche Fraktionen ("factions") fest und zwar sowohl innerhalb des Electorate, als auch der Party Elite. Unter Einbeziehung der House Republicans zog Reichley die Trennlinie entlang ideologischer Differenzen ("tribal loyalties") und unterschiedlicher Einstellungen einer politischen Strategie.

Wenige Jahre später veröffentlichte Nicol Rae *The Decline and Fall of Liberal Republicans* (Rae 1989). Ebenso wie Reichley, benutzte Rae die "Conservative Coalition Scores" des *Congressional Quarterly's*. Diese ermöglichten jedoch seiner Ansicht nach zunehmend schlechter eine spezifische Eingliederung in das politische Spektrum (aufgrund von Verschiebungen im Süden von den Democrats zu den Republicans und der stärker zunehmenden Partisanship im House). Er erweiterte daher seine Untersuchung über die reine "floor activity" hinaus und suchte nach anderen "cleavages" innerhalb der House GOP.¹⁰

Fast zehn Jahre später, Mitte der Neunziger Jahre, erschienen gleich zwei neue Arbeiten, *Congress' Permanent Minority?* (Connelly and Pitney 1994a), von William F. Connelly, Jr. und John J. Pitney, Jr., sowie *Hostile Takeover: The House Republican Party, 1980-1995* (Koopman 1996) von Douglas L. Koopman, welche sich ausschließlich auf die House Republican Party konzentrierten.

Mit den dramatischen Veränderungen seit der Wahl 1994 (und der Bestätigung der Republican Majority 1996) wurde dieses "Vakuum" in der Literatur erst richtig sichtbar. Schon kurz nach den Wahlen im Jahre 1994 wurden viele Organisationsmuster ("patterns of organization") im House nicht mehr als als fortwährend und institutionell bedingt angesehen, sondern als charakteristisch für ein *Democratic House* (vgl. Caesar and Bush 1997, 18; vgl. auch Connelly and Pitney 1994a, 3). Die vierzigjährige Single-Party Control durch die Democrats im House

"[...] did more than any other factor in the modern era to confuse political analysts about some of the fundamental

⁹ Abgesehen von einigen wenigen Ausnahmen, die eine Untersuchung der House GOP eher als Vehikel für eine Untersuchung über die externen Einflüsse auf die GOP als Gesamtpartei außerhalb des Congress' benutzten.

¹⁰ Raes Modell erfährt eine sinnvolle Ergänzung durch das von Howard Reiter (1981) erstellte Modell der innerparteilichen Spannungen.

properties of America's political system. Something that had previously been a variable (the majority party in the House) began unconsciously to be considered a constant, with the consequence that a generation of political analysts imputed to the political system features that in fact derived from one-party control of the House" (Caesar and Bush 1997, 18).

Gemeinsam mit einer Republican Majority im Congress, herrschte daher auch eine gewisse Ratlosigkeit – Appleton spricht gar von einem "shock to many seasoned observers" (Appleton and Ward 1996, 125) – über die Gründe für diesen Wahlerfolg.¹¹

Zwar war es seit der Wahl der House GOP im Jahre 1994 zur Majority Party im U.S. Congress (House und Senate) mit der Ruhe um die House Republican Party vorbei. Journalisten und "pundits" bemühten Vergleiche wie "earthquake", "tsunami", "tidal wave", und "revolution": kein Superlativ, keine Metapher schien groß genug, um die Ergebnisse der 1994er Wahlen zu umfassen (vgl. Balz and Brownstein 1995, 55).

Aber für viele Politologen waren die Ergebnisse überraschend. Vielerorts war nun von "realignment" und "new era" die Rede (Green 1996, 140). Es gab viele kritische Stimmen zu der Beständigkeit dieses Wechsels, die insbesondere die Rolle der GOP und ihren Sieg als Partei betrafen. Ladd (1995) etwa betonte vor allem die zugrundeliegenden Tendenzen und Umweltbedingungen während der Campaign. Andere Autoren wiesen auf die ungewöhnliche Aktivität der GOP Leadership und der Organization hin (vgl. Jacobson 1996; Burnham 1995).

Gemeinsam war diesen Beurteilungen der Wahl 1994 die Betonung der Auswirkungen auf die Organisationsstrukturen der U.S. Parties:

---

¹¹ Bemerkenswerter Weise fanden sich auch immer wieder Fehler in der Literatur über den Congress, wenn es sich um Republican Organizations handelte: ein Indiz dafür, daß relativ wenig über die Struktur der "permanent minority" bekannt war und man sich mit oberflächlichen raschen Betrachtungen zufriedengab. So wurde zum Beispiel in mehreren Werken das House GOP Campaign Committee (National Republican Congressional Committee (NRCC)) als das "Republican Congressional Campaign Committee" (RCCC, als Variante des Democratic Congressional Campaign Committee, DCCC) gesprochen – sogar in einem Buch über die Illinois State Republican Party (Schwartz 1990). Zuweilen wurde auch das "House Republican Study Committee" (ein Ableger der Leadership) mit dem "House Republican Study Committee" (eine Legislative Service Organization für Conservative Members) verwechselt.

“There is a common theme embedded in this commentary, namely, that electoral outcomes, particularly dramatics ones, have an impact upon party organization themselves. This perspective corresponds to the adaptive view of party organization that has received much attention by scholars in the last fifteen years” (Appleton and Ward 1996, 125).

Wenngleich Uneinigkeit über die Art dieser “adaption” herrscht (vgl. Appleton and Ward 1996, 125-6), folgt diese Arbeit der Auffassung Schlesingers (1991), daß eine solche Adaption auch durchaus **im voraus** erfolgen kann und die Parteiorganisation nicht tatsächlich faktischen, sondern nur antizipierten “outcomes” angepaßt wird.

Im Rahmen dieser Arbeit sollen vor allem die jüngsten Veränderungen innerhalb der GOP, die Verschiebungen innerhalb der Fraktionen und innerhalb der Führungsriege der House Republicans aufgezeigt werden. Es wird untersucht, ob diese Veränderungen von “außen aufgezwungen” wurden – etwa durch institutionelle Veränderungen und “electoral changes” – oder ob diese Veränderungen gezielt durch einzelne “factions” innerhalb der Partei (oder gar Einzelpersonen) herbeigeführt wurden, um die House GOP entsprechend den antizipierten “outcomes” zu gestalten.

Das Modell der Medienkommunikationspartei bietet sich hierbei als Modell für einen veränderten Parteitypus in den USA an. Doch was versteht man überhaupt unter dem Modell der Medienkommunikationspartei? Was sind seine wesentlichen Merkmale? Und wie grenzt es sich von anderen Modellen ab? Ist es überhaupt auf amerikanische Parteien anwendbar? Und welche Umweltbedingungen (oder äußere Faktoren) sind Voraussetzung, damit dieses Modell Anwendung finden kann?

II. DAS MODELL DER MEDIENKOMMUNIKATIONSPARTEI

Wie oben kurz dargestellt, steht eine wachsende Zahl von Autoren dem Triparty Model zunehmend kritischer gegenüber. Wenngleich die meisten dieser Kritiker eine Rückbesinnung auf das ursächliche Anliegen V. O. Keys – der Betrachtung der *Verknüpfung* zwischen den einzelnen Elementen – fordern, stellen einige Autoren das Tripartite System *überhaupt* in Frage.

Dem Vorwurf der Betonung auf nur einen – eher peripheren – Aspekt der Parteilorschung (Party-In-Organization) und einer daraus resultierenden Verzerrung und Vernachlässigung der “wirklich” relevanten Aspekte wie Mass Political Behavior (Party-In-Electorate) und Governance (Party-In-Office), begegnen diese Kritiker mit der Feststellung, daß das fehlende Verständnis für die “electoral relevance” zeitgenössischer Parteien nur ein Symptom für ein weitaus größeres Problem seien. Dies läge in dem fehlenden Wissen über das *aktuelle* Bild und die *aktuellen* Organisationsstrukturen der Parteien begründet. So argumentiert etwa Frendreis:

“[...] I believe we still lack a clear understanding of what *contemporary* parties actually do. [...] [I]t is not exactly the case that research has ignored the relationship between party activity and other electoral phenomena. [...] To me, the problem is not that previous research suffers from a misplaced emphasis upon uninteresting or well-worn organizational phenomena; rather, it is that there has been too little research to confidently describe contemporary parties in very much detail” (Hervorhebung im Original, Frendreis 1996, 387).

Auch andere Autoren haben auf diese Diskrepanz – oder auch das Paradoxon – zwischen der erstarkenden Organisation der Parteien und der gleichzeitig damit einhergehenden Abnahme der Bindung an die Parteien (Mass Partisanship) hingewiesen (vgl. Herrnson 1986; Herrnson 1988; Gibson and Smith 1984; Huckfeldt and Sprague 1992; siehe zu diesem Thema auch Eldersveld 1956; Kramer 1971; Crotty 1971).

Doch was ist der Grund für dieses Paradoxon? Sind es Fehler im Forschungsansatz? Worin mögen die Ursachen für eine Abnahme der Mass Partisanship liegen? Welche – neue – Form nehmen die Parteien an? Agieren die Parteien bewußt dort hin oder reagieren sie nur auf äußere Einflüsse?

A. Europäisierung, Amerikanisierung und Globalisierung

Während Eingangs auf die signifikanten Unterschiede der amerikanischen Parteien und des Parteiensystems zu anderen westlichen Parteien und Systemen eingegangen wurde, soll hier die These aufgeworfen werden, daß sich in

den letzten Jahrzehnten das Umfeld für die U.S. Parteien ganz erheblich geändert hat und ähnliche Entwicklungen weltweit zu beobachten sind. Zwar bleiben wichtige Differenzen struktureller Art – Präsidialsystem, Selektion der Kandidaten in Vorwahlen – zwar bestehen. Dennoch lassen sich verschiedene Hinweise zur Bestätigung der obigen These anführen.

Lösche etwa spricht von einer Konvergenz der politischen Systeme und Institutionen – also von der "Europäisierung" Amerikas und der "Amerikanisierung" Europas (Lösche 1995, 35; vgl auch Lösche 1996). Traditionell sozialdemokratische, katholische und – weniger "dicht" und ausgeprägt – konservative sowie liberale¹² sozialmoralische Milieus sind in Europa erodiert, Konflikte zwischen Kirche und Staat weitgehend verschwunden. Die Programme, politische Praxis, Organisationsstruktur, soziale Komposition der Wähler, Mitglieder und Eliten sozialdemokratischer und bürgerlicher, bzw. konservativer Parteien haben sich zunehmend einander angenähert und gleichen in dieser "lose verkoppelten Anarchie" immer mehr den amerikanischen Parteien. Zugleich haben amerikanische Parteien an organisatorischer Stärke und politischer Kohärenz (Partisanship) gewonnen und sind somit "europäischer" geworden (vgl. Lösche 1995, 36).

Diese Angleichung der Umweltbedingungen der Parteien in den alten westlichen Demokratien beschreiben auch Swanson und Mancini (1996b). Sie bezeichnen diesen Prozeß als "Modernization". Dessen wichtigstes Merkmal sei die ständig anwachsende soziale Komplexität: Die Entwicklung spezialisierter und konkurrierender Subsysteme unterminierte die traditionellen, aggregierten Sozialisationsstrukturen, Autoritäten und Milieus oder machten diese bedeutungslos und ersetzen sie mit enger umrissenen und wechselhafteren Strukturen der Identität und Interessen (Mancini and Swanson 1996, 8; vgl auch Luhmann 1975; Giddens 1990).

In modernen Gesellschaften

---

¹² Es soll an dieser Stelle noch einmal kurz an die unterschiedliche Bedeutung des Begriffs "liberal", bzw. "liberalism" im europäischen und amerikanischen Kontext erinnert werden: Liberalism im amerikanischen Verständnis bezieht sich nicht auf die im europäischen Kontext gebrauchte Verwendung des Begriffes "Liberalismus", sondern meint vielmehr das dem "conservatism" gegenüberliegende politische Spektrum. Die europäische Bezeichnung "Liberal" findet am ehesten seine Entsprechung in der Bezeichnung "moderate" (politische Mitte); die Bezeichnung "libertarian" bezeichnet dagegen eher das Spektrum, was im europäischen Kontext als "Neo-Liberalismus" übersetzt werden müßte.

“citizen typically affiliate with or operate with reference to multiple microstructures, each of which offers a particular symbolic reality. Accordingly, the citizen’s task in imposing order upon experience becomes increasingly difficult as his or her identity is framed in terms of the contending realities propounded by multiple microstructures, each of which is embedded in its own spatial and temporal dimensions” (Mancini and Swanson 1996’, 9;.

Modernization fragmentiert also soziale Organisationen, Interessen und Identitäten und erzeugt ein kompliziertes Geflecht von konkurrierenden Strukturen und widersprüchlichen symbolischen Realitäten durch das sich der Bürger bewegen muß (Mancini and Swanson 1996, 9).

Diese zunehmende soziale Komplexität führt auch zu einer Reihe radikaler sozialer Änderungen. Eine immer größer werdende Zahl von Gruppen und Organisationen versuchen, in dieser neuen Struktur Einfluß zu gewinnen und als neue “intermediaries” zwischen Bürgern und dem politischen System zu vermitteln. Zugleich jedoch nimmt die Zahl derer, die sich direkt in den politischen Prozeß einschalten ab, da diese Aufgabe bereits an die jeweiligen Gruppen delegiert wurde.¹³ Mit anderen Worten, eben jenes Paradoxon, das oben bereits in der Fragestellung auftauchte: Stärkung der Party Organization aber Schwächung der Mass Partisanship.

Somit werden die Massenmedien zum zentralen Vermittlungsorgan zwischen Politik und Wählerschaft (obgleich sie schon immer eine wichtige Vermittlungsfunktion innehatten) und übernehmen die Sozialisationsfunktionen, die früher von den Parteien ausgeübt wurden (vgl. Polsby 1983, 141). Wollen die Parteien nicht in der Bedeutungslosigkeit versinken, müssen sie sich diesem Umfeld anpassen: Personalisierung, die Herausbildung charismatischer Führungsfiguren und mediengerechte und -ausgerichtete Kommunikation werden zu zentralen Aufgaben von Parteien. Durch die Massenmedien wird nun ein direkter Kontakt zum Wähler möglich, der in dieser Form vorher nicht bestand.

Folgt man der Analyse Butler und Ranneys, haben sich die Massenmedien in Folge dieser Entwicklungen ebenfalls von einem reinen Kommunikati-

---

¹³ Diese Form der Demokratie wurde von Dahl (1965, 1971) als “polyarchy” bezeichnet.

onskanal zu einem eigenen Faktor innerhalb der Kommunikation zwischen Electorate und Party/Candidate entwickelt:

“[...] the role of the media has [...] moved increasingly from being merely a channel of communication to being a major actor in the campaigning process, as it selects the persons and the issues to be covered and as it shapes its portrayal of leaders” (Butler and Ranney 1992, 283).

Diese Anpassung an die von Massenmedien gestalteten Umfeld der Parteien hat weitreichende Folgen auch auf globaler Ebene. Massenmedien – wie fast alle modernen Produzenten von hochwertigen- oder technologisierten Produkten und Dienstleistungen – gehorchen weltweit gleichen (nur oberflächlich den nationalen Gegebenheiten angepaßten) Gesetzmäßigkeiten der Produktion. Formate und Inhalte gleichen sich weltweit immer näher an, was sich auch in der Besitzstruktur der Medienkonglomerate manifestiert (Gurevitch and Kavoori 1992; Gurevitch, Levy, and Roeh 1991).¹⁴ Modernization ist ein globaler Prozeß. Folglich passen sich auch die Parteien global diesen Veränderungen oder auch “universals” (Butler and Ranney 1992, 280) an.

Kann es unter diesen Voraussetzungen ein Modell für eine amerikanische Partei geben, das auch in ähnlicher Form auf andere Parteien in anderen Systemen anwendbar ist – gewissermaßen ein “globalisierter” Parteityp? Blumler, Kavanagh und Nossiter bejahen diese These zumindest für die Art und Weise des “electioneering” und stellen fest:

“[W]e witness, in a sense, not simply an Americanization of campaigning but its globalization along partisan lines” (Blumler, Kavanagh, and Nossiter 1996).

Wollen Parteien in dem oben beschriebenen modernen Umfeld Wahlen gewinnen, müßten sie folglich vor allem mediale und organisatorische Aspekte berücksichtigen. Ein Modell für einen solchen “globalen Parteityp” müßte offen genug formuliert sein, um Adaptionen an formale und institutionelle Voraussetzungen zu erlauben, aber auch eng genug gefaßt, um nicht in Verallgemeinerungen zu verfallen. Das Modell der Medienkommunikationspartei bietet hierfür eine hervorragende Grundlage.

¹⁴ Auf weitere Veränderungen im Zusammenhang mit diesem als “Globalisierung” bekannten Prozeß soll hier nicht näher eingegangen werden.

B. Medienkommunikationspartei

Wie auch Frendreis (1996), vertritt dieses Arbeit die Auffassung, daß die Trennung in ein Triparty Model kein zeitgemäßes Modell mehr im modernen Umfeld, in dem amerikanische Parteien heute agieren müssen, darstellt. Von den drei "Beinen" des "three-legged stools" (vgl. Abbildung I-2) kann nur die Party-In-Organization wirklich als "Partei" verstanden werden, ohne dabei die anderen Aspekte – Wählerwirkung und Verhalten im Office – unbeachtet lassen zu wollen.

Der Definition¹⁵ Schlesingers folgend wird hier im weiteren eine Political Party verstanden als

"a group organized to gain control of government in the name of the group by winning election to public office"
(Schlesinger 1985, 1153).

Neu ist diese Definition freilich nicht. Sie knüpft eng an Sartoris "minimal definition" an:

"A party is any political group identified by an official label that presents at elections , and is capable of placing through election (free or nonfree), candidates for public office" (Sartori 1976, 63).

Und auch V. O. Key selbst hob die Bedeutung der Parteiorganisation als "inner core" hervor, "for that really 'is 'the party'" (Key 1947, 247).

Richtet sich also das Hauptaugenmerk auf die Organisation einer Partei lassen sich grundsätzlich drei Modelle unterscheiden: Die Gremienpartei, die Partizipationspartei und die Medienpartei (vgl. Jun 1996, 214).

Die innerparteiliche Organisationsstruktur einer Gremienpartei beruht auf verantwortlicher Elitenherrschaft und Gruppenintegration und verzichtet auf plebiszitäre Elemente wie Mitgliederbefragungen oder Urwahlen. Verantwortlichkeit der Partieliten soll durch Wahl, Kontrolle, Abberuf- und Austauschbarkeit durch innerparteiliche Kontrolle gewährleistet werden. Zwar stimmt sich die Parteiführung mit den Parteigremien ab, sie hat jedoch weitgehende Befugnisse bei Beschlüssen größerer Tragweite. Zugleich wird den untergeordneten Organisationseinheiten auf lokaler, regionaler und nationaler

¹⁵ Zu der Frage nach den wesentlichen Merkmalen bei der Definition einer politischen Partei siehe Beck and Sorauf (1992, 7-9), Sartori (1976, 3-38) und Epstein (1980).

Ebene ein relativ hohes Maß an Autonomie gewährt. Die Parteiführung wird also nicht als zentralistische Oligarchie verstanden, sondern als pluralistische, verantwortliche und offene Elite (Jun 1996, 215).

Das Modell der Partizipations- oder Kommunikationspartei richtet dagegen innerparteiliche Machtstrukturen an der Partizipationsmöglichkeit der Mitglieder aus: Partizipation wird als Entscheidungskompetenz verstanden, die Herausbildung von Machtstrukturen und Herrschaftsgruppen als undemokratisch empfunden. Innerparteiliche Entscheidungsprozesse verlaufen – und zwar auf allen Entscheidungsfeldern – von unten nach oben (etwa durch Urwahlen oder Mitgliederentscheide). Die zentralen Entscheidungsrechte und -kompetenzen liegen also bei den Mitgliedern und nicht bei der Parteiführung. Entscheidend für die Funktionsfähigkeit ist dabei eine hinreichende Kommunikationsleistung (Jun 1996, 214).

Das Konzept der Medienpartei sieht eine umfassende Partizipation der Mitglieder an der Ausarbeitung von politischen Zielen und Inhalten als dysfunktional an. Die Zentralisierung der Macht und Entscheidungskompetenzen bei der wählerorientierten Parteiführung soll durch die gesteigerte Effizienz und Flexibilität Stimmenmaximierung ermöglichen (was zugleich auch das Hauptziel dieses Modells darstellt). Partizipationsmöglichkeiten behindern den Spielraum der Parteiführung, folglich verläuft der Prozeß der Willensbildung von oben nach unten (Jun 1996, 214-5).

Das Modell der Medienpartei – oder auch Rahmenpartei (Jun 1996, 215) – erfährt eine weitere Spezifizierung von Meyer und Scherer (1994). In ihrem Modell der Medienkommunikationspartei "triumphiert die Perspektive des professionellen Kommunikationsplaners, der die Mitgliedschaft seiner Partei allenfalls als unberechenbare Restgröße strategischer politischer Planungen erfährt" (Meyer and Scherer 1994, 126). Die für die Medienkommunikationspartei fundamental wichtige Funktion der internen und externen Kommunikation findet weitgehend über die Medien statt und wird als Hauptaufgabe verstanden. Diese Medienkommunikation wird als für eine des demokratischen Legitimationsanspruch ausreichende Form der Politikvermittlung akzeptiert. Politischer Akteur ist der professionelle – und kommunizierende – Politiker; Parteimitglieder und Bürger sind allenfalls politische Konsumenten (Meyer and Scherer 1994, 124ff).

Jun (1997) liefert im weiteren folgende Kennzeichen einer Medienkom-

munikationspartei, die sich gegenseitig ergänzen und bedingen (vgl. auch Odenthal 1997):

1. *Macht und Entscheidungskompetenz werden bei der Parteiführung zentralisiert.* Diese trifft auch alle wesentlichen politischen, organisatorischen und personellen Entscheidungen. Die vorrangige Aufgabe der Parteiführung liegt im Kommunikationsbereich und im Herstellen einer Omnipräsenz vor allem in den Massenmedien.
2. *Die Delegiertenschicht als eigentlich wesentlicher Bestandteil der Parteiorganisation wird entmachtet, bzw. verliert an Einfluß.* Durch die Einführung direktdemokratischer Elemente und die Kommunikation über die Massenmedien wird nötigenfalls die Mitgliedschaft, im Idealfall die Wählerschaft, direkt von der Parteiführung angesprochen. Auf diese Weise wird der stark politisierte, oft schwer beeinflussbare und unbewegliche Delegiertenkörper zugunsten der heterogeneren, fragmentierten und leichter von der Führung beeinflussbaren Mitglied- bzw. Wählerschaft umgangen.
3. *Die Mitgliedschaft der Partei wird funktionell "überflüssig".* Die Kommunikation mit den Wählern (und Parteimitgliedern) erfolgt direkt über die Medien. Auch die Mitgliederbeiträge werden bedeutungslos. Die finanzielle Ausstattung der Partei erfolgt über Spenden oder staatliche Mittel.
4. *Politikangebot und Personal werden wesentlich auf die Erfordernisse der Medienkommunikation ausgerichtet.* Mediengerechte Darstellung und der "Verkauf" von "Politikprodukten" wird zentraler Mittelpunkt der politischen Strategie.
5. *Programmatische Bindungen werden weitestgehend aufgegeben.* Ideologische Erwägungen spielen nur eine marginale oder gar keine Rolle mehr. Politische Positionen der Partei werden flexibel, konturlos und auf breite Zustimmung in der Wählerschaft hin ausgerichtet.
6. *Medienagenda und Parteiagenda werden möglichst gleichgesetzt.* Es wird ein Gleichklang von Themen und Personen angestrebt, unterstützt durch Omnipräsenz in den Medien.

7. *Die Partei betreibt ein professionelles Medien- und Kommunikationsmanagement.* Alle Formen und moderne Techniken der Kommunikation werden eingesetzt. Eine enge Zusammenarbeit zwischen Meinungsforschern (Pollsters) und Medienberatern (Consultants) bildet hierfür die Basis.

Gewissermaßen als "Litmus-Test" liegt all diesen Kennzeichen eine Frage zugrunde: Dient es der Wählerwirksamkeit? Die Stimmenmaximierung ist oberstes Ziel aller Bemühungen. An diesem Ziel werden Parteiorganisation, Politikangebot und Personal ausgerichtet (vgl. Jun 1997).

Die interne und externe Kommunikation erfolgt über ein ausgeklügeltes, professionelles Kommunikationsmanagement. Politische Willensbildung erfolgt, sowohl intern (Parteimitglieder) als auch extern (Wählerschaft), mit Hilfe dieses Kommunikationsmanagements (etwa durch Zuhilfenahme von Pollings oder Fragebögen). Zum einen wird hierdurch das Zustimmungspotential (Wählerwirksamkeit) ermittelt, gleichzeitig aber auch die optimale Form der Vermittlung gewährleistet (vgl. Jun 1997).

Während die Punkte eins bis drei auf die **Organisationsstruktur** eingehen, beziehen sich die Punkte vier bis sechs auf das **programmatische und personelle Angebot** der Partei. Punkt sieben schließlich geht noch einmal explizit auf das **Kommunikationsmanagement** ein, das jedoch schon in den Punkten zuvor von Bedeutung ist.

Die folgenden Teile dieser Arbeit untersuchen entsprechend, ob die House GOP die oben gezeigten Kennzeichen aufweist und als Medienkommunikationspartei kategorisiert werden kann. Teil 2 geht insbesondere auf die Organisation der House GOP ein. Teil 3 beschäftigt sich mit dem ideologischen und personellen Angebot der House GOP. Teil 4 schließlich vermittelt einen kleinen Überblick in das Kommunikationsmanagement der Partei.

Teil 2 bildet einen Schwerpunkt dieser Arbeit, denn erst mit der Erlangung der Mehrheit im U.S. Congress 1994 begann das Interesse für die "Permanent Minority" (Connelly and Pitney 1994a) neu zu erwachen. Während zuvor – wie selbstverständlich – Entwicklungen der U.S. Parties immer anhand der Majority Party, also den Democrats, überprüft und erforscht wurden, galt die House GOP als statisch und als "permanent minority". Sie vermochte zwar die Präsidentschaft zu dominieren, als Partei mit "Breitenwirkung" jedoch schien sie kläglich unterlegen.

Daher ist es notwendig, zunächst etwas ausführlicher die Veränderun-

gen innerhalb der House Republican Party darzustellen, um später auf das programmatische und personelle Angebot, sowie das Kommunikationsmanagement der House GOP eingehen zu können.

Am Ende dieser Arbeit sollen schließlich in Teil 5 die Ergebnisse der jeweiligen Teile kurz dargestellt und anhand der oben genannten Merkmale überprüft werden, ob die House Republican Party als Medienkommunikationspartei bezeichnet werden kann.

TEIL 2:**UNKNOWN TERRITORY –
DIE ORGANISATIONSSTRUKTUREN DER HOUSE GOP****I. STRUKTUR UND AUFBAU DER GOP: TRADITIONAL PARTY ORGANIZATIONS**

Politische Parteien sind – wie andere große Organisationsformen auch – nicht nur ein Bündel verschiedenster Aktivitäten, keine "körperlosen" Ideologien, keine "unsichtbare magische Hand" im politischen Prozeß. Sie bilden vielmehr eine klar definier- und untersuchbare soziale Struktur, die sich selbst organisieren muß, um politische Interessen zu bündeln und zu kanalisieren (Beck and Sorauf 1992, 63).

In der Organisationsforschung werden hauptsächlich drei Ansätze verfolgt: Der "Rational System", der "Natural System" und der "Open System Approach" (Scott 1987). Während bei dem Rational System Approach die effizienteste Zielerreichung im Vordergrund steht, wird beim Natural System Approach der Organisation die Möglichkeit eines Eigenlebens attestiert. Der Open System Approach schließlich betrachtet stärker die Prozesse einer Organisationsform als ihre Struktur.

Alle drei Ansätze sind bei der Betrachtung der Partei als Organisation von Bedeutung, jedoch ist der Open System Approach besonders als Erklärungsmodell geeignet. Scott stellt fest, daß Organisationen "coalitions of shifting interest groups" seien, deren Beziehungen stark durch "environmental factors" beeinflußt würden (Scott 1987, 23). Dies trägt zu einem besseren Verständnis der Parteien als "lose verkoppelte Anarchie" (siehe Teil 1-II.A.), ohne dabei die Partei als Organisation überflüssig werden zu lassen. Definiert man ferner Membership in einer Organisation auf der Basis der ausgeübten "activity" (anstatt rein formaler Positionen), wird die Struktur der U.S. Parties greifbarer und leichter in ein Modell einzuordnen, zumal wenn Wähler (nicht wie im Party-in-Electorate Modell) als direkte Partizipanten der Organisation, sondern als Bestandteil des Environment, in welchem sich die Parteien bewe-

gen, angesehen werden (vgl. Scott 1987, 82-4; vgl. zu Wähler als "organization environment" Schlesinger 1985; Schwartz 1990, Chapter 2).¹⁶

ABBILDUNG I-1
ORGANIZATIONAL OUTLINE: GOP TRADITIONAL PARTY ORGANIZATIONS (TPOs)
COMMITTEE NETWORK

Source: Beck, Paul Allen and Frank J. Sorauf. 1992. *Party Politics in America*. 63-4, 74; eigene Ergänzungen.

Die Party Organization stellt formal gesehen den Zusammenschluß aus den verschiedenen Organisationen der Partei in den Precincts, Wards, Cities, Counties, Congressional Districts und den States dar, sowie auf nationaler Ebene zusätzlich einem National Committee, welches an der Spitze der von den

¹⁶ Auch Harmel und Janda (1982) heben die Notwendigkeit der Untersuchung der "environmental influences" im Studium der Parteien hervor; diese Arbeit versucht ebenso verstärkt auf diesen Aspekt einzugehen (siehe vor allem auch Teil 3 und 4).

States gegründeten State Committees steht. Diese Traditional (Geographic) Party Organizations (TPOs) basieren auf einer legalen Definition (den jeweiligen State Laws).¹⁷ Einfach ausgedrückt spiegelt sich die geographische Organisation der USA in dem Organisationsaufbau der U.S. Parties wider. Stufe für Stufe – vom Local bis zum National Level – zergliedert sich die Parteienstruktur wie ein Kartenhaus mit den National Party Organizations (DNC und RNC) als letztes “Kartendach” (vgl. Abbildung I-1). Innerhalb der jeweiligen Ebenen existiert wiederum eine Hierarchie innerhalb der Committees, meist mit dem Party Leader an der Spitze (Shea 1995, 64-5).

Zusätzlich zu diesen TPOs kommen jedoch noch weitere Organisationsformen in Betracht, die der Party Organization (wenngleich häufig nicht formal juristisch) zugerechnet werden müssen. Beispiele hierfür sind die relativ neu entstandenen Legislative Campaign Committees (LCCs), Organisationen wie das Republican Network to Elect Women (RENEW) oder auch Leadership PACs (siehe unten II.). Insgesamt läßt sich danach die Party Organization am besten wie folgt definieren:

“The party organization is thus the totality of the machinery operated by party officials, leaders, members, and activists” (Beck and Sorauf 1992, 64).

Das bedeutet jedoch nicht, daß sich die verschiedenen Organisationen auf den jeweiligen Ebenen (State, County) genau gleichen. Party Organizations sind stark durch die jeweiligen State Laws geformt. Auch wenn sie oftmals Gemeinsamkeiten aufweisen, so unterscheiden sich die einzelnen Committees oft in der Verteilung von Macht, Autorität, und Gewicht innerhalb der Organisation (siehe zu Unterschieden in den States Gitelson, Conway, and Feigert 1984, vor allem 76-97).

Die Einflußnahme durch den Gesetzgeber auf die Parteien entwickelte sich kontinuierlich seit 1903, als Wisconsin erstmals die Direct Primary als Selektionsprozeß für Party Candidates vorschrieb.¹⁸ Epstein weist auf die Bedeutung dieses Prozesses zur stärkeren Regulierung der Parteien durch die

¹⁷ Zu einer genauen Definition von “Traditional Party Organizations” siehe Shea (1995, 64-7).

¹⁸ Eine Mehrheit der States hatte bis 1912 “mandatory primary laws”. Seit 1917 gab es in allen (mit Ausnahme von vier) States “direct-primary laws” zumindest für einige State Offices (Merriam and Overacker, 61).

States hin und beschreibt ihn als einen Wandel von der Behandlung der Parteien als "private associations" hin zu "public utilities, if not actual government agencies" (Epstein 1986, 7). Es ist somit quasi unmöglich ein gemeinsames Bild der Einflußnahme der States auf die Parteien zu entwerfen, denn der Regelungsgrad ist sehr unterschiedlich.¹⁹

Jedoch darf nicht übersehen werden, daß trotz der starken Einflußnahme des Gesetzgebers bezüglich der Direct Primaries, "states commonly leave a large share of party organizational work to be conducted under the rules the parties themselves adopt" (Epstein 1986, 173). Außerdem gab es in letzter Zeit eine Reihe von Entscheidungen des Supreme Court²⁰, die den Parties wieder verstärkt die "rights of free political association" zustanden, da diese durch die First und Fourteenth Amendment garantiert seien (Bibby 1994, 23).

Wie gestaltet sich nun das organisatorische Bild der GOP? Um diese Frage besser beantworten zu können, bietet sich die Unterscheidung Becks in ein "public life" – Candidate Recruitment, Ideensammlung, Policymaking – und in ein "private life" der Parteien an, welches unter anderem die internen Verhaltensweisen, die Formen der Entscheidungsfindung, die Kohärenz der verschiedenen Teile und sonstige interne Beziehungen umfaßt (Beck and Sorauf 1992, 64). Diese Unterscheidung ist wichtig, da die organisatorischen Charakteristika der Partei ihre Fähigkeit, die an sie gestellten externen, öffentlichen Funktionen zu erfüllen, determiniert.

Ferner benutzt Beck das Bild der Parteien als Unternehmen im Wettbewerb um politische Ressourcen (personnel, knowledge, money). Gerade für die Untersuchung der GOP unter dem Aspekt der Medienkommunikationspartei bietet sich dieser Vergleich besonders an: Ebenso wie eine Unternehmung als Hauptziel die Gewinnmaximierung bei optimalem Faktoreinsatz verfolgt, sucht die Medienkommunikationspartei nach der Maximierung ihrer Wählerstimmen.

---

¹⁹ Die Spannweite der gesetzlichen Regelungen reicht von jenen States, die mit einigen wenigen Sätzen kurz auf die Parteien eingehen (etwa Alaska oder Delaware) bis hin zu States wie Oregon, welches mit 5000 Wörtern sehr konkret auf die Party Structure eingeht (vgl. Beck and Sorauf 1992, 70; siehe auch Advisory Commission on Intergovernmental Relations, 1986 und Tabelle A-1 im Appendix).

²⁰ Etwa *Tashjian v. Connecticut*. In dieser Entscheidung des Supreme Courts wurde entschieden, daß Connecticut die als Independent Voters registrierten Personen in einer Republican Primary wählen lassen müsse, wenn dies im Einvernehmen mit der State Republican Party geschehe. Siehe zu weiteren Entscheidungen des Supreme Courts vor allem Epstein (1986, 189-97).

Dieser Teil der Arbeit beschäftigt sich zunächst kurz mit der formalen Struktur der GOP, ihrer Aufteilung in Local/County, State und National Organizations. Daraufhin werden institutionelle Veränderungen innerhalb des Congress' dargestellt, um anschließend näher auf das "personal life" der House GOP einzugehen: Die durch die ständige Rolle als Minority Party geprägte "dispersal leadership structure" der House GOP, sowie ihre internen Factions sind Untersuchungsgegenstand am Ende dieses Teils.

A. Local/County Organizations

Die Basis des "Kartenhauses" bilden die Local Committees und vor allem ihr Captain oder Chairperson. Der oder die Local Committeeperson wird innerhalb des kleinsten Voting Districts (meist Precincts) gewählt. Diese Regelung hat jedoch eher theoretischen Charakter, denn bei über 100.000 Precincts in den USA bleibt es nicht aus, daß viele Committee Positions entweder vakant oder einfach nur nominell besetzt sind. Meist wird der oder die Local Committeeperson von einem Local Party Caucus oder in einer Primary Election der GOP gewählt. Man findet aber auch die Bestimmung der Person durch eine höhere Ebene der Parteihierarchie (Beck and Sorauf 1992, 74).

Bis 1960 gab es im Süden so gut wie keine Republican Organizaitons. Nun jedoch – in einer Zeit, in der es jeder der beiden Parteien möglich ist, in jedem State zu gewinnen²¹ und aufgrund des Realignment im Süden hin zu der Republican Party – hat die GOP auch in dieser Region allmählich eine Basis, sog. Grassroots, gebildet (vgl. Reichley 1992, 396, 405).²² Die Erfolge in diesem Bereich wurden in den Wahlen 1992 und vor allem 1994 besonders deutlich (vgl. Teil 5).

Die Aufgaben der Local Party Officials sind häufig nicht genau festgelegt. Es kommt daher besonders auf das Aktivitätsmaß der jeweiligen Personen an, inwieweit schon auf dieser Ebene organisatorische Aufgaben übernommen

²¹ Siehe hierzu etwa Bibby (1994, 26).

²² Reichley beschreibt in seiner Studie den Aufbau der Local GOP Organizations in Texas und zitiert den damaligen Texas Republican Chairman George Strake: "A party that grows only at the top will be swept away when its first generation of leaders passes from the picture. We have been working at building the party's infrastructure at the county and neighbor levels" (Reichley 1992, 405). Vor allem in den letzten Jahren gab es Bemühungen der GOP über das Internet diese Grassroots verstärkt zu fördern, da die Möglichkeiten der Verknüpfung untereinander und vor allem der Informationsaustausch durch dieses Medium besonders effektiv gestaltet werden kann (bei minimalstem Einsatz von Zeit und Geld, vgl. auch Teil 4).

werden.²³

Zumindest wählen oder bilden die Local Committeepersons häufig auch City, Town, Village, Legislative, County und sogar Congressional Committees. In seltenen Fällen werden diese Committees (oder zumindest einige von ihnen) während County Conventions oder sogar durch den GOP Candidate für ein Public Office bestimmt. In vielen States jedoch sind diese Prozesse durch State Laws bestimmt (siehe oben; vgl. auch Tabelle A-1 im Appendix). Reichley weist darauf hin, daß in Zeiten "when candidates are carried by television into most people's homes, and when pollsters report shifts in voters' opinions on an almost hourly basis [...] local organizations" zwar viel an Bedeutung zur Erreichung von Mehrheiten eingebüßt hätten, diese aber "still essential for managing some aspects of campaigns, such as carrying on registration drives, arranging rallies, setting up phone banks, facilitating use of absentee ballots, and turning out the vote on election day" seien (Reichley 1992, 395-6; vgl. auch Hermson 1986).

Während sich die wenige Literatur bis 1980 hauptsächlich aus case studies über Local und State Parties ergab, die kaum zu einer Generalisierung geeignet waren, besteht seit dem Beginn der Party Transformation Study (PTS) "the most systematic and broad-based research study generated in this century examine state and local party structures" (Freundreis et al. 1996, 150). In ihrer Studie kamen Cotter und seine Kollegen zu folgenden drei Schlußfolgerungen: (1) Trotz der sich ständig wandelnden Rolle und Funktionen über die Dauer der letzten drei Jahrzehnte blieben Local Party Organizations ein wichtiger und integraler Bestandteil des politischen Prozesses; (2) im Gegensatz zu Eldersvelds These der "stratarchy"²⁴ seien die Party Organizations auf National, State und Local levels viel stärker integriert als das "stratarchy" Modell suggerieren würde; (3) diese Stärke der Partei Organisation sei unabhängig von der Stärke der party-in-electorate und der Party-in-Government (Freundreis et al. 1996, 150).

Freundreis, Gitelson, Flemming und Layzell haben in ihrer Untersuchung

---

²³ Im Rahmen dieser Arbeit soll nicht auf die historische Rolle der Parties als "(local) political machines" und den sog. "ward heelers" eingegangen werden; zu immer noch bestehenden Republican "suburban machines" siehe Reichley (1992, 397-410); zu Political Machines allgemein siehe etwa Mayhew (1986), Hermson (1988), Tolchin (1971), Bridges (1984) und Rakove (1975).

²⁴ Vgl. Eldersveld (1964).

der Local Party Organizations (während der Wahlen von 1992 und 1994) diese Ergebnisse bestätigt und stellen ferner fest, daß Republicans weitaus stärker als Democrats dazu neigen, Formal Budget Procedures zu errichten, "paid full-time" und "part-time" Staff, Year-round Offices und ein Telephone Listing zu unterhalten (Cotter et al. 1984, 57; vgl. auch Gibson et al. 1985).

Auf das scheinbare Paradoxon von Punkt (3) wurde schon in Teil 1 eingegangen; Punkt (19 und (2) bestätigen das Bild, daß sich auch für die übergeordneten Teile der GOP-Organisation (vor allem aber auf dem National Level) ergibt: Eine verstärkte Koordination und Integration in die GOP Struktur auf dem State und National Level, wenngleich "much less apparent at the local level" (Reichley 1992, 410).

B. State Party Organizations

Wie schon zuvor dargestellt, ergeben sich die verschiedensten Organisationsformen auch auf dem State Level (State Central Committees) durch die unterschiedlich stark regulierenden State Laws (vgl. oben und Conlan, Martino, and Dilger 1984). State Committees variieren nicht nur in ihrer Größe (von einigen wenigen Members bis zu mehreren hundert); die häufigsten Differenzen bestehen vielmehr in der Herkunft und der Art der Selektion der State Central Committee Members. Die vertretene Einheit mag sowohl der County, aber auch der Congressional District, der State Legislative District, die State Convention, Cities oder eine Mixtur aus den verschiedenen Gebieten sein. Die Methodik der Selektion der Members erstreckt sich von der Wahl durch ein untergeordnetes Committee oder in einer Party Primary, *ex officio* representation, oder einer Selektion durch eine Party Convention. Auch hier ist die Kombination der verschiedenen Methoden keine Seltenheit (Beck and Sorauf 1992, 76).

Huckshorn benennt zehn verschiedene Hauptarten der Aktivität, die von unterschiedlichen State Party Committee ausgeübt werden: (1) fund-raising; (2) die Mobilisierung von Wählern ("identifying potential voters", "registering new voters", "list maintaining of party supporters"); (3) public opinion polling; (4) issue development ("catching up on emerging new issues"); (5) candidate recruitment; (6) endorsing candidates; (7) candidate derecruitment; (8) selecting delegates to national nominating conventions; (9) financial contributions to individual candidates; und (10) services for campaigns (Huckshorn 1991, 1061-3).

Die wichtigste Funktion ist heutzutage sicherlich Punkt (10). In ihren Bemühungen um eine Adaption an die veränderten Bedingungen des ausgehenden zwanzigsten Jahrhunderts "state party organizations have become service agencies for their candidates and local affiliates" (Bibby 1994, 29). Als Indikatoren hierfür benennt Bibby die inzwischen überall vorhandenen "Permanent Party Headquarters" (siehe auch unten), die Professionalisierung der Leadership und Staffing und schließlich die erstaunlichen Budgeterweiterungen, die diese Serviceleistungen überhaupt erst ermöglichen (Bibby 1994, 29).

Vergleicht man die beiden Parteien anhand dieser Indikatoren und den Ergebnissen einer Umfrage der Advisory Commission on Intergovernmental Relations (ACIR; vgl. Advisory Commission on Intergovernmental Relations 1986) – gewissermaßen ein Vergleich der organisatorischen Stärke – wird rasch die viel stärkere Ausrichtung der GOP auf diese neue Rolle der Parteien als "Modern Service-Oriented Organization" (Bibby 1994, 29) deutlich: In allen Bereichen, die für eine service-oriented Party als Indikatoren dienen, ist die Republican Party überlegen (vgl. Tabelle I-1).

TABELLE I-1

Assistance Provided by State Parties to Candidates for State Office (in percent)

Assistance/Service Provided	Republican	Democratic
Financial contributions	90	70
Fund-raising assistance	95	63
Polling	78	50
Media Consulting	75	46
Campaign seminars	100	76
Coordinating PAC contributions	52	31

Source: Advisory Commission on Intergovernmental Relations. 1986. The Transformation in American Politics, 115.

Aber auch in Bezug auf die oben genannten Indikatoren für eine generell verbesserte organisatorische Stärke – permanent Party headquarters, Professionalisierung der Leadership und staffing, Budgeterweiterungen – erreichen Republicans in der Regel bessere Werte als die Democrats. Dies gilt in allen Teilen des Landes und sogar dort, wo die GOP sich traditionell in der Rolle der Minority Party befand (Cotter et al. 1984, 26-30; Jewell and Olson 1988, 63-70; Reichley 1992, 386-91).

Sicherlich hat sich dieses Bild mittlerweile ein wenig verschoben. Auch die Democrats haben sich in ihre neue Rolle als "Service Broker" eingefunden (vgl. auch Frendreis et al. 1996, 154 und 156-7). Jedoch veranschaulicht dieser Vergleich einen fundamentalen Unterschied zwischen den Parteien bezüglich des Grundverständnisses, welche Aufgaben Parteien heute erfüllen sollten. Im Gegensatz zu den Democrats, die eine engere Anbindung der State Parties über formale Regelungen im Organisationsaufbau zu erreichen suchte, beließ die GOP ihren Local Party Officials ihre relative Unabhängigkeit:

"In contrast to the Democrats, the GOP has not sought to gain influence over its state affiliates through rules enforcement. Instead, it has maintained the confederate legal structure of the party, and the Republican National Committee (RNC) has assumed a relatively permissive posture towards its state parties with regard to delegate-selection procedures and internal organization" (Hervorhebung ergänzt; Bibby 1994, 37).

Dies soll jedoch nicht darüber hinwegtäuschen, daß auch – und gerade – in der GOP Zentralisierungs- und Integrationsbewegungen erfolgreich eine stärkere Verknüpfung von State und National Parties bewirkt haben.²⁵ Jedoch erfolgten diese nicht über eine Durchsetzung von prozeduralen Zwängen, sondern vielmehr über eine verstärkte Einflußnahme der National Party Organizations auf die State Parties durch finanzielle und technische Hilfestellung: also ihren "Serviceeinsatz" (Bibby 1994, 37).²⁶

Viel wichtiger als das State Committee ist damit unterdessen die Rolle des State Party Chair und des State Party Headquarters geworden:

"In a very real sense the most important function of the state committee has become to elect the state party chair and then – as individual members who are themselves influential political figures in their home communities, not so much as a committee – to support the state chair and the headquarters staff in the initiatives that they put

²⁵ Vgl. auch schon Gitelsohn, Conway and Feigert (1984).

²⁶ Der DNC hat mittlerweile ebenso die Vorteile dieser "freundlichen Umklammerung" erkannt und bietet heutzutage seinen State Parties ähnliche Unterstützung wie der RNC und andere National Party Organizations..

forth" (Maisel 1993, 60-1).

Die Rolle des State Party Chairs erlangte vor allem in den letzten Jahren immer mehr Gewicht, da er das Bindeglied zu den National Party Organizations darstellt. Zugleich muß er (oder sie) "klassische" Führungsaufgaben innerhalb des State Committees – Aufbau von Beziehungen mit den Members, Definition der und Organisation zur Erreichung von Zielen und die Verbindung zu anderen Partei- oder parteinahen Organisationen (wie etwa PACs, Gruppen innerhalb der GOP oder LCCs) – wahrnehmen (vgl. Maisel 1993, 61-2).

Der Zuwachs an Bedeutung für die State Party Headquarters ist beeindruckend. Wenn noch bis 1960 nur ganz wenige der State Chairs Full-time Positions waren, so ist diese Zahl bis Anfang der 1990er Jahre auf über 30 Prozent angewachsen. Alle Republican State Parties beschäftigen jedoch mittlerweile einen Full-time Executive Director (Reichley 1992, 389).²⁷ Außerdem befinden sich diese Headquarters nun in fest gemieteten "year-round offices" und viele beherbergen eigene modernste campaign technology (wie Computer Hardware, Phone-Banks, In-house-Polling Services, Printing Facilities etc.) (Bibby 1994, 29-30; Sabato 1988, 91; Barnes 1989, 70).

Parallel sind aber auch die Kosten enorm gestiegen: Alleine das Florida GOP headquarter operierte 1993-94 mit einem Budget von \$8,96 Mio.; 26 States hatten Ausgaben von über \$1 Mio. und weitere 15 hatten ein offizielles Budget von über \$500.00. Insgesamt betrugen die offiziell der FEC gemeldeten GOP State Party "disbursements" 1991-92 \$85,38 Mio. und 1993-94 sogar \$99,52 Mio.²⁸ (Biersack 1996, 116).

C. National Party Organization

Während 1964 Cotter und Hennessy ihre Studien über die beiden National Committees (DNC und RNC) noch "Politics without Power" benannten, stimmt diese Einschätzung schon lange nicht mehr. Wie schon in den Abschnit-

²⁷ Auch die meisten Democratic State Parties sind inzwischen der GOP in dieser Richtung zur Professionalisierung der State Parties hin gefolgt.

²⁸ Hierin sind die sog. "soft money contributions" nicht enthalten. Der Begriff "soft money" "[...] refers to campaign contributions raised by the national parties and presidential candidates that would be illegal under federal law if they remained at the national level but become legal when they are directly funneled to the state parties for use in nonfederal elections" (Beck, 1992, 90 n27). "In general, any money allowable under state or local rules that might have even an indirect effect on a federal race is soft money" (Biersack 1996, 109; zu Abgrenzung zwischen federal/state, bzw. local activity siehe auch 110-5).

ten zuvor deutlich wurde, erlangten die National Party Organizations immer mehr Bedeutung und Einfluß, auch innerhalb der GOP.

Die Benutzung des Plurals im vorhergehenden Satz deutet eine zweite Veränderung schon an: Eine Betrachtung der Parties – und insbesondere der GOP – in den 1990er Jahren auf dem National Level muß auch eine Betrachtung der sog. "Hill committees" – also im Falle der GOP dem National Republican Congressional Committee (NRCC) und dem National Republican Senatorial Committee (NRSC) – einschließen (vgl. auch Maisel 1993, 65). Epstein sieht in diesen dreien den Grundstein für eine "wirkliche" National Republican Party:

"Here, I believe, is the principal evidence of meaningful nationalization of American politics through a party organization. Its mark, certainly in the Republican case, is genuinely national, mass-based funding resembling that of previously established and still-thriving nonparty organizations also operating on a national scale" (Epstein 1986, 236).

Beck führt die Geburt der "service party" GOP auf National Republican Committee Chairman²⁹ Ray Bliss zurück, "when, at some point in the 1960s, a quiet revolution began in the Republican National Committee" (Beck and Sorauf 1992, 104). Dieser hatte als erster die Vorteile einer Zusammenarbeit mit den State Parties auf der Basis organisatorischer Hilfeleistungen erkannt. Es war jedoch sein Nachfolger, William Brock, der diese Arbeit nicht nur bis in die späten 1970er Jahre weiterführte, sondern den RNC in eine außerordentlich effektive Service-Organisation für die State Parties umwandelte (vgl. oben; Herrnson 1994, 50).

Die Veränderungen, die zuvor für die GOP State Parties beschrieben wurden, fanden nicht nur parallel auch auf dem National Level statt, sondern gingen vielmehr von den Organisationen auf dem National Level aus. Wie auch die State Central Committees weitete das RNC seine fund-raising Möglichkeiten und Servicefunktionen (polling, datapools etc.) ganz erheblich aus. Sogar die inzwischen annähernd gleichbedeutenden Campaign Committees

²⁹ Im weitem findet der Begriff "chairman" unabhängig vom Geschlecht der Person sowohl auf Männer, als auch Frauen Anwendung (entsprechend der Verwendung des Begriffes in den "Rules of the Republican Party").

der beiden Congressional Parties (NRCC und NRSC) fanden einen Widerpart in den Legislative Campaign Committees (LCCs) (vgl. Bibby 1994, 28).

Natürlich spielt das NRC bei Presidential Elections eine wichtige Rolle, auch wenn ihm hierdurch Grenzen durch das Campaign Law gesetzt sind. Die Candidates agieren zwar in Zusammenarbeit mit den Party Organizations, haben jedoch weitgehend eine eigene Infrastruktur aufgebaut (Corrado 1996). Eine wichtigere Rolle nehmen die National Party Organizations (also vor allem auch das NRCC und das NRSC) bei Congressional Elections ein. Zwar sind auch hier strenge Regelungen des FECA³⁰ vorhanden; durch die Kombination der Aktivitäten ist jedoch eine wesentlich direktere Einflußnahme möglich. Auch hier steht die Rolle der Party Organizations als "service agencies" im Vordergrund (Herrnson 1994, 61).

Während in diesem Kapitel nur kurz auf die einzige wirklich nationale TPO – das RNC – eingegangen wird und im Anschluß daran kurz die Rolle des White House – sofern ein Republican President dort amtiert – und sein Einfluß auf die National Party Organizations kurz besprochen werden soll, werden im darauffolgenden Abschnitt die "neuen Agenten" der GOP – das NRCC und NRSC, die sog. LCCs, Leadership PACs und andere Parteiorganisationen – beschrieben.

RNC

Das RNC existiert ununterbrochen seit seiner Gründung im Jahre 1856 als Koordinierungsinstrument bei National Election Campaigns. Die Membership des RNC setzt sich zusammen aus drei Representatives eines jeden States: einem National Committeeman, einer National Committeewoman und dem State Party Chair (Rule No. 19 - 23; Kurian 1997, 849-50).³¹ Das Committee trifft sich mindestens zweimal im Jahr. Geführt wird es von einem Executive Committee, welches sich zusätzlich zwischen den "full committee meetings" trifft und *de facto* die entscheidende Organisation darstellt. Es besteht aus elf Members, wovon drei Members direkt vom Chair ernannt werden und die

³⁰ Siehe hierzu etwa Biersack (1996, 110-5) oder auch Morris (1994).

³¹ Zusätzlich zu diesen Members erweitern die *representatives* aus American Samoa, dem District of Columbia, Guam, Puerto Rico und den Virgin Islands die Gesamtzahl der RNC Membership auf 165. Während 1952 bis 1968 repräsentierte die Zusammensetzung der RNC Membership die Wahlstärke der jeweiligen State Parties in der letzten Wahl; dieses System wurde jedoch zugunsten der State Equality nach der Wahl 1968 aufgegeben (vgl. Maisel 1993, 66 n6).

restlichen acht von Regional Caucuses gewählt werden. Zusätzlich zu diesem Executive Committee gibt es noch ein Executive Council, ein Advisory Committee ohne formale Rechte innerhalb des Executive Committees, mit einer Anzahl von *ex-officio* Members³² (Rule No. 24, 26; Kurian 1997).

Wie schon bei den State Committees, so spielt auch beim RNC der chair eine tragende Rolle. Gewählt wird der oder die Chairman jeweils im Januar eines jeden ungeraden Jahres (wenn also keine Wahlen stattfinden). Dies gilt ebenso für den Co-Chairman, der jeweils anderen Geschlechts als der Chairman sein muß, sowie für alle anderen Officers des RNC. Der Vice-Chairman wird direkt durch das Executive Committee gewählt und bedarf keiner Wahl durch das Gesamt-Committee (Rule No. 23; Kurian 1997).

Amtiert ein Republican President im White House kann er seinen Kandidaten bei der Nominierung des Chairman meist durchsetzen und läßt diesen quasi nur noch offiziell durch das RNC bestätigen. Die Wahl des Chair ohne amtierenden Republican President kann daher als ein wichtiges Indiz für die neue Machtverteilung innerhalb der GOP angesehen werden. Die Position des RNC Chairs konnte nach dem Sieg Bill Clintons 1992 im Januar 1993 zum erstenmal seit 1977 wieder "frei" besetzt werden³³. Der Sieger hieß Haley Barbour. Dieser hatte zuvor seine außerordentlichen Fähigkeiten unter anderem als Executive Director der Mississippi GOP und in der 1984 Reelection-Campaign Ronald Reagans bewiesen und in Mississippi die Grundlage für den Erfolg der State Party gelegt.³⁴

Er verkörperte einen wichtigen Verknüpfungspunkt zwischen den beiden Congressional Parties (House und Senate) sowie den State Party Chairs dar (vgl. vor allem auch Teil 4, I.A.). Barbour war insbesondere für die Weiterentwicklung der Fundraising Aktivitäten, der Konzentration auf ein einheitli-

---

³² Laut Rule No. 24 sind dies: "the chairman, the co-chairman, the general counsel, the chairman of the Republican Finance Committee, the chairman of the Republican State Chairmen's Advisory Committee, the chairman of the Budget Committee, and the president of the National Federation of Republican Women" (Kurian 1997, 849).

³³ Bill Brock saß dem RNC vier Jahre lang, von 1977-81, vor, bis er 1981 Reagans Kandidat, Richard Richards, unterlag (vgl. Congressional Quarterly 1993, 146).

³⁴ "Barbour [...] helped take the state party that consisted of a small band of enthusiasts and built it into a political machine that produced a string of Republican victories. [...] Barbour and his cohorts did it by broadening the party's base and concentrating on grassroots efforts, and many Republicans believe, that Barbour can make the same strategy work nationally, producing congressional gains in 1994 [...]" (Cunningham 1993, 2351). Nicht zu Unrecht, wie sich herausstellen sollte.

ches Erscheinungsbild und der Weiterentwicklung hinsichtlich kommunikationspolitischer Aspekte für die GOP von großer Bedeutung.

Analog zu den Veränderungen in den State Parties (jedoch vom National Level und maßgeblich vom RNC ausgehend) manifestierten sich nach den frühen 1970er Jahren die Veränderungen der National Parties in

“becoming fiscally solvent, organizationally stable, and larger and more diversified in their staffing and to their adopting professional-bureaucratic decisionmaking procedures” (Herrnson 1994).

Anders ausgedrückt erlebten die National Party Organizations eine erhebliche Erweiterung der Fundraising Möglichkeiten und des Budgets, die Installation eines einheitlichen und technisch hervorragend ausgestatteten Permanent Party Headquarters (seit 1970³⁵), und die Professionalisierung der Leadership und staffing, sowie die Etablierung einer professionellen und Service-orientierten Zusammenarbeit mit PACs und Political Consultants (vgl. auch oben S. 28ff). Diese Veränderungen ermöglichten es der GOP unter Führung des RNC jenen “service party path” (Beck and Sorauf 1992, 104) einzuschlagen, der mittel- und langfristig zu den Wahlerfolgen auf allen Ebenen, von Congressional Elections bis hin zu Bezirkswahlen, ganz wesentlich beigetragen sollte.

Maisel vergleicht die Veränderungen, denen sich die GOP gegenübergestellt sah, mit Veränderungen eines Unternehmens und beschreibt ihre Reaktion auf diese wie folgt:

“Once campaigns were labor-intensive, relying heavily on grassroots efforts and established party loyalty to draw voters. In the most recent years, however, campaigns have become more candidate- rather than party-centered; they have relied on the ‘wholesale’³⁶ technique of reaching the voters – radio, television, computer-generated mailings –

³⁵ Die Democratic National Party Organizations sind erst seit 1985 in einem eigenen Gebäude untergebracht (vgl. Beck 1992, 92).

³⁶ *Wholesale*: The sale of goods in large quantities, as for resale by a retailer (The American Heritage Dictionary 1992).

rather than the 'retail'³⁷ techniques involving personal relationships and loyalty" (Maisel 1993, 68).

Diese Aussage scheint widersprüchlich zu sein. War es nicht gerade die berühmte "All Politics Is Local!"-Doktrin des ehemaligen Speakers Thomas P. O'Neill, Jr., die einen ungebrochenen Trend zur Erreichung von Mehrheiten im Congress durch die Erlangung vieler einzelner Wahlsiege zu bestätigen schien – also echtem "retail-business"? War somit der Wandel hin zu "candidate-centered elections" nicht vielmehr ein Indiz für eine "retailing" Strategie?

Maisels Analyse ist im Ergebnis richtig, erkennt jedoch den wahren Kern dieser Umkehr in der "Verkaufsstrategie" der GOP-Führung. Es war zunächst nicht ein Wechsel in der *Wahlstrategie*, sondern ein Wechsel in der *Kommunikationsstrategie* der Parteien, insbesondere jedoch der GOP. Dieser Wechsel bildete jedoch nur einen ersten Schritt. Ziel von Parteiführern – gerade auch im RNC – war nämlich die Schaffung einer "brand", also eines einheitlichen Marken-Produktes und -Images. In der Wahl 1994 schließlich bildete die "wholesale"-Strategie auf Grundlage des *Contract with America* sogar die Grundlage für eine echtes "nationalizing" der Congressional Elections und somit nicht nur einen Wechsel der Kommunikationsstrategie, sondern eben auch ein endgültiger Wechsel hin zum "wholesale-approach" auch in der Wahlstrategie.

Zwar wird der RNC häufig nur als "verlängerter Arm" des President dargestellt (sofern ein Republican President im White House sitzt; vgl. etwa Gitelson, Conway, and Feigert 1984, 91). Zunächst ist jedoch festzuhalten, daß die Möglichkeiten der Partei in Presidential Elections stark durch die "public-funding provisions" des Federal Election Campaign Act (FECA) reglementiert sind und eine direkte Einflußnahme auf die Presidential Campaign nur in sehr geringem Maße möglich ist.

Auch die Entwicklung hin zum "Service-broker" ist ein wesentlicher Faktor, der eine stärkere Einflußnahme bei Congressional Elections förderte (Herrnson 1994, 60). Vor allem in den letzten Jahren war verstärkt die Rolle des RNC als effizienter Vermittler und Koordinator zwischen den beiden Congressional Campaign Committees zu beobachten (vgl. Teil 3 und Teil 4). So kann etwa beim NRCC und NRSC das neue Phänomen des "crossover spen-

---

³⁷ *Retail*: The sale of goods or commodities in small quantities directly to consumers (The American Heritage Dictionary 1992).

dings³⁸ als Indiz für die gemeinsame Koordinierung der Hilfestellungen werten (Herrnson 1994, 61). Diese "crossover spendings" – meist in Form von sog. "in-kind" Leistungen wie etwa Pollings, Media Ads etc. – ermöglichen nicht nur eine effizientere Verteilung der Ressourcen, sondern auch eine Möglichkeit, die legal möglichen Leistungen an Candidates und State Parties in ihrem Wert zu erhöhen:

"In many cases, these in-kind transfers can have considerably greater real value than the dollar value attributed to them because the national parties can often provide these services for considerably less than the private sector" (Biersack 1996, 115).

Wie auch aus der Abbildung I-1 deutlich wird, muß somit an die Spitze der GOP das "Triumvirat" aus RNC, NRCC und NRSC gesetzt werden und nicht mehr nur das RNC alleine. Durch den enormen Bedeutungszuwachs der beiden Congressional Campaign Committees – sowohl beim Fundraising, als auch beim organisatorischen Einfluß – wurde eine neue Balance in der Machtverteilung der Parteiführung zwischen einem (sofern existierenden) Republican President, sowie den beiden Congressional Parties (House und Senate) hergestellt. Somit entstand auch 1992, nach dem Verlust der Präsidentschaft, nicht ein "Machtvakuum" innerhalb der GOP, sondern nur eine Verschiebung der Machtzentren hinzu den Congressional Parties, insbesondere jedoch der House Republican Party.

D. Congress und Presidency

Wie schon am Anfang erläutert, konzentriert sich diese Arbeit auf die Rolle der House GOP als zentralem Punkt innerhalb der gesamten Republican Party. Dennoch soll hier noch einmal kurz auf die Bedeutung der Presidency auf die Congressional Parties eingegangen werden, denn befindet sich ein Republican President im White House, ist zunächst er für die Öffentlichkeit die wichtigste Identifikationsfigur mit der Republican Party.

---

³⁸ "Crossover spending [...] occurs when a senatorial campaign committee spends money in House elections or a congressional campaign committee spends money in Senate races. It is generally the result of shared polling or some other coordinated campaign activity that is conducted by one of the campaign committees in cooperation with the other campaign committee, a Senate candidate, or one or more House candidates who typically reside in the same state" (Herrnson 1994, 61).

Richard Neustadt (1976) beschrieb – oft zitiert – die wichtigste Macht des Präsidenten als “the power to persuade”. Neustadt hebt damit hervor, daß es nicht seine institutionelle Macht, die ihm Einfluß auf dem Kapitol verschaffe, sondern seine Überzeugungskraft.³⁹ Der Congress als Legislative sei, so Epstein, eben gerade *nicht* mit der Exekutive verbunden, sondern ein getrennter Teil. Und was noch wichtiger sei: Auch die “electoral bases” des President und der Congressional Members seien unterschiedlich (mit Ticket-Splitting und Divided Government als neue Norm, nicht als Ausnahme; vgl. auch Maisel 1993; Rieselbach 1996):

“Put more positively, presidential candidates as well as presidents possess their own political constituencies and power bases apart from those of Congress” (Epstein 1986, 87).

Caesar und Buschs (1997) These, “Losing to Win”, geht ebenfalls auf diese Abhängigkeit zwischen President und Congressional Party ein. Die Autoren heben hervor, daß eine “precondition – and more likely a cause – of the Republicans’ congressional victory in 1994 and the Democrats’ presidential victory in 1996 was the decisive defeat that each party suffered in the previous election” (Caesar and Bush 1997, 3). Dies zeige einen neuen Zusammenhang zwischen Presidential und Congressional Elections auf: Während man früher von “coat-tail“-Effekten⁴⁰ ausgegangen sei (“attraction” Modell), so habe sich im Laufe der Zeit eher eine Tendenz hin zu der Separation der Presidential und Congressional Elections (“disconnected campaigns”, “all politics is local”, “separation model”) gezeigt. Ein drittes Modell (“repulsion”) schließlich zeige einen weiteren neuen Trend auf. Zwar beeinflussten Presidential und Congressional Elections einander, jedoch sei dieser Zusammenhang negativ oder invers. Stiegen die Chancen für einen Presidential Candidate, sinke die Chance seiner Partei auf einen Gewinn der Congressional Elections (und umgekehrt). Der

³⁹ Maisel macht die Fähigkeit des Präsidenten seine Partei im Congress wirklich zu führen von folgenden Faktoren abhängig: (1) der Popularität des Presidents; (2) dem Minority oder Majority Status seiner Partei im Congress; (3) die ideologische Übereinstimmung (“the fit between his views and those of the majority of the members of his party in Congress”); der Wille (oder vermeintlich wahrgenommenen Zwang) zu Kompromissen; und schließlich (5) der Mix der verschiedenen involvierten Persönlichkeiten (Maisel 1993, 306).

⁴⁰ *Coattails*: Den Gewinn von Sitzen im Congress durch die Attraktivität eines Presidential Candidates (oder auch Gewinne der legislativen Bewerber durch die Attraktivität eines Bewerbers der Exekutive, bspw. auch Governor/State Assembly).

Weg, eine Institution zu gewinnen, sei die andere zu verlieren (vgl. Caesar and Bush 1997, 8-9).⁴¹

Unabhängig davon, ob man den Autoren in ihrer Bewertung folgen mag, wird doch deutlich, daß die Congressional Party separat vom Präsidenten (oder Präsidentschaftskandidaten) betrachtet werden muß, will man sich ein Bild von der Partei als Ganzes machen. Dies gilt insbesondere, wenn man – wie diese Arbeit – vor allem die Parteiorganisation betrachtet, denn: “presidents have not typically been involved with their party’s organization” (Maisel 1994, 381).

Die enormen Spannungen zwischen großen Teilen innerhalb der Congressional GOP und President Bush, etwa während des Budget Summit 1990 (vgl. etwa Beck and Sorauf 1992, 381-2), machen deutlich, daß ein Trend zur Eigenständigkeit gerade innerhalb der House GOP bestand, der sich nach dem Verlust der Präsidentschaft 1992 weiter etablieren konnte (vgl. unten VI. A. 6.). Zudem ermöglichten die Veränderungen in der Parteifinanzierung (vgl. FECA) eine immer stärkere Unabhängigkeit auch des RNC:

“During the 1980s the national committee of the president’s party [...] really came into its own as an important independent actor in party politics. [...] [T]he selection of close advisors to the president as its recent chairs has given the RNC a status it had not enjoyed before, even as presidential influence was being asserted. [...] This move also brought the party leader [i.e., the RNC chairman] into the inner circle of White House advisors” (Beck and Sorauf 1992, 109).

Beck (und viele weitere Autoren) stellt auch einen starken Anstieg der Zusammenarbeit zwischen den drei National Committees fest. Gerade durch die personellen Verknüpfungen der Organisationen wird diese Zusammenarbeit weiter gestärkt. Diese beiden Phänomene – größere Unabhängigkeit und stärkere Verknüpfung – sind keineswegs widersprüchlich, sondern bestätigen

---

⁴¹ Die Autoren führen weiter aus, daß sich diese Modelle zwar voneinander deutlich unterscheiden, jedoch trotzdem nebeneinander existieren könnten: “Each can surface at different times in the same election campaign and then wax and wane in its relative importance. And each model can operate at a different level: the level of campaign strategy and the level of voter decision making” (Caesar and Busch 1997, 121.)

im Gegenteil die Stärke der jeweiligen Committees, denn nur dann sind sie auch zur Kooperation befähigt (im Falle des White House eher gezwungen) und nicht nur als bloßes Ausführungsorgan in die Parteiorganisation eingebunden (vgl. auch Teil 3 und Teil 4).

Diese Verknüpfung und verstärkte Kooperation zwischen den drei "Köpfen" der GOP – RNC, NRCC und NRSC – sowie die Erfahrungen der Probleme seit Anfang der 1990er Jahre zwischen House GOP und President Bush, bestätigten, daß bei aller Macht des Präsidenten im U.S. System dieser längst nicht als alleiniger und unangefochtener Führer seiner Partei gelten kann. Eine Untersuchung der GOP als Medienkommunikationspartei muß sich daher – zumal ohne einen Republican President – vor allem auf die House GOP konzentrieren. Die traditionelle Unabhängigkeit der Senate Members macht es schwierig, diese als "echte", "einheitliche" Partisan Group (wie mittlerweile im House) zu betrachten und kann daher nicht weiter berücksichtigt werden, ohne die Fragestellung dieser Arbeit zu sprengen.

Wie oben bereits angedeutet, war es keinesfalls der RNC alleine, so wichtig seine Rolle im anfänglichen Umbau gewesen sein mag, der die oben beschriebenen Veränderungen ermöglichte und initiierte, sondern ganz wesentlich auch die beiden anderen National Party Organizations, das National Republican Congressional Committee (NRCC) und das National Republican Senatorial Committee (NRSC).⁴² Wie war es den Congressional Campaign Committees gelungen, eine solch tragende Rolle innerhalb der GOP einzunehmen? Wie ist ihr Aufbau, welche Veränderungen haben sich dort ergeben? Welche weiteren neuen "Non-Traditional Party Organizations" haben sich innerhalb der GOP etablieren können? Und wer übt in ihnen den größten Einfluß aus? Diese Fragen sollen im nächsten Abschnitt besprochen werden.

II. STRUKTUR UND AUFBAU DER GOP: NEUE AGENTEN DER PARTEI

Zusätzlich zu den oben aufgezeigten TPOs gibt es eine Reihe weiterer Organisationen innerhalb der GOP, die nicht in das traditionelle strukturelle Gefüge der Parteiorganisationen gehören, die jedoch auch einen – unterschiedlich bedeutsamen – Teil der Partei als Organisation bilden. Im folgenden sollen diese als

---

⁴² Herrmson bezeichnet die Rolle des RNC – auch hinsichtlich der Serviceleistungen – sogar als "relatively limited" (Herrmson 1995, 79).

„Parteiagenten“ bezeichnet werden.⁴³ Einige dieser Agenten sind Organisationen, die aus den National Committees heraus entstanden sind, viele andere sind zwar auch offiziell mit der Partei verbunden, rechtlich jedoch eigenständige Gründungen. Zusätzlich findet man noch sog. „non-affiliated“ – also nicht offiziell/rechtlich verbundene – National Republican Organizations.

Im folgenden sollen die beiden wohl wichtigsten Agenten, das NRCC und NRSC, die auch in diese Kategorie der non-TPOs gehören (unabhängig vom Zeitpunkt ihres Bestehens), die sog. Legislative Campaign Committees (LCCs), eine neue Form der direkten Einflußnahme der GOP Leadership auf untere Ebenen der GOP ohne den „Umweg“ über andere Committees (Leadership PACs), sowie einige Affiliated- und Non-Affiliated Party Organizations kurz dargestellt werden.

A. NRCC/NRSC

Das Jahr 1866 von Members des House und des Senate gemeinsam gegründete „Congressional Committee“ bildet das Fundament für die beiden heutigen Committees, sowohl das NRCC, als auch das NRSC, die auch als „Hill committees“ bezeichnet werden. Das NRCC in seiner heutigen Form findet seinen Ursprung jedoch eher im Jahre 1946, als Chairman Leonard Hall (R-N.Y.) begann, Vorbereitungen für die Wahlen 1948 zu treffen und die Public Relations- und Research-Abteilungen des Committee wesentlich aufzustocken und eine „permanent, year-round staff“⁴⁴ installierte (NRCC 1998).⁴⁵

Die Positionen des Chairs, des Vice-chairs und die Members der Hill Committees sind allesamt Members of Congress. Allerdings beschäftigt das NRCC 89, das NRSC 130 („full-time“) Mitarbeiter (Zahlen von 1992). Die Members fungieren vergleichbar mit einem „board of directors“⁴⁶ und unterstützen die Mitarbeiter – nach Festlegung der angestrebten Ziele und Prioritäten – bei der Rekrutierung neuer Kandidaten und vor allem im Fundraising-

⁴³ Beck beispielsweise verwendet die Bezeichnung „supporting cast“ (Beck 1992, 99); Shea erweitert das tripod-system um eine vierte Sphäre zwischen Party-in-Government und Party-in-Organization und bezeichnet die Organisationen innerhalb dieser Sphäre als „appendages“ (Shea 1995, 64).

⁴⁴ Einschließlich eines professionellen „field service“ Angebots in solchen Congressional Districts, die in der Hand der Democrats waren.

⁴⁵ Das NRSC wurde 1916 gegründet, nachdem durch das Seventeenth Amendment die Upper Chamber in eine von Volk gewählte Kammer transformiert worden war.

⁴⁶ Ungefähr vergleichbar mit dem Aufsichtsrat in Deutschland.

Prozeß. Das Campaign Committee Staff ist funktional getrennt: verschiedene Abteilungen kümmern sich um die Administration, um das Fundraising, Research, Communications und Campaign Activities (Herrnson 1995, 79).

Das wichtigste erklärte Ziel beider Committees ist die Stimmenmaximierung in Congressional Elections (vgl. Jacobson 1985-86; Dwyre 1994).⁴⁷ Hierzu bieten sie sowohl möglichen Candidates, aber natürlich auch den Members, vielfache Serviceleistungen wie Pollings, Media-packages und Campaign-lectures (für "prospective" Candidates), Direct-mailings und eine Reihe anderer Leistungen an. Ihre zentrale Aufgabe ist jedoch die Beschaffung von finanziellen Ressourcen (ob in Form von direkten finanziellen Zuwendungen, Sachleistungen oder auch Vermittlerleistungen zwischen Candidates und PACs und anderen Contributors⁴⁸).

Diese finanziellen Mittel haben in ihrer Summe ein beachtliches Volumen: 1992 verwaltete das NRCC \$34,3 Mio., das NRSC \$72,3 Mio.⁴⁹ (vgl. Tabelle II-1). Die Bedeutung der GOP Hill Committees als Service-Agenturen wird auch bei der Verwendung der Gelder deutlich: Die operativen Kosten⁵⁰ verschlangen im Jahre 1992 ganze 82 Prozent des Budgets des NRCC (76 Prozent beim NRSC). Die Vergleichszahlen bei den Democratic Hill Committees zeigen ein ganz anderes Bild. Dort liegt der Anteil für diese Kosten bei knapp 60 Prozent (DCCC), bzw. 53 Prozent (DSCC), der Anteil an Direktzuwendungen an Candidates und "coordinated expenditures" bei Campaigns ist dort also wesentlich höher als bei den GOP Committees (vgl. Tabelle II-1).

---

⁴⁷ Daher werden die Committees – auch in Anlehnung an ihre Democratic Counterparts – als "congressional campaign committees" bezeichnet.

⁴⁸ So ermöglicht der NRCC nicht wenigen Candidates – auch im Senate – die Vermittlung von Spenden anderer Members, die aufgrund ihrer Bekanntheit wesentlich mehr Spendeneinnahmen zur Verfügung haben, als sie selbst für ihren Wahlkampf benötigen.

⁴⁹ Die Bedeutung des NRCC innerhalb der House GOP wird besonders deutlich bei der Betrachtung der Ausgaben 1995, mit einer Rekordsumme von \$73,6 Mio. Dieser Betrag ist unverhältnismäßig höher verglichen mit den Ausgaben der Democratic Party, als sie noch die Majority Party stellte und somit eine bessere Ausgangsposition bei der Beschaffung der Gelder hatte.

⁵⁰ Erstellung von Voter Lists, Computer Equipment, Media Studios, Financial Transfers zu State Parties, Staff Salaries, Fundraising, Loan Repayment und andere sog. "overhead" Kosten.

TABELLE II-1

Finances of the National Republican Congressional and Senatorial Committee (NRCC/NRSC) and the Democratic Congressional and Senatorial Campaign Committee (DCCC/DSCC)

Year	Total Spending		Direct Assistance (and as % of spending)	
	NRCC	DCCC	NRCC	DCCC
1983-84	61,7	0,2	8,8 (14%)	1,9 (19%)
1985-86	40,8	12,6	5,8 (14%)	2,2 (17%)
1987-88	33,7	12,5	5,7 (17%)	3,1 (25%)
1989-90	34,4	9,1	3,8 (11%)	3,3 (36%)
1991-92	34,3	12,7	5,9 (18%)	5,0 (39%)
1993-94	26,3	19,4	5,5 (21%)	8,7 (45%)
1995-96	73,6	26,4	8,9 (12%)	6,7 (25%)

	Total Spending		Direct Assistance (and as % of spending)	
	NRSC	DSCC	NRSC	DSCC
1983-84	81,7	8,9	–	–
1985-86	86,1	13,4	–	–
1987-88	65,9	16,3	11,0 (17%)	6,6 (40%)
1989-90	65,1	17,5	8,4 (13%)	5,0 (29%)
1991-92	71,3	25,5	17,2 (24%)	11,8 (46%)
1993-94	65,4	26,4	11,5 (18%)	12,8 (49%)
1995-96	66,1	30,8	1,0 (2%)	8,9 (29%)

Source: Federal Election Commission (1998a) und (1998b).

Figures in millions of dollars. Direct assistance figures are the sum of contributions and coordinated expenditures.

Eine Begründung hierfür liegt in der deutlichen Begrenzung der legalen Direkttransfers: National, Congressional und State Party Campaign Committees ist es erlaubt, einem House Candidate jeweils \$5.000 für die Primary, Runoff und General Election an Direct Contributions zukommen zu lassen. Dem RNC und NRSC ist es möglich, einem Senate Candidate direkt eine Gesamtsumme von \$17.500 zu geben. Weitere \$5.000 darf der oder die Candidate durch ein State Committee beziehen (Herrnson 1996, 90).

Diese Beträge sind vergleichsweise gering im Verhältnis zu der Summe aller benötigten Mittel für eine zumindest chancenhafte Campaign. Daher erreichen die Committees weitaus größere Zuwendungen an die Candidates durch die Bereitstellung von Serviceleistungen oder auch nur deren Vermitt-

lung (siehe unten). Interne Untersuchungen des NRCC ergaben eine größere Wirkung (gemessen an Stimmerfolgen) bei der Vergabe von Leistungen, als bei der Vergabe von finanziellen Direktzuwendungen (vgl. Connelly and Pitney 1994a, 139-40).

Zusätzlich verstärkt wird dieser Effekt bei einer wirksamen Zusammenarbeit mit dem RNC. Nach geltenden Federal Campaign Finance Laws, kann jede National Party insgesamt bis zu \$55.000 in "coordinated expenditures" (also die oben erwähnten Serviceleistungen) für jeden House Candidate aufwenden⁵¹ (Barnes 1995, 476).

Es bleibt festzustellen, daß die von den Hill Committees erbrachten Leistungen mit einem weit geringeren als dem tatsächlichen Marktwert bewertet werden und somit die oben aufgezeigten Beträge die wahren Zuwendungen nicht voll erfassen. "Eingekaufte Leistungen" über Polling Agencies oder Political Consultants, wären für die Candidates erheblich teurer.⁵² Noch wichtiger ist oft die strategische Bedeutung der Zuwendungen: sog. "seed-money", am Anfang einer Campaign von den Committees an einen Candidate gegeben (ob in Form von Leitungen oder finanziellen Direktzuwendungen), ermöglicht diesem erst, als glaubwürdiger und chancenreicher Candidate andere, weitere Finanzierungsquellen aufzutun und nicht schon am Anfang seiner Campaign an Geldmangel zu scheitern (Biersack, Herrnson, and Wilcox 1993; zu Zeitpunkt der finanziellen Aktivität der Parties siehe Box-Steffensmeier 1994). Ferner beraten die Committees bei der Vermittlung von Consultants, bei der Vermittlung von Kontakten zu PACs und bei der Planung und Implementierung der campaign völlig kostenlos – oft ein unbezahlbar wichtiges Gut (vgl. Herrnson 1995, 98; Dwyre 1994, 176).

Candidates und Campaign Aides nannten während der 1992 House Campaigns ihre Hill Committee als wichtigste Hilfe während der Campaign (in House Races stärker als in Senate Races; Herrnson 1996, 103). Herrnson weist ferner auf die besondere Effizienz des NRCC hin: "As was the case with

⁵¹ In States mit jeweils nur einem Congressional District erhöht sich diese Summe auf \$105.000.

⁵² 1992 beschäftigten das NRCC beispielsweise einen Director Of Survey Research, der Polls für 117 Republican Candidates unternahm und weitere Pollings auswertete und private Firmen an Candidates vermittelte. Manche dieser Surveys hatten einen Marktwert über \$8.000, wurden den Candidates jedoch als "in-kind contribution" und "coordinates expenditure" angerechnet, teilweise nur mit einem – legal durch die FEC vorgegeben Formel – Wert von \$1.800 (Herrnson 1995, 89).

campaign spending, the NRCC distributes its campaign services more effectively than does its Democratic counterpart" (Herrnson 1996, 104).

Ein ganz anderes Bild zeichnen Connelly und Pitney. Sie attestieren eine große Unzufriedenheit unter "Republican lawmakers" und GOP-Mitarbeitern: "In previous years, a succession of top-heavy NRCC bureaucracies actually hurt the GOP by wasting party resources" (Pitney and Connelly 1996, 55; vgl. auch Connelly and Pitney 1994a, 137-42; ganz anders Jacobson 1993, 118, der gerade die Unterstützung der Incumbents als Verschwendung von Ressourcen ansieht).

Angesichts der desolaten Lage, in der sich das NRCC nach der Wahl 1992⁵³ befand, ist davon auszugehen, daß eine Menge der von Connelly und Pitney aufgezeigten Kritik berechtigt war. Es muß jedoch berücksichtigt werden, daß diese Kritik hauptsächlich von Incumbents formuliert wurde, welche naturgemäß an einer stärkeren Beteiligung der Verteilung der Ressourcen interessiert waren. So kann die Konzentration des NRCC auf vermeintlich erfolgsversprechende und hart umkämpfte Races⁵⁴ vom einen Betrachter als positiv und effizient, von einem anderen als ungenügende Beteiligung des NRCC in allen Races verstanden werden.

Diese Ambivalenz wird besonders im folgenden Beispiel deutlich. In Districts mit einem Democratic Incumbent wendete das NRCC in den 1980er Jahren oftmals einen sog. "four-year plan" an. Trotz geringer Chancen im ersten Wahlgang hoffte die Party auf eine höhere "name recognition" und "viability" des Kandidaten im darauffolgenden Wahlgang – mit anderen Worten ein Investment in die oder den Candidate als bekanntes und vertrauenswürdiges "Produkt". Was als Geldverschwendung im ersten Wahlgang gedeutet werden konnte, war in Wirklichkeit eine langfristige Investition (Dwyre 1994, 178; vgl. auch GOPAC Strategie in Teil 3).

Zusammenfassend läßt sich feststellen, daß die Strategie des NRCC, hauptsächlich als Service-Broker und -Agentur zu agieren, wesentlich effizienter und strategisch erfolgreicher war, als eine direkte Verteilung der eingesammelten Gelder.

⁵³ Nach der Wahl 1992 war das NRCC mit \$8 Mio. verschuldet und stand im Januar 1993 kurz davor, den Bankrott erklären zu müssen.

⁵⁴ Über 80 Prozent der gesamten "national party spending in House contests was done in close races" (Herrnson 1996, 104).

B. Legislative Campaign Committees (LCCs)

Legislative Campaign Committees (LCCs) sind "appendages of the legislative caucus, created to support and manage state legislative campaigns" (Shea 1995, 17). Nach dem Vorbild der Hill Committees stellen sie genaugenommen eine lokale "Service-Agentur" – mit gebündelten Ressourcen und Fachwissen – für Kandidaten auf dem State Level dar (Incumbents und Open Seat/Challenge Candidates). Sie sind teilweise nur während der Campaigns tätig, in anderen States jedoch auch während des gesamten Legislative Cycle. Vor allem in States mit Professional Legislatures bieten LCCs eine weitreichende Zahl von "Serviceangeboten" (Candidate Seminars, Survey Research, Media Production, Direct Mail und Computerized Targeting), welche das "normale" Angebot der TPO Units und PACs weit übersteigt⁵⁵ (Jewell and Olson 1988) und sind in einigen States sogar zur "principal party support organization for legislative campaigns" geworden (Bibby 1994, 34). In solchen States haben LCCs einen dominanten Einfluß, in anderen States hingegen spielen sie hauptsächlich eine Rolle bei der Verteilung finanzieller Ressourcen (eine zentrale Aufgabe aller LCCs) (Shea 1995, 17; Shea 1994, 219; vgl. auch Gierzynski 1992; Dwyre and Stonecash 1992; Bibby 1994; Giles and Pritchard 1985).

Als relativ neues Phänomen (seit den späten 1970er Jahren Ausgehend von New York, Illinois, Wisconsin, California und Minnesota, in denen schon davor LCCs anzutreffen waren), ist ihre Zahl vor allem in den späten 1980er Jahren rasant gestiegen. Mittlerweile finden sich LCCs in vierzig States. Auch in ihrer Aufteilung ähneln die LCCs ihren großen "Schwestern" NRCC und NRSC (bzw. DCCC/DSCC). In den meisten States gibt es je ein LCC für das House und den Senate: So gibt es beispielsweise in Illinois das House Republican Campaign Committee und das Republican State Senate Campaign Committee (Shea 1995, 19).

Es sind zwar eine Anzahl von State Parties formal-juristisch mit den LCCs verbunden (Florida, New York), eine Mehrzahl der LCCs sind jedoch juristisch unabhängig (vgl. Tabelle II-2). Ferner betonen Jewell und Olson, daß in New York die Legislative Campaign Committee Units zwar legale Subdivisions der State Party Organization seien, diese in der Praxis jedoch so autonom wie möglich geführt würden (Jewell and Olson 1988, 222). Gierzynski stellt in

⁵⁵ So beschreibt etwa der Ohio Senate Republican Caucus Chief of Staff sein LCC wie folgt: "We are a full service operation for individual campaigns" (zitiert in Bibby 1994, 35).

seiner Studie sogar fest, keine der State Parties übe Kontrolle über die Aktivitäten der LCCs aus (Gierzynski 1992, 49; teilweise leicht abweichende Ergebnisse bei Shea 1995).

TABELLE II-2
Formal Linkages Between LCCs and State Party Committees Controlled by
Party of Respondent

	Legal Relationship	No Legal Relationship	Total (all LCCs)
Republican Party (as % of Republican LCCs)	38%	62%	66%
Number of Republican LCCs	8	13	21
Total (all LCCs)	14	18	32

Source: Shea, Daniel M. 1994. *State Legislative Campaign Committees*, 224.

Ähnlich wie bei den National Committees, dominieren in den Führungen die State Party Leaders (nicht die Führung der *Exekutive* [Governor], sondern der *Legislativen* [State Chamber]). Somit bilden die LCCs, wie die Hill Committees, ein Gegengewicht zu den State Central Committees und anderen TPOs auf dem State Level. Dies schließt eine Kooperation mit diesen jedoch nicht aus (Gierzynski 1992, 48-9).

Eine weitere Gemeinsamkeit mit den National Campaign Committees ist die Zielsetzung der LCCs: Maximierung der Wählerstimmen und Sitze in den Chambers. Auch bei den LCCs konzentriert sich die Anwendung der Ressourcen auf Open Seat- und Close Races, sowie auf hoffnungsvolle Challengers (vgl. Stonecash 1988; Jones and Borris 1985; Gierzynski 1992; Bibby 1994).

C. Leadership PACs

Leadership Political Action Committees (PACs) sind PACs, denen eine Person aus der GOP Leadership vorsitzt. Maraniss und Weisskopf beschreiben sie als "leadership fund-raising operations" deren Aufgabe es sei, "[to] distribute funds to Republican congressional candidates, strengthening the bond between the [GOP] and industry while reinforcing the loyalty of House colleagues to Gingrich and his lieutenants" (Maraniss and Weisskopf 1996, 114). So sitzen beispielsweise Newt Gingrich, Tom DeLay, Richard Armey, und John Boehner allesamt ihrem eigenen Leadership PAC vor. Diese Leadership PACs beschränken sich jedoch nicht nur auf die Führung im Congress, sondern lassen sich

auch auf dem State Level finden (vgl. Bibby 1994, 35; Gierzynski 1992, 68).

Die meisten Leadership PACs werden von Members of Congress unterhalten, die im House oder im Senate einem Committee vorsitzen oder eine andere offizielle Funktion erfüllen. Zum einen ist es ihnen leichter möglich, Gelder zu akquirieren, zum anderen versuchen sie auch, sich durch ihren finanziellen Beistand anderer Members ihrer Partei, sich deren Unterstützung innerhalb der Conference zu sichern (Wayne 1997).

Vor allem unter den Republican Members – und verstärkt seit 1994 – sind Leadership PACs populär. Dick Armeys "Majority Leader's Fund" (\$1.6 Mio.), Gingrichs "Monday Morning PAC" (\$1.3 Mio.) und Senator Jesse Helms "National Conservative Club" (\$885.522) sind nur einige Beispiele. Insgesamt unterhalten zwölf Republican Members einen Leadership PAC mit Einnahmen über \$200.000 (Stand 1997, Wayne 1997).

Die gleiche Funktion wie Leadership PACs erfüllen auch Organisationen und "Clubs", die eng mit Party Organizations wie dem NRCC oder NRSC verbunden sind. So bietet etwa der "Capitol Hill Club" die Möglichkeit, Mitglied im "House Council" (\$5.000 Mitgliedsbeitrag) oder gar im "Congressional Forum" (\$15.000 - \$25.000 Mitgliedsbeitrag) zu werden. Dort bietet sich dann den "Mitgliedern" die Möglichkeit des "Austauschs" mit Führungspersonen der House GOP (Maraniss and Weisskopf 1996, 112).

In diese Kategorie der "Quasi-leadership PACs" sind auch die Bemühungen einzelner Personen aus der House GOP Leadership einzuordnen, ohne den "Umweg" über PACs, Direktspenden an andere, weniger exponierte House Members, Freshmen oder Candidates zu überweisen, Unterstützung bei Fund-raising Events zu leisten oder bei der Vermittlung von PAC Contributions behilflich zu sein (ebenfalls mit dem Ziel der Bindung dieser Members an ihre Person). Bill Paxon, Tom DeLay oder auch Newt Gingrich sind hier als Beispiele zu nennen. Häufig existiert auch für solche Aktivitäten ein Grad der Organisation, der dem eines PACs zumindest nahe kommt.

D. Andere Parteiagenten

Andere Parteiagenten sind die sog. "allied" oder auch die "non-affiliated Republican organizations", Unterorganisationen der National oder State Committees ("allied") oder auch formal unabhängige, jedoch trotzdem als Republican National Organizations anerkannte Organisationen, zu denen

beispielsweise auch das NRCC oder NRSC zählen ("non-affiliated"). Diese Organisationen haben die Aufgabe, bestimmte Teile und Gruppen innerhalb der GOP zu organisieren, die sonst wenig oder ungenügend Repräsentation innerhalb der GOP finden würden und als Bindeglied zur GOP zu fungieren (vgl. Beck and Sorauf 1992, 99).

Zu den offiziellen "allied Republican organizations" zählen u.a. das College Republican National Committee, der National Black Republican Council, die National Federation of the Grand Order of Pachyderm Clubs, die National Federation of Republican Women, der National Republican Heritage Groups Council, die Republican National Hispanic Assembly und die Young Republican National Federation (Emke 1998; vgl. auch Appendix B). Teilweise blicken diese Organizations auf eine lange Tradition innerhalb der GOP zurück, so etwa die National Federation of Republican Women oder auch die Young Republican National Federation (vgl. Beck and Sorauf 1992, 99-100).

Zu den "non-affiliated" National Republican Organizations gehören vor allem das National Republican Congressional Committee; das National Republican Senatorial Committee; die Republican Governors Association; das Republican Network to Elect Women (RENEW); die Teen-Age Republicans (TARS) und die National Jewish Coalition (Emke 1998; vgl. auch Appendix B).

Bei der Betrachtung wird deutlich, daß einige der für die Republican Party bedeutende Organisationen zu den sog. "non-affiliated" Organizations gehören, etwa die Republican Governors Association oder des NRCC. Die Frage der rechtlichen Zugehörigkeit spielt demnach keine Rolle bei der Frage nach dem Gewicht und Einfluß innerhalb der Partei. Viel wichtiger ist die finanzielle Ausstattung, die Mitgliederzahl und nicht zuletzt die Verbindung zu der GOP Leadership (oder die Führung der Organisationen durch Personen aus der GOP Leadership).

So ist beispielsweise das National Policy Forum (NPF) offiziell eine Non-partisan Organization, was es ihr eine Steuerbefreiung und – viel wichtiger – eine Befreiung von den Campaign Finance Regulations ermöglicht. Somit sind auch einzelne große Spendeneinnahmen möglich, um das jährliche Budget von \$4 Mio. zu finanzieren (vgl. Klinkner 1994a, 194). Das NPF nahm die Idee sog. "policy councils" des ehemaligen RNC Chairman Bill Brooks aus dem Jahre 1977 wieder auf und begann, diese wieder innerhalb des RNC zu etablieren. Ebenso ließ es die Member-Zeitschrift *Common Sense* wieder aufleben und

etablierte ferner eine Reihe weiterer Innovationen der internen und externen Kommunikation der Partei (etwa eine "townhall meetings series" auf dem National Level; vgl. auch Teil 4).

Wenngleich das NPF als Nonpartisan Organization firmiert, wird doch schnell deutlich, daß es sich hierbei um einen Parteiagenten der GOP handelt: die gewählten Officials sind allesamt Republicans; der NPF President im Zeitpunkt des Untersuchungszeitraums dieser Arbeit war Michael Baroody, der in den späten 1970er Jahren die Policy Councils innerhalb des RNC leitete; der Director of Strategic Planning war ein ehemaliger RNC Staff Member und der Manager von Haley Barbour's Campaign für den RNC Chair und selbst die Telephonliste des Republican National Committees liegt auf dem Empfangstisch im Vorraum (Berke 1993a; vgl. auch Berke 1993b; Berke 1993c; Klinkner 1994a).

Diese Parteiagenten müssen jedoch von anderen "organized groups" im politischen Prozeß abgegrenzt werden, etwa politisch aktiven Organisationen wie der Christian Coalition (CC), Americans for Constitutional Action (ACA) oder auch reine "special interest groups" wie die American Medical Association (AMA) oder die National Association of Manufacturers. Diese "pressure groups", genauso wie die Political Action Committees (PACs), können nicht zu der Parteiorganisation dazugezählt werden, gleichwohl ihr Einfluß manchmal bedeutend sein kann (vgl. Maisel 1993, Chapter 5).

Im folgenden soll zunächst auf einige äußere Veränderungen eingegangen werden, die zu institutionellen Veränderungen im Congress geführt haben. Anschließend werden die vielfältigen Factions innerhalb der House GOP und die Veränderungen innerhalb der House GOP Leadership Structure dargestellt.

III. THE TIMES THEY ARE A CHANGING – INSTITUTIONELLE VERÄNDERUNGEN INNERHALB DES CONGRESS'

Die Zeit von den späten Siebziger Jahren bis in die Mitte der Neunziger Jahre wird von Politologen, die sich mit dem U.S. Congress beschäftigen, als "post-reform era" bezeichnet. Dies hat seinen Grund in den verschiedenen und oft weitgehenden Reformen, die in den späten 1960er Jahren bis in die späten

1970er Jahre ("sunshine reforms"⁵⁶) eine stärkere "rank-and-file" Partizipation an der Macht innerhalb des Congress' und dessen "Öffnung" zur Folge hatte (vgl. Rieselbach 1986; Ornstein 1975).

Dieser anfängliche Trend zu einer vermeintlichen Verbreiterung der Machtbasis (durch zahlreiche Committees und Sub-Committees) wurde begleitet von einer verstärkten Zentralisierung der Democratic Majority Leadership. Diese verstärkte Zentralisierung wurde zum Merkmal des Post-Reform Congress'. Stellvertretend für viele sei hier die Analyse Barbara Sinclairs vermerkt:

"The House legislative process has changed significantly over the past two decades; [the] House majority party leadership which is more active and more central in the legislative process is a key component of the change; and [...] the contemporary House requires such a leadership to legislate successfully." (Sinclair 1995, xi)

Doch welche Bedeutung hatten diese Veränderungen für die Minority Party, also seit langer Zeit der House GOP? die Im folgenden Kapitel sollen kurz die institutionellen Veränderungen und deren Bedeutung für die Entwicklung der House GOP genauer dargestellt werden.

Die institutionellen Veränderungen lassen sich am deutlichsten anhand der Betrachtung dreier wichtiger Säulen des Congress' beleuchten: Den Committees, der Leadership und dem Floor.⁵⁷ Die lange Vorherrschaft der Democrats im House begründete mehrere Entwicklungen, vor allem jedoch den Anstieg der "partisanship" im House of Representatives:

"[n]orms are created and sustained largely by the majority party. [...] The longer a party remains in the majority and

---

⁵⁶ Der "Freedom of Information Act (1966)" wurde als "sunshine reforms" oder "sunshine laws" bekannt. Dieses "law [requires] that U.S. government agencies release their records to the public on request, unless the information sought falls into a category specifically exempted, such as national security, an individual's right to privacy, or internal agency management. The act provides for court review of agency refusals to furnish identifiable records. The states also have similar laws. The U.S. and some states have also adopted so-called sunshine laws that require governmental bodies, as a matter of general policy, to hold open meetings, announced in advance". Diese Reformen führten u.a. auch zur Öffnung des Floor, zunächst im House und später auch Senate und zur Gründung von C-SPAN (The Concise Columbia Encyclopedia 1995).

⁵⁷ Im Rahmen dieser Arbeit beschränkt sich dieser Blick auf das House of Representatives und schließt den Senate nicht mit ein.

the more partisan that majority becomes, however, the more the minority party will identify norms with the majority party's hegemony instead of the institution's integrity. [...] In the post-reform era, House operations began to close again around party leaders, partly reversing the reform era's effects. While the need for reciprocity and institutional loyalty was still high, the environment did not encourage their maintenance. The key partisan impact of the post-reform era was to increase party tensions." (Koopman 1996, 32)

Seit den späten 1970er Jahren verminderte eine aggressiver auftretende Democratic Majority Leadership immer mehr die Partizipationsmöglichkeiten der oppositionellen Republican Members. Diese Entwicklung verärgerte nach und nach eine wachsende Zahl von House GOP Members, so daß selbst Bob Michel, House Minority Leader bis 1994 und ein alter Vertreter der "Responsible Partners in Governing" Faction⁵⁸, im Jahre 1990 bemerkte: "the Majority has turned this House into a den of inequity" (zitiert in Koopman 1996, 33). Gerald Solomon, der "ranking member" der Republicans im Rules Committee, ging sogar soweit zu behaupten, die Vorherrschaft der Democrats sei zu einer "minority tyranny" verkommen:

"[T]hough liberals make up a majority of the Democratic caucus, the constitute a minority of the whole House. By compelling conservative Democrats to side with them on procedural votes, they subvert true majority rule with abuse of restrictive rule" (zitiert in Connelly and Pitney 1994a, 107-8).

Wenngleich diese Bemerkungen wohl eher die stärker zunehmende feindliche Rhetorik im House und die Ohnmacht der Republicans nach Jahrzehnten in der Minderheit widerspiegeln, so enthalten sie doch einen wahren Kern. Die Democratic Majority Leadership hatte zielstrebig ihren Einfluß über die Jahre systematisch ausgebaut und diesen zur Verschärfung der Partisanship im House genutzt.

In welcher Form dies geschah, soll anhand der Entwicklungen der

---

⁵⁸ Vgl. hierzu V.A.4.

Committees, den Trends in der Leadership und schließlich den Veränderungen auf dem Floor anschaulich gemacht werden.

A. Committees

David Mayhew formulierte 1974 das den Committees zugrundeliegende Prinzip noch so:

“In small working units, formal voting tends to recede in importance as a determinant of outcomes, and what individuals do with their time and energy rises in importance” (Mayhew 1974, 95).

Während noch vor 25 Jahren die Party Chairmen eine einflußreiche Elite – als eigener Machtzirkel im Spannungsfeld mit der Parteiführung – bildeten, ist ihr Einfluß heute stärker eingeschränkt:

“[C]ommittee chairmen, once beyond reach, have been disposed and threatened with removal on several occasions [...] mainly for being out of step with mainstream sentiment among the Democratic members of the caucus; committees on committees have been reconstituted to give party leaders much more power, including the power unilaterally to appoint members to the key scheduling committee, the Rules committee; and uniform rules of committee conduct have been written so as to spread power downward and outward to subcommittees and their chairmen.” (Polsby 1990, 37-8)

Dieser – relative – Verlust an Macht für die Committee Chairmen bedeutete gleichzeitig auch den Verlust der Basis für eine mögliche Zusammenarbeit von Democrats und Republicans innerhalb der Committees. Der stärkere Einfluß des Democratic Caucus im Zusammenspiel mit der Party Leadership brachte somit zwangsläufig eine stärkere Polarisierung mit sich. “Bipartisanship” wurde politisch “gefährlicher” für einen Democratic Committee Chairman und somit unattraktiv.⁵⁹

---

⁵⁹ Eine andere Ansicht vertreten Gary Young und Joseph Cooper, die auf die besondere Rolle der “multiple referrals” und deren Einfluß auf den Congress und seine Arbeitsweise eingehen: “On balance, multiple referral has contributed to the power of commit-

Mittlerweile herrscht in der Literatur weitgehend Einigkeit über eine starke Zunahme der Partisanship im House.⁶⁰ Nahezu die gesamte Kontrolle über die Gesetzgebung bei nur sechs Committees – Ways and Means, Appropriation, Energy and Commerce, Budget, Armed Services und Rules – gebündelt (Dodd and Oppenheimer 1993b, 51-3). Die meisten Verhandlungen fanden nur zwischen den Committee und Sub-Committee Chairs und der Democratic Leadership statt (Sinclair 1995, 166).⁶¹ Republicans blieben hiervon weitgehend ausgeschlossen.

B. Leadership

Wie oben kurz angedeutet, hoben viele Autoren die verstärkten Partizipationsmöglichkeiten der Members im Post-Reform Congress hervor (vgl. etwa Davidson and Oleszek 1994; Dodd and Oppenheimer 1993a; Polsby 1990). Sie übersahen dabei jedoch, daß sich diese Möglichkeiten größtenteils nur den Democratic, nicht jedoch den Republican Members bot. Deren Möglichkeit an der Beteiligung am legislativen Prozeß war im Gegenteil hierdurch sogar eingeschränkt worden.

Barbara Sinclair beschrieb schon 1981 die Implikationen einer erstarkten Majority Leadership und deren Strategie gegenüber einem dezentralisierten House. Diese sei bemüht "to cope with a decentralized House by involving as many House Democrats as possible in the coalition building process" bevor ein Gesetz zur Wahl anstünde (Sinclair 1981a, 391).

Sinclair hob hervor, daß die Siebziger-Jahre Reformen die Zahl der "significant actors within the Democratic caucus needed to form winning coalitions" erheblich gesteigert habe; außerdem habe die Majority Leadership auf die "personalities and reelection needs of younger Democrats (such as

---

tee leaders and party leaders. In the context of the other limits placed on the power of chairs, multiple referral has done far more to stabilize and reinforce their power than to undercut it. [...] Thus, despite the contemporary image of weak committee chairs, it is difficult to imagine more powerful committee chairs than John Dingell [D-MI] of Energy and Commerce and Dan Rostenkowski (D-IL) of Ways and Means" (Young and Cooper 1993, 230)

⁶⁰ Einigkeit herrscht jedoch nicht in der Frage, wer der *Urheber* der verstärkten Partisanship im House sei. Während die eine Seite die aggressive und "anti-government" Haltung der Reagan-Administration gegenüber dem Congress verantwortlich macht, sieht die Gegenseite diese Entwicklung eher im Zusammenhang mit der Carter Administration und dem immer geringeren Verteilungsspielraum im Budget (vgl. Koopman 1996, 36).

⁶¹ Dodd und Oppenheimer halten diese Koalition von Partei- und Committee-Führung sogar für die einflußreichste in neuerer Zeit (Dodd and Oppenheimer 1993b, 62).

those elected in the 1974 Watergate landslide)“ eingehen müssen. Dies sei über eine stärkere Beteiligung dieser Gruppe am legislativen Prozeß geschehen. Jedoch würden diese institutionellen Veränderungen zu einem “higher level of unpredictability in House floor voting outcomes” führen, wenn nicht zugleich “more party control of policy content and floor procedures” diesem Trend zur Unsicherheit entgegenwirken würden (Sinclair 1981a, 392).

Durch weite Reformen mit mehr finanziellen und personellen Ressourcen ausgestattet, zudem gestärkt durch die Möglichkeit einer starken Einflußnahme auf das Budget und seine Verteilung, war die Position des Speaker wieder auf die Machtfülle angewachsen, die zuletzt Speaker Joseph “Uncle Joe” Cannon bis 1910 genossen hatte (Sinclair 1995, 175; vgl. auch Dodd and Oppenheimer 1993b, 54-5).

In einem weiteren Artikel hob die Autorin die besondere Rolle der “Speaker’s task force” hervor (Sinclair 1981b). Sie stellte vor allem dar, wie diese “strategy by inclusion, a central element of which is the Speaker’s task force, an *ad hoc* group appointed by the Speaker and charged with passage of a specific bill” der Democratic Leadership dazu verhalf “to perform both of their primary functions – building winning coalitions and ‘keeping peace in the family’” (Sinclair 1981b, 397). Die Speaker Task Forces hätten es ermöglicht, in einem “much less predictable environment” wichtige Entscheidungen durch “more organized and extensive vote gathering” wieder stärker steuern zu können (Sinclair 1981b, 397).

Zudem ginge die Democratic Leadership davon aus, “if junior Democrats are involved in the vote-mobilization process via task force membership, their very considerable energies are directed towards accomplishing leadership objectives and they are given a stake in the leadership’s success. This involvement, it is hoped, will gradually teach junior members the need for ‘followership’ and the value of joint action under the aegis of the leadership” (Sinclair 1981b, 400). Den wichtigsten Nebeneffekt dieser Strategie – den Ausschluß der Republican Members – ließ sie jedoch unerwähnt (vgl. auch Sinclair 1993, 238-9).

In der Analyse eines anderen Autors, Burdet Loomis, wird zumindest kurz auf diesen “Nebeneffekt” eingegangen (Loomis 1984, 196; vgl. auch Ehrenhalt 1982). Loomis geht noch stärker als Sinclair auf den neuerlichen Machtzugewinn des Speaker’s und die neuerdings angewandte “strategy of

broad inclusion“ mit Hilfe zahlreicher “formal leadership positions“ (Loomis 1984, 185-6). Diese neuen Leadership Positionen waren hauptsächlich im Whip System und in anderen leadership-nahen Bereichen angesiedelt, um gleichzeitig eine Zentralisierung der Macht in der Leadership, aber auch eine erweiterte Machtpartizipation und Anbindung an die Democratic Leadership zu ermöglichen. Dies sollte ein einheitliches agieren auf dem Floor garantieren (vgl. Loomis 1984).

Koopman nennt noch die “practice of bill referral“ als ein weiteres wichtiges Indiz für die starke Einflußnahme der Majority Leadership in die Legislative Agenda und die dadurch erhöhte Partisanship im Congress. Wie Tabelle III-1 zeigt, stieg die Zahl dieser multiple referral bills“ stetig an (mit Ausnahme des 97th Congress) und verdoppelte sich von 10 Prozent aller Bills im 95th Congress auf 20 Prozent im 103rd Congress.

TABELLE III-1

Multiple Referral Bills in the House (Percentage of All Bills Referred)

Congress:	95th	96th	97th	98th	99th	100th	101st	102nd	103rd
Percentage of Bills	10.3	11.7	9.6	11.6	14.0	17.5	18.2	18.2	20.3

Source: Davidson, Roger, and Walter Oleszek. Congress and Its Members. 4th ed. Washington, D.C.: CQ Press, 1994, 224.

Um aber eine effektive legislative Arbeit zu ermöglichen, waren die Members (und Committee Chairs) auf die Hilfe der Leadership bei der Suche nach einem “compromise bill“ angewiesen:

“Majority-party leaders helped build intraparty majorities through developing substitutes for the several versions of ‘multiple-referral’ Bills, when reported by various committees, often appeared in several different versions, since different committees conducted different sets of hearings and mark-ups. The several competing versions of the same bill enabled majority-party leaders to forge a ‘compromise’ bill, usually behind closed doors in meetings among only party members“ (Koopman 1996, 39-40).

Eine Zunahme der Partisanship im House of Representatives war also auch die Folge einer stärker agierenden Democratic Majority Leadership im Congress:

Hatten früher die Committee Chairs Kompromisse mit den Ranking Republicans zur Grundlage einer effektiven legislativen Arbeit gemacht, war es nun die Democratic Leadership, die innerhalb des Democratic Caucus nach einer Kompromißlösung suchte. Diese Entwicklung förderte den Ausschluß der Republicans im legislativen Prozeß zugunsten einer stärkeren Partisanship weiter.

C. Floor

Der Grad der Partisanship im House of Representatives kann auf unterschiedliche Arten gemessen werden. Eine Möglichkeit ist die Untersuchung der "amendments". Eine geringe Zahl an eingebrachten Bills, sowie die Anzahl von Amendments, sind ein Indiz für eine vorhergehende Absprache in Committees oder Parteigremien und ein deutlicher Gradmesser für eine Zunahme an Partisanship innerhalb des Congress'. Während im 95th Congress noch mehr als 15.500 Bills eingebracht worden waren, sank diese Zahl im 102th Congress auf 7.700 (Ornstein, Mann, and Malbin 1994, 153-4). Die Zahl der Amendments betrug im Zeitraum von 1978-1980 im Durchschnitt noch mehr als 150. 1982 waren es nur noch 59 (Ornstein, Mann, and Malbin 1994, 180).

Einen weiteren Meß-Indikator liefern Bach und Smith (1988). Sie heben hervor, in welchem Umfang die Zahl der "restrictive" oder "complex" Bills im Laufe der Jahre zugenommen hat. Im 95th Congress (also im frühen Post-reform Zeitraum von 1977 bis 1978) lag der Anteil der "open single committee bills"⁶² noch bei 83 Prozent, der Anteil an allen Bills immerhin noch bei 75 Prozent (Bach and Smith 1988, 50-1).⁶³

Doch schon bis zum 99th Congress hatte sich die Zahl der Open Single Committee Bills auf nur noch 55 Prozent verringert, der Anteil bei allen Bills betrug nur noch weniger als die Hälfte (Bach and Smith 1988, 51). Mehr als 30 Prozent aller Single Committee Bills und nur 36,6 Prozent der gesamten Bills waren "restrictive bills" (Bach and Smith 1988, 51). Im 103rd Congress waren nur noch ganze 20 Prozent aller Bills offen; beinahe 80 Prozent aller Bills waren in irgendeiner Form "restricted" (Koopman 1996, 41).

⁶² Bills, die aus nur *einem* Committee stammten (im Gegensatz zu "multiple referral bills").

⁶³ Bach und Smith beziffern die Zahl der "restrictive" oder "complex bills" auf jeweils nur 8,3 Prozent (bei Single Committee Bills), beziehungsweise 13,5 Prozent aller Bills (Bach and Smith 1988, 50-1).

Diese Zahlen machen deutlich, wie schwierig es für die GOP Minority geworden war, am Geschehen auf dem Floor teilzunehmen. Die Democrats waren immer weniger gewillt, Republican Members in den legislativen Prozeß miteinzubeziehen. Dieses Verhalten der Democratic Majority, sowohl in den Committees, in der Majority Leadership und auch auf dem Floor, rief mehr und mehr den Unmut der House GOP Members hervor. Es war die Grundlage für weitreichende Veränderungen innerhalb der House GOP, sowohl in ihrer Führungsstruktur, als auch in der Zusammensetzung der House GOP Factions und der Mitglieder in der House Republican Conference.

Auch wenn die Meinungen über die Ursache dieser Entwicklungen auseinandergehen, bleibt festzustellen, daß sich hierdurch die Republican Members zu einer gemeinsamen "Opposition" vereinten. Und diese "neue" Rolle der House GOP als "echte" Opposition war zu einem wichtigen und zentralen Bindeglied innerhalb der House Republican Party geworden.

D. Informal Entrepreneurial Opportunities – Veränderungen der persönlichen Member Ressourcen

Eine weitere wichtige institutionelle Veränderung des Congress' stellen die Veränderungen der "entrepreneurial opportunities" – die Einflußmöglichkeiten der einzelnen Representatives – dar. Trotz aller oben beschriebenen Veränderungen im Post-reform Congress – stärkere Partisanship und Zentralisierung der Macht bei der Majority Leadership – eröffnete der Post-reform Congress den einzelnen Member's zahlreiche neue Möglichkeiten der Einflußnahme innerhalb ihres Caucus', bzw. der Conference.

Zum einen bot sich den Members in der Post-Reform Era eine neue, bislang ungeahnte Menge an persönlichen finanziellen und personellen Ressourcen. Desweiteren erfuhren informelle Gruppen, wie etwa die Conservative Opportunity Society oder sogenannte "caucuses" wieder zunehmend an Einfluß. Und nicht zuletzt waren es auch Änderungen in der Wahlgesetzgebung, die in nicht unerheblichem Maße zu der Stärkung der "entrepreneurial opportunities" beitrugen. Diese Möglichkeiten sind Inhalt des folgenden Abschnitts.

Der Post-Reform Congress erlebte als Folge seiner Dezentralisierungsbestrebungen einen bislang ungekannten Zuwachs an "support staff". House Member erhalten eine sogenannte "allowance", die es ihnen gestattet, bis zu 18

“full-time” Mitarbeiter und bis zu vier “part-time” Mitarbeiter zu beschäftigen. Zusätzlich gibt es die Möglichkeit, in Büros im Home-District Staff zu unterhalten (vgl. Davidson and Oleszek 1994, 140). Im Jahre 1977 betrug die Allowance für “personal member staff salary” noch \$283,00 (sog. “clerk hire allowance”); 1993 betrug die Summe inzwischen \$557,000 (Ornstein, Mann, and Malbin 1994, 144).

Dieser Zuwachs ist nach Meinung von Ornstein, Mann und Malbin Ausdruck der veränderten Rolle der einzelnen Members im Post-Reform Congress:

“The enlargement of Congress’s support staff reflects both the expanding role of the government in the United States and the changing role of the individual legislator” (Ornstein, Mann, and Malbin 1992, 119).

Weiterhin wird den Representatives eine jährliche “official expenses allowance” zugestanden. “This money was used for travel, telecommunication, district office rental, office equipment, stationery, postage, computer services, and mass mailings” (Davidson and Oleszek 1994, 140). Betrug diese Allowance 1977 noch knapp unter \$50.000, so war der Betrag im Jahre 1993 auf \$150.000 bis zu \$307.000 angewachsen.

Zusätzlich gibt es für Representatives noch die “franking privilege”, die es den Members erlaubt, einen Großteil ihrer Post ohne weitere Frankierkosten zu versenden. Im Jahre 1971, also im Pre-Reform Congress, betrug diese Appropriation \$11,2 million; 1977 betrug sie schon \$47 Mio. und wiederum 13 Jahre später inzwischen schon \$99 Mio. (Ornstein, Mann, and Malbin 1994, 143). Die mittlerweile weitverbreitete Praxis der “direct-mass-mailings”, in der eine große Zahl von Personen zielgruppengerecht und zu vergleichsweise geringen Kosten angesprochen werden können, und der Zuwachs an Anfragen und Briefen an die Representatives erklären diesen Anstieg zu einem großen Teil.

Diese Entwicklungen hatten eine weitreichende Bedeutung für den einzelnen Member, die nun wesentlich unabhängiger von ihrer Partei agieren konnten:

“At the heart of the current organizational culture of Congress is the notion of the centrality of the individual

Member, free to develop an effective, personal organization and pursue personal goals. One senior House Member expressed the idea during new member orientation in 1988: 'Congress is like 435 separate corporations'" (Schultz 1994, 8).

Davidson benutzt die Bezeichnung "Office of the Member, Inc." und beschreibt hierdurch treffend die neuere Entwicklung im Post-Reform Congress (vgl. Davidson and Oleszek 1994, 137).

Diese Möglichkeiten wurden auf ganz unterschiedliche Weise genutzt. Während manche Members sie als Garant für ihre Wiederwahl einsetzten (und die Ressourcen weitestgehend für die Bearbeitung ihres Home Districts und ihre nächste Campaign nutzten), waren es gerade einige Republican Minority Member, die diese Ressourcen alternativ einsetzten:

"It made sense for Republicans interested in policy to redirect more staff resources – especially resources that had before been used to work in the legislative process – to promote different ideologies and policy alternatives that were not attended to within the partisan House" (Koopman 1996, 47).

Eine Form dieser "alternativen Einsätze" der Ressourcen war die verstärkte Arbeit – nicht nur der Republican Members – in den verschiedenen Gruppierungen innerhalb des House of Representatives, sog. "caucuses" oder "associations", die im weiteren Verlauf dieser Arbeit vorgestellt werden soll (vgl. V.B).

Zusammenfassend lassen sich folgende wesentliche Merkmale der institutionellen Veränderungen festhalten: Die erhöhte Partisanship im House, eine stärkere Zentralisierung der Democratic Majority Leadership, eine Erweiterung der persönlichen Member Ressourcen und, als Folge, ein zunehmender Ausschluß der Republican Members aus dem legislativen Prozeß.

IV. DISPERSAL LEADERSHIP STRUCTURE – GESTREUTE FÜHRUNGSORGANISATION DER HOUSE GOP

Die oben dargestellten institutionellen Veränderungen spiegeln sich auch in der gewandelten Organisationsstruktur der House GOP Leadership wider.

Beginnend in den späten 1940er Jahren, bis zum Anfang der 1980er Jahre, schufen die House Republicans eine Anzahl neuer "leadership positions" und Party Organizations, welche im Laufe der zweiten Hälfte der 1980er Jahre auch zunehmend mit mehr Autorität ausgestattet wurden.

Die Vergabe von Leadership Jobs und "appointive" Party Posts war eine der wenigen Möglichkeiten, "in which the minority leadership could reward old friends, attract new supporters, or sidestep internal conflicts" (Connelly and Pitney 1994a, 46). Dies erklärt die Fülle an Führungspositionen der House GOP. In dem Bemühen, der mit großen Kompetenzen versehenen Democratic Leadership (und nicht zuletzt auch dem Druck aus dem White House) etwas entgegenzustellen, verabschiedete die House Republican Conference eine Reihe von Änderungen im Dezember 1986.

Nunmehr gab es für den GOP Leader die Möglichkeit, bestimmte "leadership issues" auszuwählen. Dies war verbunden mit der Forderung nach einer frühen und andauernd engen Kooperation zwischen den relevanten Committees und der GOP Leadership. Auch die Ranking Republicans waren seither verpflichtet, die Beschlüsse der Republican Conference stärker zu beachten (vgl. House Republican Conference 1986).

Außerdem wurde eine "task force" eingesetzt, die eine effektivere und diszipliniertere Entwicklung der Policy Positions und Strategie der House Republicans ermöglichen sollte. Diese Aufgabe wurde von zwei Subcommittees übernommen. Eines der Committees beschäftigte sich mit den "rules", das andere mit den "committee assignments".

Die Empfehlungen der Committees endeten schließlich in einigen, 1988 von der Conference beschlossenen, wichtigen Regeländerungen der House GOP Conference: Die alte "Committee assignment" Struktur⁶⁴ wurde durch ein einzelnes "Committee on Committees" ersetzt. Dort erhielten Republican Leader und Whip jeweils einen Anteil an gewichteten Stimmen (House Republican Conference 1989).⁶⁵ Außerdem bekam der Leader die Möglichkeit, neue

---

⁶⁴ Committee "assignments" wurden durch ein Committee on Committees meist an ein Executive Committee on Committees weitergeleitet, welches durch seine Entscheidungen mittels "weighed votes" (die nach einem bestimmten Schlüssel aufgeteilt waren) traf. Auf die Entscheidungen des Executive Committees konnte der Leader kaum Einfluß ausüben.

⁶⁵ "In the Committee on Committees, the leaders has twelve votes, and the Whip six. Each state with five or more Republican House member elects its own representative, whose vote depends on the size of the delegation. In the 101st Congress, California had eighteen Republican House members, so its representative on the Committee on Committees (Jerry

Republican Members des Rules Committees zu benennen (vgl. Pitney 1990, 8-9).⁶⁶

Diese Änderungen waren eine Reaktion auf das veränderte Umfeld im House und auch ein Ausdruck der sich wandelnden Zusammensetzung der Republican Conference. Newt Gingrich nannte sie "part of a series of steps House Republicans have been taking to increase Michel's capacity to lead" (zitiert in Mills 1988, 3475). Wolfensberger hebt hervor, daß die Bedeutung der "task force" Subcommittees weniger in den erfolgten Regeländerungen liege, sondern vielmehr in der Tatsache, daß die "Democratic Caucus rules" als deren Grundlage dienten, denn somit hätten die Republicans auch symbolisch die Idee einer stärker zentralisierten Leadership Structure aufgegriffen (vgl. Wolfensberger 1988). Pitney sieht die Ursprünge dieser Tendenzen zur Zentralisierung innerhalb der House GOP sowohl in den oben aufgezeigten institutionellen Veränderungen, als auch in den in dem erfolgreichen Modell der Democratic Leadership Structure (Pitney 1990, 10).

Die Bestrebungen Newt Gingrichs und der anderen "Young Turks" innerhalb der House GOP hatten eine möglichst effektive und zentral ausgerichtete Leitung der House Republicans zum Ziel. Sie hofften, demnächst selbst die Leadership zu stellen. Daß diese Hoffnung nicht unbegründet war, zeigt die unerwartete Wahl Newt Gingrichs im Jahre 1989 in die Position des Whips und daran anschließend weiterer Young Members und Allies Gingrichs in andere Leadership Positions (vgl. Teil 3-III.)

Da die Leadership Struktur der House GOP relativ selten in der Literatur behandelt wird, werden im Anhang die Leadership Positions kurz aufgeführt (vgl. Appendix B).

Lewis) had eighteen weighted votes. The smaller states are divided into four groupings composed of Republican delegations of identical size: that is, the one-member states make up one group, the two-member states another, and so on. The two most recent classes each elect one representative, who has one weighted vote. In the 101st Congress, the Committee on Committees had 195 weighted votes. The Leader's votes accounted for six percent of the total" (House Republican Conference 1989, 10-11).

⁶⁶ Dies war vor allem eine Reaktion auf die Regeländerungen der Democrats. Dort hatten die Democrats ihrem Speaker schon einige Jahre zuvor diese Möglichkeit eingeräumt.

V. INTRA PARTY DIVISIONS – VERSCHIEBUNGEN INNERHALB DER HOUSE GOP

Entgegen der weitverbreiteten Vorstellung von der House Republican Party als homogenes Gebilde (vgl. etwa Brady and Bullock 1985, 140), ist die House GOP vielmehr von zahlreichen "family feuds" (Connelly and Pitney 1994a) gekennzeichnet. Im folgenden sollen die verschiedenen Factions innerhalb der House GOP dargestellt, sowie die Veränderungen ihrer Bedeutung für die Partei, der sich wandelnde Einfluß der verschiedenen Factions und Gründe für diesen Wandel innerhalb des Untersuchungszeitraumes beleuchtet werden.

A. House Republican Factions

Die folgende Darstellung der diversen House Republican Factions stützt sich auf die Arbeiten von Connelly und Pitney (1994a) sowie von Koopman (1996) und stellt eine Verknüpfung und Erweiterung beider Ansätze dar. Connelly und Pitney unterscheiden in ihrer Arbeit folgende sich opponierende Gruppen innerhalb der House Republicans (vgl. Tabelle V-1):

West and South	vs.	Northeast and Midwest
Younger	vs.	Older
Party Activists	vs.	"District Guys" and "Committee Guys"
"Bombthrowers"	vs.	"Responsible Partners in Governing"
Conservatives	vs.	Moderates
Congressional GOP Loyalists	vs.	Presidential GOP Loyalists
Supporters of "National Strategy"	vs.	Supporters of "Local Strategy".

Während die Gruppen auf der linken Seite – was keineswegs eine politische Aussage beinhalten soll – eher zu Gingrich tendieren, begegnet die rechte Seite seiner Person eher mit Ablehnung. Teilweise überlappen sich die Gruppen auch. Personen, die sich bezüglich einer bestimmten Frage gegenüberstehen, sind bei anderen Themen innerhalb der gleichen Gruppe wiederzufinden.

Es ist wichtig, die Heterogenität dieser beiden (teilweise nur scheinbar) sich gegenüberstehenden Hauptgruppen deutlich vor Augen zu haben. Dennoch soll hier der Versuch einer neuen Gruppeneinteilung gemacht werden, der eine Kombination der Ansätze Connelly und Pitneys und Koopmanns darstellt (vgl. Tabelle V-1).

TABELLE V-1

House GOP Factions

West and South ¹	vs.	Northeast and Midwest ²
Younger ¹	vs.	Older
Party Activists ¹	vs.	"District Guys" and "Committee Guys" ^{4,5,6}
West and South ¹	vs.	"Responsible Partners in Governing"
Younger ¹	vs.	Moderates ³
Congressional GOP Loyalists	vs.	Presidential GOP Loyalists ^{4,5,6}
Supporters of "National Strategy"	vs.	Supporters of "Local Strategy"

Source: Connelly, William F., Jr. and John J. Pitney, Jr. 1994. *Congress' Permanent Minority* 20; Koopman, Douglas L. 1996. *Hostile Takeover*; eigene Erweiterung und Verknüpfung der Modelle.

Policy-Oriented House Republican Factions

Conservative Policy-oriented Factions: Enterprisers (1) and Moralists (2)

Moderate Policy-oriented Factions: Moderates (3) And Patricians (4)

Constituency-Oriented House Republican Factions

Fiscally Conservative, Constituency-oriented Group: Stalwarts (5)

Fiscally Moderate, Constituency-oriented Group: Provincials (6) and Placeholders (7)

- ¹ Enterprisers (Black Cells)
- ² Moralists (Black Cells)
- ³ Moderates (Dark Grey Cells)
- ⁴ Stalwarts (Light Grey Cells)
- ⁵ Provincials (Light Grey Cells)
- ⁶ Placeholders (Light Grey Cells)
- ⁷ Patricians (Grey Text)

Mit der veränderten Zusammensetzung der House Republican Conference durch den starken Zufluß junger, vor allem aus dem Süden und Westen stammender GOP Freshmen (die schon im 103rd Congress ein Viertel der Conference ausmachten) entstand eine neue, homogene Großgruppierung, einem Vierer-Block, bestehend aus West and South/Younger/Party Activists/"Bombthrowers" (vgl. Tabelle V-1, schwarze Zellen). Mit Hilfe dieses "Gingrich-Blocks" eroberten die jüngeren Conservatives um Gingrich und Armey (und anderen COS Members) systematisch die Leadership und mit jeder neuen Wahl auch zunehmend einen größeren Anteil innerhalb der Republican Conference.

Aus Tabelle V-1 wird weiter deutlich, daß sich zumindest drei neue Hauptgruppen definieren lassen: Der mit Hilfe der schwarzen Zellen gekennzeichnete "Gingrich-Block" (linke Seite), die in den dunkelgrauen Zellen zusammengefaßten "Policy-Moderates" (rechte Seite) und, in den hellgrauen Zellen, die "Old GOP" (ebenfalls rechte Seite).

Während der "Gingrich-Block" zunehmend mehr das Fundament der "neuen GOP" im Congress bildet, ist es Gingrich gelungen, auch die "Policy-Moderates" in die "New" House Republican Party zu integrieren. Schon aus demographischen Gründen – und symbolisiert vor allem durch den Wechsel

der Parteiführung von Michel zu Gingrich – spielte der dritte Block, die “Old GOP”, mittlerweile kaum mehr eine gewichtige Rolle innerhalb der New House GOP (vgl. Hook 1993). Die neuen Führungsfiguren unternahmen nach dem Ausscheiden Michels kaum mehr Bemühungen, um diese Gruppe in die “New” House GOP zu integrieren.

Im folgenden sollen die einzelnen oben aufgeführten Factions der House Republican Party im Untersuchungszeitraum näher erläutert werden.

1. West and South vs. Northeast and Midwest

Traditionell stammten die meisten House GOP Members aus dem Nordosten und Mittelwesten⁶⁷ der USA (Rae 1989, 158-63; siehe außerdem Jones 1995a, 99-101). Doch die Veränderungen im traditionell Conservative South (gekennzeichnet durch den graduellen Wechsel traditionell “conservative” Democrats hin zur GOP als Partei der “white conservatives”⁶⁸, der sog. “Normalisierung” oder besser dem “Realignment of the South”) und die demographischen Veränderungen (starker Zuwachs und Verlagerungen der Bevölkerungsdichte vom Northeast hin zum Southwest) in den Regionen, ermöglichten es der Southern GOP vermehrt ihre Kandidaten in den U.S. Congress zu schicken (in Gebieten, welche früher maßgeblich von der Democratic Party dominiert worden waren).

Wie Abbildung V-1 zeigt, spiegelt sich diese Entwicklung auch in der Zusammensetzung der House GOP wider. Stammten noch im 91st Congress

---

⁶⁷ Im folgenden wird auch hier aus Gründen der Vereinheitlichung auf die englischen Bezeichnungen zurückgegriffen. Die Einteilung in Northeast, Midwest, South und West liegt die “census definition” zugrunde:

Northeast: Connecticut, Maine, Massachusetts, New Hampshire, New Jersey, New York, Pennsylvania, Rhode Island, Vermont.

Midwest: Illinois, Indiana, Iowa, Kansas, Michigan, Minnesota, Missouri, Nebraska, North Dakota, Ohio, South Dakota, Wisconsin.

South: Alabama, Arkansas, Delaware, Florida, Georgia, Kentucky, Louisiana, Maryland, Mississippi, North Carolina, Oklahoma, South Carolina, Tennessee, Texas, Virginia.

West: Alaska, Arizona, California, Colorado, Hawaii, Idaho, Montana, New Mexico, Nevada, Oregon, Utah, Washington, Wyoming.

⁶⁸ “Once solidly Democratic, southern states have supported Republican presidential candidates by large margins in most recent presidential elections. The only presidential candidates to win since 1968, Jimmy Carter and Bill Clinton, were Southerners, and they both lost the southern white vote. During the 1980s [during the Reagan era], Republicans made inroads into southern congressional delegations, won a number of governorships, and made significant gains in state legislatures” (Wilcox 1995, 26).

123 Members der House Republican Party aus dem Northeast und Midwest, so war ihre Zahl bis auf 81 Members im 103rd Congress gefallen. Im gleichen Zeitraum konnten die South und West Members ihren Anteil innerhalb der Republican Conference nicht nur auf etwa die Hälfte aller House GOP Members seit dem 99th Congress stabilisieren, sondern seit dem 103rd Congress sogar auf eine klare Mehrheit ausbauen.

ABBILDUNG V-1

Regional Representation Among House Republicans 91st - 103rd Congress

Source: Connelly, William F., Jr. and John J. Pitney, Jr. 1994. *Congress' Permanent Minority?*, 21.

Während in früheren Jahren die aus dem Northeast und Midwest stammenden, relativ "liberal" Members der House GOP ihre Prägung verliehen, so waren es seit den Neunziger Jahren zunehmend Conservative Members aus dem South und West, die nach und nach House Republicanism neu definierten. Nicht zufällig rekrutiert sich heute ein großer Teil der GOP Leadership aus Members aus dem South und West.⁶⁹ Diese Verschiebung war vor allem in Hinsicht auf die stärkere Conservative Ausrichtung der House GOP und der stärkeren Parteiidentifizierung wichtig.

2. Younger vs. Older

Eine weitgehende Veränderung erfuhr auch die Altersstruktur innerhalb der House Republican Conference. Während der 1960er und Siebziger Jahre bildete die 2. Weltkriegs Generation, also Members, die vor 1930 geboren worden waren, noch eine klare Mehrheit. 1979 gehörten über 50 Prozent der GOP Conference dieser Gruppe an. In den 1990er Jahren hatte sich dieses Bild – auch

⁶⁹ Wie etwa Newt Gingrich (R-Georgia) oder Dick Armey (R-Texas).

demographisch bedingt – stark verändert: 1993 gehörten nur noch ein Sechstel der sogenannten “GI generation” an, während mehr als ein Drittel “baby boomers” die Ränge der House Republicans füllten (vgl. Connelly and Pitney 1994a, 22).

Die meisten älteren Members, sahen die Notwendigkeit, eine Zusammenarbeit mit den Democrats als “Preis” für einen – wenn auch recht geringen – Einfluß auf die legislative Arbeit des Congress zu akzeptieren. Im Gegensatz dazu brachten die jüngeren (und neu gewählten) Members, gestärkt durch die Reagan-Revolution und überzeugt, daß nun endlich die Zeit des “Realignments” gekommen sei, eine ganz andere Einstellung mit in die GOP Conference. Smith betont vor allem den Einfluß der Class of 1978 (der auch Gingrich angehörte) und 1980:

“In the House of 1987 [arrived] a class of thirty-six Republican freshmen, the vanguard of a New Right swing toward Reaganite conservatism; their ranks were swelled by more young Republicans in the Reagan sweep of 1980” (Smith 1988, 141-2).“

Dodd und Oppenheimer betonen außerdem die unterschiedliche Einstellung der Younger Members im Gegensatz zu der Vorgängergeneration:

“[M]any Republicans were becoming increasingly alienated by their continuing minority status and by the fact that, in cooperating with the Democrats, they were supporting an ever larger deferral government and the persistence of social programs that seemed destined to solidify the Democrat’s electoral success at the expense of the restrained fiscal policies envisioned by conservative Republicans” (Dodd and Oppenheimer 1993b, 60).

Zwar ebnete der Zufluß dieser “Young Turks” nach den Wahlen 1982 zunächst wieder etwas ab. Ende der 1980er Jahre und 1990 gab es einen annähernden Stillstand bezüglich des Einzugs neuer Members. Doch schon kurz darauf erfuhr die Zusammensetzung der GOP Conference einen weiteren großen Umbruch in den Wahlen von 1992 und 1994. In der Wahl von 1992 zogen 46 GOP Freshmen in den Congress und 1994, als sämtliche Republican Incumbents wiedergewählt wurden und 73 Freshmen mit ihnen, gelang es der Repub-

lican House Party wieder, nach über 40 Jahren in der Minority, die Mehrheit im House zu stellen (vgl. Duncan 1994).

Viele dieser Freshmen waren Mitglieder des sogenannten "Farm Teams" und allesamt junge, stark ideologisch orientierte und von Gingrich und GOPAC trainierte Vertreter (vgl. Teil 3-II.C. und III.). Connelly und Pitney charakterisieren diese Young Turks wie folgt:

"The younger members differ from the GI generation in their appetite for publicity, their orientation national-issue constituencies, and their willingness to work at the expense of comity and compromise. [...] [They] articulated their views in manifestos, press releases, and television appearances. [...] Time has been obliterating the House GOP's 'institutional memory' of the days of comity and nonideological compromise, for more and more House Republicans, partisan rancor and policy ferment have flavored their experience of the chamber" (Connelly and Pitney 1994a, 22-3).

Als Beispiel für die unterschiedlichen Verhaltensweisen der neuen Members kann der "House Bank scandal"⁷⁰ genannt werden. Selbst einige der älteren Republican Members waren im Verlaufe des Skandals durch die aggressive Taktik einiger Young Republican Members ("Gang of Seven") dazu veranlaßt worden, nicht noch einmal für den Congress zu kandidieren (wie zum Beispiel Vin Weber; vgl. auch Fußnote 70).

Dieser Unterschied zwischen älteren und jüngeren Members machte sich bald auch in vielen anderen Bereichen bemerkbar, beispielsweise in der Einstellung gegenüber der Congressional Party (im Gegensatz zur State Party oder Presidential Party, vgl. unten V.A.6.).

---

⁷⁰ Die sogenannte "Gang of Seven", bestehend aus GOP Freshmen, denen sich Newt Gingrich angeschlossen hatte, machte den House Bank Scandal zum nationalen Thema in den Medien. Diese griffen das Thema dankbar als weiteres Beispiel für die "Korruption des Capitol's" auf. Die "Gang" hoffte durch ihre aggressive Taktik die Democratic Leadership in die Verantwortung für zahlreiche "overdrafts", also ungedeckte Schecks, nehmen und daraus politisches Kapital schlagen zu können. Zahlreiche Members sahen sich in Primaries und Elections mit Vorwürfen aus diesem House Bank Scandal konfrontiert. Selbst einige Republican Members hatten Mühe, ihr Verhalten zu rechtfertigen: Mickey Edwards mit 368 Overdrafts verlor seine Primary, und auch Vin Weber sah sich zum Rückzug aus dem Congress gezwungen, um diesen Vorwürfen zu entgehen (Connelly and Pitney 1994, 35-6).

3. Party Activists vs. "District Guys" and "Committee Guys"

GOP Members sind in erster Linie gewählte Vertreter ihres Bezirkes und repräsentieren ihre "local constituency". Wollen sie Representative ihres Bezirkes bleiben, müssen sie auf die – vermuteten – Wünsche und Ansprüche ihrer Wähler reagieren (Fenno 1978, 233).

Gleichzeitig sind diese Members aber auch Mitglieder eines Committees und einer Gruppe oder eines Caucus innerhalb der Partei und natürlich auch Mitglieder der Party Conference. In diesen Funktionen verfolgen sie Ziele, die nicht direkt auf ihre Local Constituency, sondern auf eine größere, gewissermaßen "national constituency" (oder "special interests" und Gruppen, wie etwa African-Americans oder Agro/Tobacco) abgestimmt sind (vgl. Jacobson 1992, 230-1).⁷¹

Die besondere Rolle der House GOP als Permanent Minority ergänzt eine weitere Konfliktlinie: Auf welchem Wege dient man am ehesten seiner – ob nun nationalen oder lokalen – Constituency? In der Mitarbeit mit den Democrats oder aber als "party activist" mit dem Bemühen, eine Mehrheit für die GOP im Congress zu erreichen und somit die eigene Agenda durchsetzen zu können?

Innerhalb der House Republican Party bildeten sich zwei Lager: auf der einen Seite standen die "District Guys", denen es hauptsächlich darum ging, das meiste "pork" in den Homedistrict zu schaffen (ob nun in Form von Regierungsaufträgen, Autobahnen oder Militärstützpunkten). Für dieses Ziel waren sie gerne auch zu einer Zusammenarbeit mit den Democrats bereit. Ähnlich versuchten auch "Committee Guys" durch eine Zusammenarbeit mit den Democrats in den Committees wenigstens Teile ihrer Agenda durchzusetzen (Connelly and Pitney 1994a, 24-6).

Auf der Gegenseite waren die "Party Activists" darum bemüht, die GOP als "echte" Oppositionspartei zu etablieren. Die vergleichsweise meist jüngeren und mehr "conservative" Members versuchten, eine alternative Agenda zu etablieren. Sie verfolgten das Ziel, eine Mehrheit für die GOP im Congress zu

---

⁷¹ Richard Hall glaubt feststellen zu können, daß "[a]lthough the results of that research appear somewhat mixed, the best work suggests that members do reflect constituent preferences when voting on the floor, especially when the issue is salient, the signal from the constituency is clear, and the consequences of the policy choice are easily traceable to the action of the representative" (Hall 1993, 179; siehe auch Kingdon 1989; Arnold 1990; andere Meinung siehe Bernstein 1989).

schaffen und somit die Chance zu erhalten, das eigene Programm auch durchzusetzen (Connelly and Pitney 1994a, 24-6).

Wie in den vorangegangenen Abschnitten angedeutet, trug die zunehmende Partisanship im Congress stark dazu bei, immer mehr House Republicans, die zuvor die Zusammenarbeit mit den Democrats gesucht hatten, in das Lager der Party Activists zu treiben. Da ihnen mittlerweile die Zusammenarbeit weitgehend verweigert wurde, sahen sich viele sogar zu einem Wechsel gezwungen. Dies erklärt auch die überraschende Wahl Gingrichs im Jahre 1989 zum Minority Whip, die richtungsweisend im Hinblick auf diese Trennlinie innerhalb der House GOP war. Bis zum Jahre 1993 war der Einfluß der "committee-oriented" Members stark gesunken, was sich vor allem auch in den Rule Changes der Conference niederschlug. Der Einfluß der Ranking Members wurde zurückgedrängt und zugunsten einer stärkeren Kontrolle durch die Conference und die Leadership auf die Mehrheitsmeinung innerhalb der Conference verlagert (vgl. Fußnoten 65 und 66).

4. "Bombthrowers" vs. "Responsible Partners in Governing"

Die vielleicht größte "cleavage" innerhalb der House GOP trennt die "Bombthrowers" und die "Responsible Partners in Governing". Die sogenannten "Responsible Partners in Governing", erkannten eine konstruktive Zusammenarbeit mit den Democrats als politische Notwendigkeit an. Dies war in ihren Augen der Preis für ihre Teilhabe im legislativen Prozeß. Sie argumentierten, nur durch eine Zusammenarbeit mit der Democratic Majority sei es möglich, die Interessen ihrer Wähler zu vertreten und nur durch diese sachliche und konstruktive Arbeit könne am Ende eine Mehrheit der Wähler von der Republican Agenda überzeugt werden (vgl. Connelly and Pitney 1994a, 27).

"Bombthrowers" forderten dagegen nicht nur eine aggressive Haltung der Republican Leadership gegenüber der Democratic Majority, sondern übten diese auch unabhängig von der Leadership in zahlreichen Aktionen aus (vgl. unten). Sie entgegneten den Responsible Partners, wirklich konstruktiv zur Erlangung einer Majority im House (und dadurch die Möglichkeit der Durchsetzung der eigenen Agenda) sei ihr, auf Konflikt basierender, Ansatz. Nur durch eine Taktik der ständigen Konfrontation und durch "polarizing issues" würden die zentralen Unterschiede der beiden Parteien im Congress deutlich gemacht und nur so die Wähler von der Notwendigkeit überzeugt werden,

Republicans in den Congress zu wählen (vgl. Connelly and Pitney 1994a, 27-8).

Organisatorische Gestalt nahm die Fraktion der Bombthrowers in Form der Conservative Opportunity Society (COS) (vgl. unten V.B.1.). Die Gegenseite hatte sich in der, im Jahre 1985 gegründeten, '92 Group zusammengeschlossen (vgl. unten V.B.3.). Der Northeast und Midwest machte beinahe drei Viertel der '92 Group Members aus, während COS Members größtenteils aus dem South und West stammten. In den späten 1980er und frühen 1990er Jahren erkannten beide Gruppen die Notwendigkeit, eine klare Policy Alternative zu den Democrats bieten zu müssen und suchten Vorteile in einer stärkeren Zusammenarbeit. Die sogenannte "House Wednesday Group" bot die Möglichkeit des Austausches zwischen beiden Gruppen. In ihr fanden sich so unterschiedliche Mitglieder wie Vin Weber (R-Minnesota), ein COS Mitbegründer, und Thomas Petri (R-Wisconsin), Vertreter der "Responsible Partners" (vgl. unten V.B.2.).

5. Conservatives vs. Moderates

Zwei weitere wichtige Gruppen innerhalb der House Republican Party sind die "Conservatives" und "Moderates". Wie Abbildung V-2 veranschaulicht, ergaben sich in den letzten 20 Jahren deutliche Verschiebungen hin zu einer stärker Conservative geprägten House GOP.⁷²

Während noch 1969 der Anteil der Moderates noch über 30 Prozent ausmachte, sank diese Zahl kontinuierlich auf 15 Prozent im Jahre 1979 und sogar nur noch acht Prozent im Jahre 1991 ab. Der Anteil der Members, deren Conservative Coalition Score unter 55 Prozent lag, war sogar bis auf zwei Prozent marginalisiert worden; 1969 betrug ihr Anteil noch 17 Prozent (vgl. Abbildung V-2). Diese Zahlen veranschaulichen den deutlichen "Rechtsruck", den die House Republican Conference in dieser Zeit erlebte.

---

⁷² Der Abbildung liegen die Daten der Conservative Coalition Scores aus dem *Congressional Quarterly's* zugrunde. Die Conservative Coalition Scores orientieren sich am Stimmverhalten der Members bei Roll-Calls und sollen so eine Zuordnung der ideologischen Orientierung der Members ermöglichen, die über deren Parteizugehörigkeit hinausgeht. Lange Zeit gab es viele Democratic Members aus dem South, die weitaus höhere Conservative Scores hatten als einige Republican Members aus dem Northeast. In dieser Arbeit werden als "Moderates" solche Members identifiziert, deren Conservative Coalition Score unter 60 Prozent liegt. Members mit einem Score zwischen 70 und 100 Prozent werden als "Conservatives" eingestuft.

ABBILDUNG V-2

Republican Ideological Divisions in the House of Representatives, 1969-1991

Source: Connelly and Pitney, 1994, 30.

Der Conservative Trend wurde vor allem begünstigt durch die Entwicklungen während der Reagan-Era in den 1980er Jahren. In dieser Zeit waren viele "economic liberals" – im Terminus der neuen Members "big-government" Supporter – von jungen und Conservative Freshmen herausgedrängt worden. Im Jahre 1991 befand sich nur noch ein einziger House Republican (Benjamin A. Gillman, R-N.Y.) bei über 50 Prozent auf der Skala des *National Journal* "economic liberalism" Rankings.⁷³ Bei "social issues" waren es ebenfalls sehr wenige Members; nur elf von 116 Republicans hatten Scores bezüglich Social Issues "that put them in the liberal camp" (Cohen and Schneider 1992, 132).

Ein weiteres Indiz für diese Entwicklung liefert die Mitgliederzahl des konservativen Republican Study Committee (RSC). Das RSC war 1973 als Gegenstück zur Democratic Study Group (DSG) gegründet worden und als "Service-Agentur" (Legislative Updates, Background Papers, Customized Research) für Republican Members konzipiert. Waren im Jahre 1973 bei der Gründung erst einige Dutzend Representatives Mitglied des RSC, waren es 1993 fast drei Viertel aller House Republicans (vgl. Richardson 1992, 6).

Allerdings bedeutet die Einteilung als "Conservative" nicht unbedingt, daß die Conservative Members einen ideologisch identischen Block darstellen. So können grob betrachtet "social" und "fiscal" (oder "economic") Conservatives unterschieden werden. Mag in ökonomischen Fragen weitgehend Einigkeit herrschen, so spalten andere "key issues", wie etwa "abortion" oder "environmentalism" diese Gruppe in mehrere Lager.⁷⁴

⁷³ Schon im darauffolgenden Jahr gab es keinen Republican mehr über der 50

6. Congressional GOP Loyalists vs. Presidential GOP Loyalists

Bis zum Jahr 1992 teilte sich die House GOP in die Lager der "Congressional GOP Loyalists" und "Presidential GOP Loyalists". Seit der Wahl Bill Clintons im Jahre 1992 zum Präsidenten ist diese Teilung weitgehend bedeutungslos geworden.⁷⁵ Während des Untersuchungszeitraumes war sie jedoch insgesamt von zunehmender Wichtigkeit.

Ein Republican President und "seine" Republican Minority im Congress befanden sich in einem eigentümlichen Verhältnis. Einerseits mußte der Präsident mit der Congressional – meist Democratic – Majority zusammenarbeiten, wollte er seine Gesetzesvorhaben erfolgreich durchsetzen. Auf der anderen Seite benötigte der Präsident bisweilen jedoch die GOP Minority als "Sperre" gegen eine Zweidrittel-Mehrheit im Congress, die sein "presidential veto" überstimmen könnte.

Herrnson betont, daß ein Republican President im White House nicht nur von Vorteil für die House GOP war:

"A GOP White House proved both an asset and a liability to congressional Republicans. On the one hand, president Reagan and executive officials helped them with campaign fundraising, constituency service, and policy information. On the other hand, the republican administration curbed their flexibility on issues" (Herrnson, Patterson, and Pitney 1996, 256).

Während ein Teil der Republican Leadership ihre wichtigste Aufgabe darin

---

Prozent Marke (vgl. Cohen and Schneider 1993, 258).

⁷⁴ Als etwa ein Ultra-Conservative Member der Republicans, Robert Dornan (R-CA), im Oktober 1991 seine ebenfalls recht Conservative und mittlerweile mit Bill Paxon (R-N.Y.) verheiratete und aus dem Congress ausgeschiedenen Kollegin Susan Molinari (R-N.Y.) und ihre "pro-choice" Haltung in einer mediengerechten Inszenierung während einer "special order" angriff, antwortete diese am nächsten Tag im Congress: "Mr. Speaker, I truly respect every one of my colleagues who is pro-life, their opinions, and their commitment. Congressman Dornan, I believe I deserve the same" (Congressional Record 1991, 7204). Molinari gab ihren Platz im House auf und wechselte im Frühjahr 1997 als Moderatorin zu CBS (Spiegelmann 1997). Auch ihr Gatte, Bill Paxon, hat mittlerweile überraschend sein Ausscheiden aus dem Congress angekündigt (King 1997).

⁷⁵ Das Phänomen des "divided government" – seit 1992 unter vertauschten Vorzeichen mit einem Democratic President und einem Republican Congress – hat jedoch auch in neuerer Zeit für Belastungen innerhalb der House GOP gesorgt, da viele Republican Members eine Zusammenarbeit mit dem Präsidenten weitestgehend ablehnen.

sah, mit dem Präsidenten zusammenzuarbeiten, hatte sich eine wachsende Zahl jüngerer Members die Erlangung der Mehrheit im House of Representatives als wichtigstes Ziel gesetzt und wollten mit "ihrem" Präsidenten nur dann zusammenarbeiten, wenn dessen Policies sich mit denen der House GOP deckten (vgl. Connelly and Pitney 1994a, 32-3).

Diese Spaltung der House Republican Conference schlug sich auch in der Wahl Newt Gingrichs zum Minority Whip nieder.⁷⁶ Gingrich war im Gegensatz zu Michel ein führender Vertreter der Congressional Loyalists und auch weitere neugewählte Leadership Members (vgl. Teil 3-III.), wie etwa Armey oder Paxon, veränderten rasch die Gewichtung in der House Republican Leadership, weg von den Presidential Loyalists, hin zu den Congressional Loyalists.⁷⁷

7. Supporters of "National Strategy" vs. Supporters of "Local Strategy"

Abschließend soll im folgenden die Unterscheidung in die Vertreter einer nationalen versus einer lokalen Strategie vorgestellt werden. Die Vertreter der "Local Strategy" waren der festen Ansicht, die lange Zeit geltende politische Doktrin Tip O'Neills, "All politics is local!", sei der einzige Weg, um eine Mehrheit innerhalb des House of Representative zu erlangen (Koopman 1996, Chapter 5; Connelly and Pitney 1994a, 15; vgl. auch Petrocik 1991, 32).

Die Gruppe der "National Strategy" Supporter hingegen argumentierte, Tip O'Neills Strategie stelle zwar für Democrats, nicht jedoch für Republicans im Congress eine gewinnbringende Option dar. Die GOP sei immer dann

---

⁷⁶ Als der damalige Republican President, George Bush mit der Democratic House Leadership im Jahre 1990 einen Budget-Deal vereinbart hatte, der auch Steuererhöhungen beinhaltete und somit sein Wahlversprechen – "Read my lips: No New Taxes!" – gebrochen hatte, war es Gingrich, der gegen die Vereinbarung agitierte. Der Republican Leader Michel jedoch unterstützte "seinen" Präsidenten. Michel sprach sich auch später noch deutlich für seine unterstützende Haltung aus: "George Bush is still our president for another two years. As the leader, I have an obligation to support him, try to do everything I possibly can do to do the best, not only for him but for the country" (zitiert in Madison 1991, 132). Doch auch die Gegenfraktion gab keine Ruhe und befand, wie es etwa Dick Armey in einem Op-Ed in der *New York Times* ausdrückte: "President Bush is dangerously out of touch with the American public. Instead of listening to the elected people in his party most in touch with the average voter – House Republicans – he remains cloistered with aides who avoid action and favor blaming others for the nation's economic, and their boss's consequent political woes" (Armey 1991, A19).

⁷⁷ Wie bereits erwähnt, war dies seit 1992 nicht mehr deutlich sichtbar, da sich ein Democratic President im White House befand und die Frage der Loyalität gegenüber dem President bedeutungslos.

erfolgreich, so das Argument, wenn sich die Issues der Wahl aus einer National Agenda ergäben, wie das etwa bei Presidential Elections der Fall sei (vgl. Teil 3 und Teil 4-III.). Ein Berater der GOP drückte es wie folgt aus:

“[I]n reality, politics is a little bit of both: national and local. [...] [But] if an election race is based on who is going to give more to constituent groups, [...] Republicans lose.” (zitiert in Connelly and Pitney 1994a, 34)

Während der Reagan-Era hatten die “nationalizers” innerhalb des RNC und NRCC einen nicht geringen Einfluß. Eine Menge finanzieller und personeller Ressourcen war mobilisiert worden, um endlich die Congressional Majority unter der Ägide Reagans zu erlangen. Doch der erhoffte Erfolg blieb weitestgehend aus und die Republicans waren nach ihren Erfolgen im Jahre 1980 mit deutlichen Verlusten in 1982 immer noch in der Opposition.

Hierdurch fühlten sich die Gegner dieser Strategie bestätigt. So meinte etwa Mickey Edwards, Policy Committee Chairman von 1989 bis 1992:

“We have campaigned totally wrong for years. [...] If the Republican Congressional committee had in the future continued to do what we’ve done in the past – talking about silver bullets, talking about the great national themes, about Jim Wright – we’d never be a majority of anything” (zitiert in Mattingly 1990, 18).

Ed Rollins, der den Posten des Co-Chairman des NRCC anstrebte (jedoch nicht erhielt), schlug in die gleiche Kerbe und kritisierte indirekt Minority Whip Newt Gingrich als Vertreter der Nationalizers:

“I know [as a Reaganite about revolutions] [...] they are president-driven, not whip-driven” (zitiert in Whalen 1990, 31).

Doch der Einfluß der Local Strategy Supporter war nur von geringer Dauer und nicht stark genug, um ein neuerliches Um- (oder besser Zurück-) schwenken zu verhindern. Der Richtungswechsel zurück zu einer National Oriented Strategy hätte kaum deutlicher ausfallen können: Nach der, für die Republicans außerordentlich enttäuschenden Wahl 1990, verlor Edwards 1992 seine Congressional Primary, trotz – oder vielleicht auch gerade wegen – seiner Rolle

in der GOP Leadership und Bill Paxon wurde als Vertrauter Gingrichs und Vertreter der National Strategy zum Chairman des NRCC gewählt, der sich mittlerweile in einem fast schon bedauernswerten Zustand befand (vgl. Teil 4-II).

Es waren somit hauptsächlich die Freshmen des GOPAC "Farm Teams", die unter der Führung Gingrichs und Armeys die National Strategy verfolgten, die im *Contract with America* ihren Höhepunkt (zumindest in der Wirkung nach Außen) fand.

B. Caucus Activity

Neben den offiziellen Committees und Caucuses⁷⁸ lassen sich seit seinem Bestehen sich auch informelle Gruppierungen innerhalb des Congress' finden, sogenannte "unofficial congressional groups" oder auch "legislative service organizations" in der House-Terminologie.

Die Anzahl dieser "Bünde", ihr Wesen und auch ihr Einfluß hat sich vor allem in den letzten beiden Jahrzehnten jedoch erheblich gewandelt:

"Congress always has had informal groups, caucuses, coalitions, clubs, alliances, blocs, and cliques. What makes today's groups different from earlier ones is their number; diversity (there are partisan, bipartisan, and bicameral groups); institutionalized character (many have paid staff, office space, duespaying members, bylaws, and elected officers); and capacity to monitor developments that affect their interests" (Davidson and Oleszek 1994, 294-5).

Seit den 1970er Jahren hat ihre Zahl in einem solchen Maße zugenommen, daß der ehemalige Speaker O'Neill bemerkte: "The House has over-caucused itself" (U.S. News & World Report 1980, 59). Gab es im Jahre 1969 insgesamt nur drei Caucuses, waren es 1988 bereits über 120 (vgl. Hammond 1989). Dieser beachtliche Zuwachs erklärt sich durch den Versuch der verschiedenen Members, Einfluß auf die Agenda des House zu nehmen und diesen Einfluß durch die Mitarbeit möglichst vieler Members innerhalb einer Group oder eines Caucus' zu festigen und zu erweitern (vgl. Davidson 1992, 294-8).

⁷⁸ Der Caucus stellt den Zusammenschluß aller (Democratic) Representatives im House dar (sozusagen die "Fraktion"); der Republican Caucus nannte sich um die "Republican Conference".

Der eigentliche Sinn eines innerparteilichen Caucus' ist es, Einfluß auf die Themen innerhalb der Partei zu nehmen, diese zu bestimmen und wenn möglich, die Mehrheit innerhalb der Partei für die eigene Agenda zu gewinnen. Folglich sind es meist – zumindest anfänglich – "Rebellen" innerhalb der Partei, die versuchen, auf diese Weise Einfluß auf die Agenda der Partei zu nehmen.

In einem von Partisanship geprägten House boten sich den Republicans wenig Möglichkeiten zur "setting" der Agenda. Daher beschränkte sich die Funktion ihrer Caucuses eher auf das "changing" der Agenda (vgl. Koopman 1996, 48). Eine wenige, jedoch für die Entwicklung der House GOP wesentliche, Caucuses sollen hier kurz skizziert werden.

1. Conservative Opportunity Society (COS)

Im Jahre 1983 unter Führung von Vin Weber (R-MN) und Newt Gingrich gegründet, hatte es sich die Conservative Opportunity Society (COS) zum Ziel gemacht, die Unterschiede zwischen den Congressional Democrats und den Republicans wieder stärker hervorzuheben. Die Mitglieder der COS waren davon überzeugt, daß dies nur mit Hilfe eines klaren Konfrontationskurses gelingen könne.

Pitney beschreibt in seiner Studie der COS⁷⁹ als ihr oberstes Ziel die Erreichung der Majority im House of Representatives:

"The group's ultimate goal was to elect a Republican majority in the House. Its strategy was to erase the 'minority party mentality,' to get their colleagues thinking as a majority party" (Pitney 1988, 11).

Es waren vor allem die 35 GOP Freshmen der 1978er Wahl, unter ihnen Newt Gingrich, die auf Veränderungen innerhalb der House GOP drängten. Durch eine verstärkte Organisation und Vernetzung untereinander versuchten sie, diesen Forderungen mehr Gewicht zu verleihen.

So hielt die Freshmen-Class of 1978 etwa 40 Class Meetings innerhalb der ersten 18 Monate ab (Cohen 1980, 1144). Zunächst organisierten sich einige Freshman zusammen mit Seniors in der Party innerhalb der "Project Majority Task Force", einem Vorgänger der COS (vgl. auch Teil 3-II.B.). Diese "Task

⁷⁹ Pitneys Studie ist nach Auskunft und Kenntnis des Autors die einzige publizierte Arbeit, die sich ausschließlich mit der COS beschäftigt (persönliche Information des Autors).

Force“ mutierte im Jahre 1980 zur “Republican Strategy Group” deren Ziel es war, “lawmakers, legislative staff and political operatives” zusammenzubringen, “for freewheeling talks about GOP campaigns for Congress and the presidency” (Pitney 1988, 8). Aus dieser Gruppe heraus entstand schließlich unter aktiver Beiteilung von Members wie Robert Walker (R-PA), Dan Lundgren (R-CA), Duncan Hunter (R-CA) sowie Connie Mack (R-FL) die Conservative Opportunity Society (vgl. Pitney 1988).

Berühmtheit erlangte die Gruppe, als sie den House-eigenen Fernsehsender C-SPAN als Plattform für ihre Agenda nutzte (vgl. Teil 4-II.B.) In der Form von “one-minute speeches” am Anfang, und mit Hilfe von “special orders”⁸⁰ am Ende eines Sitzungstages, hielten Mitglieder der COS vor leeren Rängen – aber laufenden C-SPAN Kameras und einem verhältnismäßig großen Fernsehpublikum (vgl. Teil 4-II.B.) – mit äußerst aggressiver Rhetorik auf die Democrats verbal einschlugen und durch diese Aktionen einige Democrats in politische – und auch juristische – Bedrängnis brachten (“ethics charges” gegen Speaker Wright).

Auch wenn viele der House Republicans der COS anfangs kritisch gegenüber standen, so hinterließ sie doch deutliche Spuren innerhalb der House Republican Party. Schon im Jahre 1989 waren die Hälfte der gewählten Republican Leaders Mitglieder oder ehemalige Mitglieder der COS (Connelly and Pitney 1994a, 27). Im 103rd Congress war diese Zahl noch um ein vielfaches gestiegen (etwa Bill Paxon, 1992 gewählt als NRCC Chairman).

2. House Wednesday Group

Im Jahre 1963 maßgeblich von sechs jungen House Republicans – Lindsay (R-N.Y.), Morse (R-MA), Sibal (R-CT), Tuper (R-ME), Ellsworth (R-KS) und Mathias (R-MD) – gegründet, war die House Wednesday Group zunächst ein Versuch der Liberal Republicans, ein Forum für Ihre Interessen innerhalb der House GOP zu bieten (Rae 1989, 190). Diese Gründungsmitglieder waren zu jung, um im Seniority System der House GOP auf einflußreiche Positionen zu gelangen und versuchten auf diesem Wege, ihren Interessen Geltung zu verschaffen (Rae 1989, 190).

⁸⁰ Eine “‘special order’ speech is a procedure under which members may address the House on any subject when legislative business is not being considered: Such a speech (often delivered before a near-empty chamber) is limited to one hour in length” (Herrnson, Patterson, and Pitney 1996, 266 n7; siehe auch Bach and Smith 1988).

Doch schon von Anfang an war diese Ausrichtung auf liberal Republicans verschwommen. Im Laufe der Jahre entwickelte sich diese Gruppe weg von einem "liberal caucus", hin zu einem "provider of services to its members; these include information about constructing legislative proposals and monitoring proceedings in the various House committees" (Rae 1989, 190).

Wenngleich die Ursprünge der House Wednesday Group als "hideaway for people of like thinking" lagen, hatte sie sich mittlerweile als übergreifendes Forum für Conservatives und Moderates innerhalb der House GOP mit einem breiten ideologischen Spektrum etabliert (vgl. Rae 1989, 192; vgl. auch oben V.A.4.).

3. The '92 Group

In der 1985 von Olympia Snow (R-Maine) und Tom Tauke (R-Iowa) zusammen mit weiteren 30 Members gegründeten '92 Group, waren die Mitglieder darum bemüht, nicht nur den Eindruck einer "anti"-Haltung nach Außen zu vermitteln, sondern vielmehr die eigenen Positionen in den Vordergrund zu stellen. Dies versuchte die Gruppe zu erreichen, in dem sie eigene Gesetzesvorlagen einbrachte und mit den Democrats anschließen einen gemeinsamen Nenner suchte (Rae 1989, 242n19).

Ihr Name – '92 Group – sollte zum Ausdruck bringen, daß der House Republican Party bis zum Jahre 1992 die Übernahme der Majority im U.S. House of Representatives gelingen könne (Broder 1985, 8).

Viele Mitglieder des vierzehnköpfigen Steering Committee des Caucus – Green, Tauke, Snowe, Johnson, McKinney, Schneider und Leach – waren zuvor prominente "Gypsy Moths"⁸¹ gewesen. Die '92 Group versuchte jedoch, ein größeres ideologisches Spektrum widerzuspiegeln und nicht nur Liberal Republicans zu einer Zusammenarbeit mit den Democrats zu bewegen, da die Mitglieder dieser Gruppierung nur in einer konstruktiven Zusammenarbeit mit den Democrats eine Chance sahen, die Majority im U.S. House of Represen-

⁸¹ Im Sommer 1981 gegründet, lag das Zentrum aller Liberal Republican Aktivitäten im 97th Congress bei den sog. "Gypsy Moths" (der Name eines Insekts, welches vornehmlich Bäume in den New England States befällt), einer Gruppe, die sich hauptsächlich aus Republican Members der "Frostbelt" States im Northeast und Midwest zusammensetzte. Sie war eine Gegenreaktion dieser Members auf den Budget Deal des Republican Leaders Michel mit Reagan, der die Streichung diverser Programme mit besonderer Wichtigkeit für die Home-Districts dieser Members zum Inhalt hatte und somit in ihren Augen deren Wiederwahl bedrohte (vgl. auch Rae 1989, 185-9).

tatives im Jahre 1992 zu erreichen (Rae 1989, 242n19).

Ein weiterer Anreiz für die Gründung der '92 Group stellte die Möglichkeit dar, eine Alternative zur COS zu bieten und Strömungen innerhalb der House GOP, die immer stärker nach Rechts zu driften schien, etwas entgegen zu stellen (Broder 1985, 8).

TEIL 3:**THE PARTY-IN-THE-MARKETPLACE –
DAS POLITICAL MARKETING DER HOUSE GOP**

Im vorangegangenen Teil wurden die Organisationsstrukturen der GOP untersucht und die Besonderheiten der House Republicans herausgestellt. Im nun folgenden Abschnitt soll auf den zweiten Bereich der Merkmale einer Medienkommunikationspartei eingegangen werden: das programmatische und personelle Angebot der House GOP (vgl. Teil 1-II.B.).

Bevor im weiteren auf das programmatische und personelle Angebot der House GOP eingegangen wird, sollen zunächst die externen Faktoren und Einflüsse, welche auf die House Republicans einwirkten, aufgezeigt werden. Hierzu werden die veränderten *Umweltbedingungen* von den externen *ideologischen Einflüsse* auf die House Republicans unterschieden und jeweils kurz dargestellt. Im Anschluß werden die Prozesse des "Remodelling" und des "Repackaging"⁸² der House Republican Party durch die neue Leadership unter der Führung Newt Gingrichs analysiert und Veränderungen der House Republican Conference kurz skizziert.

I. THE OUTSIDE PLAYERS – EXTERNE EINFLÜSSE AUF DIE GOP

Einige der Veränderungen im Umfeld der Congressional Parties (Campaign Finance, Institutional Changes, Increased Partisanship) wurden schon in den vorangegangenen Teilen besprochen. Sie sollen hier nur noch einmal kurz in Erinnerung gebracht werden und um ein weiteres Merkmal, den Veränderungen der Partisanship des Electorates, ergänzt werden.

A. Veränderte Umweltbedingungen

Mit veränderten Umweltbedingungen sind die Veränderungen gemeint, die als externe Faktoren auf die House GOP einwirkten, also etwa Veränderungen im

---

⁸² Auf den Gebrauch dieser Ausdrücke wird in Abschnitt II. näher eingegangen werden.

Wahlrecht ("primaries") oder im Wählerverhalten ("partisanship"), aber auch in der Finanzierung und dem "grassroots support" der Parteien.

Der erste Teil dieses Abschnitts beschäftigt sich zunächst mit den "election-related changes" und stellt noch einmal kurz die Folgen der Änderungen des Wahlrechts in den States und auf dem National Level dar. Anschließend werden kurz die Veränderungen der Partisanship ("party attachment") der Wähler – aufgezeigt.

1. Election-related Changes

Ein wesentlicher Einfluß auf den Wandel innerhalb der House Republican Party waren die "election-related" Veränderungen, etwa bezüglich der Auswahl der Kandidaten, ihrer finanziellen Ressourcen (und deren Quellen) oder die Formen der Unterstützung der Partei.⁸³ Herrnson betont vor allem die Personalisierungstendenzen als wesentliches Merkmal dieser Veränderungen:

"Candidates are the most important actors in American congressional elections. Most of them are self-selected, rather than recruited by party organizations. [...] The candidate-centered nature of congressional elections has a fundamental impact on virtually every aspect of campaigning, including who decides to run, the kinds of election strategies the candidates employ, and the resources available to them. It affects the decisions of party organizations, PACs, other interests groups, and journalists" (Herrnson 1995, 6).

Der Trend zu "open primaries"⁸⁴ in den letzten Jahrzehnten förderte die Zunahme von "self-starters" und "policy-based amateurs or entrepreneurs". Diese neigten stärker als andere Kandidaten dazu, "issue oriented" zu sein was somit insgesamt zu einer Zunahme der "ideological members" im U.S. House führte (vgl. Koopman 1996, 49).

Diese Entwicklung veränderte auch die Rolle der Parteien, nicht nur bezogen auf den Selektionsprozeß, sondern auch in der Form der Unterstüt-

⁸³ Veränderungen im Zusammenhang mit Wählern, also Electoral-Changes werden zu einem späteren Zeitpunkt besprochen.

⁸⁴ Im Gegensatz zu "closed primaries", die einen wesentlich stärkeren Einfluß der Partei im Selektionsprozeß der Kandidaten aufweisen.

zung der einzelnen Kandidaten. Local und State Parties sehen ihre Rolle heute eher als "service provider" in der Campaign der einzelnen Candidates.

Das bedeutet jedoch nicht, daß die Republican Party nicht versucht hätte, Einfluß auf die Kandidaten und mögliche Kandidaten auszuüben. Verändert hat sich jedoch die Art und Weise, wie dieser Einfluß ausgeübt werden kann, etwa durch Vermittlung finanzieller Unterstützung oder auch "campaign know-how" (vgl. hierzu unten II.C.). Die Partei trat zunehmend als "Broker" zwischen den Candidates und PACs auf (mit Hilfe sog. "PAC-Kits", arrangierten Meetings etc.) und verstärkte ihre Hilfe bei den Campaigns der einzelnen Kandidaten, beispielsweise mit Pollings und anderen Serviceleistungen (vgl. Herrnson 1986).

Die Veränderungen in der Partei- und Wahlkampffinanzierung, vor allem die Campaign Finance Laws (vgl. FECA), haben diese Trends verstärkt. Zudem trugen sie, wie in Teil 2 gezeigt, zu einer stärkeren Integration der verschiedenen Parteiebenen bei (vgl. Teil 2-I.).

2. Electoral Party Attachment

Ein wesentlicher Faktor der das Verhalten der Republicans im House bestimmt, ist natürlich auch – wie in allen Demokratien – die Veränderungen des "Marktes" auf dem sie agieren: das (Wahl-) Verhalten der Wählerschaft.

Party Attachment und Partisanship sind seit geraumer Zeit in den Köpfen der meisten Politikwissenschaftler mit dem Begriff "decline" verbunden. Die "Normalisierung" des Südens, und das sog. "dealignment" – die Loslösung von den beiden großen Parteien – sind bekannte Phänomene (für eine Übersicht über die verschiedene Entwicklungen siehe etwa Epstein 1986, Chapter 8; Maisel 1993, Chapter 4; Beck and Sorauf 1992, Part III; vgl. auch Teil 2 dieser Arbeit). Es folgt im weiteren daher nur eine knappe Darstellung der Entwicklung der Partisanship innerhalb des Electorate und der Voters. Im Anschluß daran wird auf die speziellen Entwicklungen des House Electorate von 1980 bis 1994 eingegangen.

Abbildung I-1 macht deutlich, daß die Zahl der Personen innerhalb der gesamten Wahlbevölkerung, die sich als "Independents" verstehen (also keiner der beiden großen Parteien zugehörig), seit den 1960er Jahren von einem Niveau um die 25 Prozent ausgehend stetig zugenommen und sich mittlerweile bei etwa 38 Prozent stabilisiert hat. 1988 gaben sich erstmals sogar mit 36

Prozent mehr Personen als "Independents" aus denn als "Republicans" (28 Prozent) oder "Democrats" (35 Prozent). Vor diesem Hintergrund wird deutlich, daß der oben beschriebene "decline" also eher ein Niedergang in der Parteiidentifikation mit den Democrats ist.

Im Zeitraum von 1980 bis 1994 verringerte sich innerhalb des gesamten Electorates der Anteil der Democrats um sieben Punkte, wohingegen im gleichen Zeitraum die Republicans einen Zugewinn von acht Punkten verzeichneten und die Zahl derer, die sich als Independents bezeichneten, um zwei Punkte abnahm (vgl. Abbildung I-1).

ABBILDUNG I-1

Party Identification of National Electorate, 1960-1994

Source: Michigan Survey Research Center of the Center for Political Studies, National Elections Studies Series.

Wattenberg argumentiert, daß der Zuwachs an Independents die wachsende Zahl der Menschen reflektiere, die gegenüber den Parteien eine neutrale Einstellung hätten und nicht etwa einen einheitlichen Block einer wie auch immer ausgerichteten "third party" (Wattenberg 1984, Chapter 4). Fiorina stellt fest, daß trotz der Übertreibung des Zuwachses der Independency innerhalb der heutigen Wählerschaft, ein deutlicher Trend der generellen Abschwächung der Partisanship zu beobachten sei (vgl. Fiorina 1994, 128). Miller hingegen meint eine "limited version of the long-heralded partisan realignment" zwischen 1980 und 1988 feststellen zu können (Miller 1994, 114).

Es ist jedoch zumindest fraglich, ob es tatsächlich zu diesem Realignment gekommen ist. Die Wahlen 1992, 1994 und auch 1996 scheinen zumindest eher Indizien für ein Dealignment der Wählerschaft, oder zumindest eines bestimmten Teils der Wähler (die sog. Wechselwähler oder Defectors) zu

liefern, als für ein "echtes" Realignment.

Source: National exit polls as reported in *National Journal*; see Wilcox, Clyde. 1995. *The Latest American Revolution?*, Table 1, 15.

Dieses Bild wird bestätigt, wenn nicht die Partisanship des Electorate, sondern vielmehr der tatsächlichen Congressional Voters untersucht wird. Während man auch hier seit den 1960er Jahren eine stetige Abnahme der Democratic Partisans verzeichnen kann, fallen die Unterschiede zwischen den Republican und Democratic Anhängern weitaus geringer aus und auch die Rolle der Independents ist weniger stark zu gewichten. Im Zeitraum von 1984 bis 1994 hat sich die Zahl der Democrats auf einem Niveau von ungefähr 37 Prozent eingependelt, als Republicans gaben sich im Durchschnitt etwa 34 Prozent der Wähler aus. In den Jahren 1988 und 1994 lagen Democrats und Republicans sogar gleichauf (bei 35, respektive 37 Prozent; vgl. Abbildung I-2 und Tabelle I-2).⁸⁵

Wenn nun aber die Zahl der Anhänger auf einem relativ geringeren Niveau stagniert, gewinnen die Defectors eine zunehmende Bedeutung. Kelly Patterson betont, der Trend zu einem immer größeren Block von Wechselwäh-

⁸⁵ Bestätigt wird diese Analyse auch anhand der Betrachtung der Entwicklung der "strong partisans" innerhalb des Electorates. Während die Zahl derer, die sich als Strong Democrats ausgaben, 1960 noch 20 Prozent betrug, war diese Zahl bis 1994 auf 15 Prozent gesunken. Hingegen hat sich die Menge der Strong Republicans nach anfänglichem Abstieg auf bis zu acht Prozent bei etwa 11 bis 12 Prozent stabilisiert und stieg 1994 sogar auf 16 Prozent an. Auch die Anzahl der Independents festigte sich nach einem Höhenflug Mitte der 1970er Jahre auf bis zu 15 Prozent bei ungefähr 11 Prozent (Michigan Survey Center 1997, Table 2.A.1).

lern habe ernsthafte Konsequenzen für das politische System der Vereinigten Staaten:

“If fewer and fewer individuals strongly identify with one party, voters must base their decisions on other criteria. Some of these criteria are characteristic of an age dominated by television and radio. A candidate’s appearance, a slick advertisement, a catchy slogan, or even simple name recognition are all potential substitutes for the party label” (Patterson 1996, 4).

Harold Stanley gibt zu bedenken, daß eine Betrachtung der Partisanship irrelevant werden könne, da “fickleness rather than durable partisan support for party nominees” die Wähler charakterisiere (Stanley 1995, 202).⁸⁶ Diese Charakterisierung solle nicht die Bedeutung der Partisanship schmälern: nur hebe sie sich gegenseitig auf und manifestiere damit die Independent Voters als “swing group” zur wahlentscheidenden Gruppe innerhalb des Electorates (vgl. Stanley 1995, 202).

TABELLE I-1

Party-Line Voting in House Elections, 1960-1988
(and 1992)

Year	Party-Line Voters	Defectors	Pure Independents
1960	80	12	8
1962	83	12	6
1964	79	15	5
1966	76	16	8
1968	74	19	7
1970	76	16	8
1972	75	17	8
1974	74	18	8
1976	72	19	9
1978	69	22	9
1980	69	23	8
1982	76	17	6
1984	70	23	7
1986	72	22	6
1988	74	20	7
1992	71	21	7

Source: Fiorina, Morris P. 1994. *The Electorate at the Polls in the 1990s*, 129.

⁸⁶

Everett C. Ladd benutzt hierfür das Bild des “fluid electorate” (Ladd 1995, 19).

Aus Tabelle I-1 wird deutlich, wie wichtig diese neuen Wechselwähler oder "Defectors" in Congressional Elections geworden sind: Während 1960 nur 12 Prozent der Wähler nicht "ihre" Partei in Congressional Elections wählten, stieg diese Zahl bis 1992 auf 21 Prozent an. Die Zahl der "pure Independents" blieb hingegen weitestgehend stabil (bei etwa sieben Prozent). Ein ähnliches Bild ergibt sich auch innerhalb des National Electorate (vgl. Fiorina 1994).

a) Zusammensetzung des Electorate

Für das Thema dieser Arbeit ist es sinnvoll, etwas genauer auf die Entwicklungen des House Electorate einzugehen. Tabelle I-2 macht deutlich, daß die Zusammensetzung des House Electorate zwischen 1984 und 1994 relativ stabil war. Dabei ist es wichtig zwischen "off years" (1986, 1990 und 1994) "on-years", also den Wahlen, in denen auch die Präsidentschaftswahl stattfand (also 1984, 1988 und 1992), zu unterscheiden: Diese sind Wahlen sind typischerweise durch unterschiedliche Wahlbeteiligungen und auch einer unterschiedlichen Zusammensetzung des Electorate charakterisiert.

Bemerkenswert ist der relativ hohe Anteil der Wähler, die sich als "Conservative" bezeichneten: Die Differenz zwischen "Conservatives" und "Liberals" betrug im Durchschnitt 16 Punkte; nur im Ausnahmejahr 1992 fiel diese Differenz auf ganze sieben Punkte, um sich dann jedoch im Anschluß im Jahre 1994 wieder auf 19 Punkte zu erhöhen. Auch der Anteil an "Moderates" blieb bis auf 1992 sehr stabil bei 45 Prozent (vgl. Tabelle I-2).

Der Anteil der "White Protestants", einer für die Republicans sehr wichtigen und die mit Abstand größte religionsdefinierte Gruppe, blieb ebenfalls relativ konstant – abgesehen von 1988⁸⁷ – und bewegt sich um die 46 Prozent. Wie oben gezeigt, beträgt der Unterschied zwischen Republican und Democratic Identifiers nur ganze drei Punkte und lag 1988 und 1994 sogar bei null (vgl. Tabelle I-2 und Abbildung I-2).

---

⁸⁷ Dies erklärt sich durch die Unzufriedenheit dieser Gruppe mit dem damaligen Republican Presidential Candidate, Reagans Vice-President George Bush.

TABELLE I-2

Composition of the Electorate, 1984-1994

	Percent	1984	1986	1988	1990	1992	1994
<i>Sex</i>	Male	49	48	48	47	46	49
	Female	51	52	52	53	54	51
<i>Age</i>	18-29	23	16	20	16	22	14
	30-59	53	56	58	63	62	60
	60+	22	28	22	21	16	27
<i>Partisan-ship</i>	Democrat	38	38	35	37	39	37
	Independent	26	24	25	27	28	26
	Republican	35	33	35	34	34	37
<i>Religion</i>	White Protestant	50	45	39	47	48	46
	Catholic	26	31	27	31	27	24
	Jewish	3	4	4	4	4	3
<i>Ideology</i>	Liberal	16	16	17	19	22	18
	Moderate	44	45	45	46	50	45
	Conservative	33	32	33	34	29	37

Source: National exit polls from 1984 through 1994, as reported in the *National Journal*, November 12, 1994; see Wilcox, Clyde. 1995. *The Latest American Revolution?* Table 1, 15.

Eine genauere Analyse des Wahlverhaltens dieser Gruppen findet sich in Tabelle I-3. Dort sind die Stimmverteilungen der jeweiligen sozio-ökonomischen Gruppen im Zeitraum von 1984 bis 1994 aufgelistet.

Frauen machten nicht nur einen größeren Anteil der Wahlbevölkerung aus, sie wählten auch in jeder Wahl seit 1984 mehrheitlich Democratic. In der Regel betrug die Differenz zwischen Männern und Frauen, die Republican wählten, in Off Years etwa drei Punkte, nur das Ausnahmejahr 1994 sah einen Unterschied von ganzen acht Punkten, denn Frauen wählten weiterhin etwa zu 54 Prozent Democratic (vgl. Tabelle I-3).

Ebenso stabil war der Anteil der Whites, die Republican wählten: zwischen 1984 und 1992 betrug er fast durchweg 50 Prozent. Auch hier war 1994 ein Ausnahmejahr (58 Prozent wählten Republican). Während bis zu 21 Prozent (1990) Blacks in der Reagan-Era und auch noch unter Bush ihre Stimme den Republicans gaben, sank diese Zahl danach – mit Clinton als Hoffnungsträger der Blacks – wieder um ganze zehn Punkte und auch 1994 wählten nur zwölf Prozent Blacks Republican. Die Republican Hispanic Vote hingegen lag im Vergleich zu der Black Vote doppelt so hoch und erreichte 1994 mit 30 Prozent beinahe wieder den Wert von 1984 (vgl. Tabelle I-3).

TABELLE I-3

Portrait of the Electorate: Who Voted for Whom in the House, 1984-1994

TOTAL Vote for House	%	1984 Reagan's landslide brings only modest GOP success		1986 Slim Democratic gains amid mixed economic signals		1988 Bush beats Dukakis but Republicans lose two House seats		1990 Democrats gain amid fears of war and recession		1992 Clinton wins Presidency, but has no coattails in the House		1994 For the first time in 40 years, GOP wins control of both the House & Senate	
		DEM.	REP.	DEM.	REP.	DEM.	REP.	DEM.	REP.	DEM.	REP.	DEM.	REP.
Percentage of House voters	100	51	49	52	48	54	46	52	48	54	46	50	50
Men	49	48	52	51	49	52	48	51	49	52	48	46	54
Women	51	54	46	54	46	57	43	54	46	55	45	54	46
Whites	79	46	54	49	51	50	50	50	50	50	50	42	58
Blacks	13	92	8	86	14	85	15	79	21	89	11	88	12
Hispanics	5	69	31	75	25	76	24	72	28	72	28	70	30
18-29 years old	13	51	49	51	49	54	46	52	48	55	45	54	46
30-44 years old	35	54	46	52	48	54	46	53	47	53	47	48	52
45-59 years old	28	50	50	54	46	54	46	51	49	52	48	51	49
60 and older	25	48	52	52	48	55	45	53	47	56	44	51	49
Married	69	49	51	51	49	52	48	52	48	50	50	46	54
Not married	31	56	44	56	44	54	46	59	41	61	39	54	46
Not a high-school graduate	5	60	40	57	43	63	37	60	40	67	33	68	32
High school graduate	22	51	49	55	45	57	43	56	44	58	42	52	48
Some college	32	49	51	50	50	53	47	52	48	53	47	47	53
College graduate	22	-	-	46	54	47	53	50	50	46	54	45	55
Post-graduate education	19	-	-	56	44	54	46	53	47	55	45	54	46
From the East	23	54	46	52	48	54	46	54	46	54	46	52	48
From the Midwest	25	50	50	53	47	55	45	49	51	46	54	44	56
From the South	30	52	48	56	44	54	46	54	46	49	51	45	55
From the West	22	48	52	51	49	53	47	54	46	49	51	59	41
Democrats	41	85	15	81	19	83	17	79	21	89	11	90	10
Independents	24	14	86	20	80	21	79	23	77	15	85	17	83
Republicans	35	49	51	52	48	54	46	52	48	54	46	44	56
Liberal Republicans	2	13	87	23	77	25	75	44	56	24	76	14	86
Moderate Republicans	13	15	85	25	75	24	76	30	70	19	81	12	88
Conservative Republicans	20	11	89	17	83	18	82	22	78	10	90	3	97
Liberals	18	76	24	71	29	80	20	73	27	81	19	82	18
Moderates	48	57	43	58	42	57	43	56	44	57	43	58	42
Conservatives	34	31	69	25	75	34	66	37	63	28	72	21	79
Conservative Independents	8	32	68	44	56	39	61	43	57	30	70	22	78
White Protestant	41	38	62	43	57	44	56	45	55	43	57	34	66
Catholic	29	58	42	55	45	55	45	54	46	57	43	52	48
Jewish	4	70	30	70	30	68	32	73	27	79	21	78	22
White born-again Christians	20	35	65	31	69	34	66	34	66	34	66	24	76

Source: New York Times. 1994. *Portrait of the Electorate: Who Voted for Whom in the House*. New York Times. 13 November, A24.
Based on questionnaires completed by voters leaving polling places around the country (see NYT for further details on survey data).

Untersucht man die Wählerstruktur hinsichtlich des Alters, wird schnell deutlich, daß in der Post-Reagan Era viele junge Wähler wieder stärker Democratic wählten. In den Wahlen von 1992 und 1994 lag der Anteil der Democratic Wähler gegenüber Republican Wählern in diesem Altersbereich um etwa zehn Punkte höher. Ein anderes Bild ergibt sich in der nächsten Gruppe, der 30-44 jährigen, die auch (hinsichtlich des Alters) die größte Gruppe innerhalb des Electorate bildet. Dort wählen seit 1984 regelmäßig 53 Prozent Democratic. Wieder einmal stellt 1994 auch bei dieser Gruppe ein Ausnahmejahr dar, was nicht unwesentlich zum Wahlerfolg der House Republicans beigetragen haben

dürfte. Innerhalb der ältesten Gruppe (45 und älter) vermochte die GOP, außer 1984 durch Reagans Anziehungskraft, zu keiner Zeit eine Mehrheit der Wähler davon überzeugen, ihre Stimme den House GOP zu geben.

Betrachtet man die Zusammensetzung des Electorate, wird deutlich, daß die GOP dort ein starkes Wählerpotential finden kann, sofern sie es schafft, mit den "richtigen" Issues dieses Potential auch zu mobilisieren (wie etwa die Religious Groups oder Male Voters). Dies war ihr insbesondere 1994 auffällig gut gelungen (vgl. Tabelle I-3).

b) Polarization

Ein weiteres wesentliches Merkmal des Electorate ist die deutliche Polarisierung der Strong Partisan Attached Wähler. 1986 gelang es der GOP noch, 29 Prozent Liberals als Wähler der House GOP zu gewinnen – die sog. "Reagan Democrats". Die Zahl dieser Defectors nahm jedoch rasch nach Reagans Amtszeit ab und erreichte mit 18 Prozent 1994 einen Tiefstand. Die Polarisierung des Electorate wird auch auf der anderen Seite des Spektrums deutlich. Während 1990 nur 63 Prozent derjenigen, die sich als Conservatives einordneten (und die fast doppelt so viele Wähler stellten wie die Liberals), wählten auch die House GOP. 1992 waren es 72 Prozent, 1994 sogar 79 Prozent, die den House Republicans ihre Stimme gaben (vgl. Tabelle I-2).

Besonders beeindruckend ist die Entwicklung innerhalb der Republican Wählerschaft. Während 1990 nur 56 Prozent der "Liberal Republicans" auch die House Republican Party wählten, stimmten 69 Prozent im Jahre 1992 und 1994 sogar 87 Prozent für "ihre" Partei (vgl. Tabelle I-2).

Die Zahl der Republican wählenden "Moderates" innerhalb des gesamten Electorate (mit einem Anteil von 48 Prozent die größte Gruppe aller Wähler), blieb stabil bei rund 43 Prozent. Die "Wählertreue" der "Republican Moderates" (20 Prozent innerhalb des gesamten Electorate) hingegen nahm eine ähnliche Entwicklung wie die der Republican Liberals: 1990 wählten 70 Prozent dieser Gruppe die House GOP, 1992 waren es schon 81 Prozent und 1994 ganze 88 Prozent (vgl. Tabelle I-2). Wie zu erwarten, gilt dies auch für die "Conservative Republican" Voters: 1990 gaben 78 Prozent ihre Stimme der House GOP, 1992 waren es 90 Prozent und 1994 sogar 97 Prozent (vgl. Tabelle I-2).

Es sind somit zwei wesentliche Entwicklungen festzustellen: (1) die

gestiegene Bedeutung der Defectors (Wechselwähler) als wahlentscheidende Gruppe und (2) die starke Polarisierung der Strong Partisans innerhalb des Electorate.

Die veränderte Zusammensetzung der House Republican Conference – vor allem seit 1988 – hinsichtlich der Region (Verschiebung zum South) und der Ideologie (Conservative) sind Ausdruck einer sich gegenseitig verstärkenden Wechselwirkung: Zum einen bevorzugte ein veränderter Partisan "Kern" der House Republican Party (Strong Partisan Attached Voters) diese Candidates in den Primaries gegenüber anderen, mehr Moderate Candidates. Zum anderen waren aber eben diese Candidates – in Verbindung mit anderen Faktoren (vgl. unten II.) – mit ein Grund, warum es der House GOP gelang, zunehmend mehr Freshmen in das House senden zu können.⁸⁸

B. Externe ideologische Einflüsse auf die House GOP

Neben diesen externen Faktoren innerhalb des Electorates – des "Käufermarktes" der House GOP – beeinflussen jedoch eine Menge weiterer Faktoren das Verhalten und in gewissem Rahmen auch die Zusammensetzung der House Republican Party. Nachfolgend sollen hier einige der wichtigsten ideologischen Einflüsse auf die House GOP aufgeführt werden, Diese üben jedoch nicht nur einen Einfluß auf die ideologischen Ausrichtung der House Republicans, sondern auch durch prägen durch die Faktoren Financial Resources (Campaign Contributions, Service Assistance, Pac Assistance) und Human Resources (Members, Staff, Advisors, Grassroot Involvement) auch das "Gesicht" der House Republicans.

Es ist kaum möglich, von "den" Conservatives zu sprechen. Die (im vorangegangene Teil dargestellte) Komplexität der House Republicans (vgl. Teil 2-V.) und die Vielzahl ihrer Einflüsse verlangt nach einer differenzierten Darstellung der ideologischen Quellen dieser Einflüsse.⁸⁹ Viele alte und neue

⁸⁸ Auf die Incumbency Faktoren soll im Rahmen dieser Arbeit nicht näher eingegangen werden (siehe hierzu etwa Alford 1993; Maisel 1993, 201-6; Jacobson 1992; Hermson 1995).

⁸⁹ Aus welchen Strömungen heraus diese entstanden sind, ist jedoch umstritten. Während einige Autoren immer noch vom American Conservatism als "monolithischen Block" ausgehen, teilen andere ihn in "Old Right" und "New Right", eine Aufteilung, die hauptsächlich auf Alter und der Dynamik der jeweiligen Vertreter basiert (vgl. Saloma 1984). Ähnlich wie Reichely, teilen andere Autoren hingegen den American Conservatism grob ein in einen "paternalistic conservatism", welcher die Grundelemente des New-Deal Liberalism akzeptiere, und in eine "libertarian conservatism" Strömung, welche "free-market economics" unterstütze,

Elemente des Conservatism in Verbindung mit dem großen Zahl neuer und junger House GOP Representatives unter dem ideologischen Einfluß Newt Gingrichs haben eine komplexe neue Form des Conservatism unter dem Label "GOP" hervorgebracht. Einige der Quellen sollen im folgenden kurz skizziert werden.

1. The Religious Right

Religious Conservatives begannen erst relativ spät, sich aktiv in den politische Prozeß einzuschalten. Bis in die Mitte der 1970er Jahre sahen sie weitestgehend keine Notwendigkeit einer aktiven politischen Arbeit. Diese Einstellung änderte sich jedoch mit den Veränderungen innerhalb der amerikanischen Gesellschaft seit den 1960er Jahren. Durch den Wandel der National Government Institutions – vor allem der Judiciary⁹⁰ und den "minority programs" des Congress' – sahen viele der Conservative Religious Leaders traditionelle "American values" gefährdet und die Notwendigkeit, diesen Entwicklungen entgegenzusteuern (vgl. Koopman 1996, 69-70). Sara Diamond, bezeichnet in ihrer Studie über die Religious Right diese als:

"[...] a complex coalition of media ministries, political lobbies and missionary groups active in foreign affair"
(Diamond 1989, 45).

Die Taktik der Religious Rightists, bestand hauptsächlich darin, "to roll back new judicial and legislative decisions to restore a particular religious vision of America – an ideological stance demanding aggressive political action" (Koopman 1996, 70). Spätestens seit Jerry Falwells Gründung der "Moral Majority" 1979 nahm der Einfluß der Religious Right in der amerikanischen Politik stetig zu (Soper 1995, 116).

Vor allem die enge Fokussierung auf einige wenige nationale Themen

jedoch gleichzeitig eine sozial-konservative Betonung auf traditionelle Werte und Autorität damit verbinde.

Es finden sich auch noch feinere Unterteilungen und Variationen des gleichen Themas, etwa der Unterscheidung in Religious Conservatism, Libertarian Conservatism und Traditional Paternalistic Conservatism (vgl. Heywood 1992), oder Paul Gottfried und Thomas Flemings viergliederiges Modell, welches die Rechte einteilt in: Religious Right, Populist New Right, Libertarians und Neoconservatives (vgl. Gottfried 1988, 96-111). Die Autoren stellen diesen vier Gruppen den Traditional American Conservatism entgegen. Im Rahmen dieser Arbeit soll hierfür der Begriff "Old Right" verwendet werden.

⁹⁰ Vor allem jedoch der, in ihren Augen viel zu Liberal, Supreme Court unter Chief

wie "abortion", "personal lifestyles" oder die "school prayer" Bewegung, machten jedoch den Unterschied zu der New Right deutlich, da es keine feste Verbindung zwischen diesen Issues und etwa "Economics" oder "National Security" gab (vgl. unten B.2.).

Seit Anfang der 1990er Jahre hat sich diese Einstellung geändert. Die Presidential Campaign Pat Robertsons 1988 machte deutlich, daß die Religious Right mittlerweile Willens und in der Lage war, ihre Agenda auf eine größere Spanne von Issues zu erweitern und ihre Anhängerschaft hierfür zu mobilisieren. Wenngleich Robertson nur einen "Achtungserfolg" gegen Bush erzielen konnte, war der eigentliche Erfolg seiner Kandidatur die Gründung der Christian Coalition (CC), die 1989 auf Roberts Drängen hin von Ralph Reed gegründet wurde und mit Reed einen politisch sehr versierten und aktiven Anführer hatte.

Reed war vor seiner Position als Executive Director der CC Vorsitzender Direktor des College Republican National Committees und Begründer und Führer der Organisation "Students for America", einem Grassroot Conservative Student Network (Spring, Beiler, and Stewart 1993, 33). Er gab in einem Interview an, die CC müsse ihre enge Fokussierung zugunsten eines weiteren Spektrums aufgeben, wenn sie ihre Mitglieder effektiv repräsentieren wolle:

"Voters were telling us: if you are going to effectively represent us, you have to talk about our pocketbook and our ability to pay our bills. The second dynamic was, of course, the Republicans moving out of the White House and Clinton moving in" (Spring, Beiler, and Stewart 1993, 34).

Als streng organisierte Grassroots Organization hat die CC seitdem einen ständig wachsenden Einfluß auf die GOP gewinnen können und stellt diesen immer häufiger auch in Local und Congressional Primaries, aber auch bei der Wählermobilisierung unter Beweis.⁹¹ Es ist jedoch durchaus denkbar, daß sich beim Ausbleiben der erhofften "legislative changes" – etwa in der Abortion

Justice Earl Warren; exemplarisch etwa die "Roe v. Wade" Abortion Entscheidung.

⁹¹ Der ehemalige Representative Tom Campbell (R-CA), ein Moderate Republican stellte fest, daß während der Wahl 1992 die Religious Right in seinem State in 32 von 58 County Republican Central Committees die Kontrolle ausübten (Barnes 1992, 2889). Andere Schätzungen ergeben, daß die Social Conservatives Christians einen "dominanten" Einfluß in 18 State Republican Organizations und in weiteren 13 zumindest einen "substantiellen" Einfluß

Debatte – das Mobilisierungspotential und der Einfluß der CC wieder gegen die GOP Führung wenden kann, wie auch schon vermehrt von Führern der Religious Right angedroht.

2. The New Right

Zunächst ist es wichtig, die Religious Right⁹² von der New Right zu unterscheiden. Während die Religious Right ein relativ eng begrenztes, dennoch sehr wichtiges, Grassroots-Element einer komplexeren Anti-Government Strömung ist, muß die New Right als größere Sammlungsbewegung mit einem weiter ausgedehnten Spektrum an Issues betrachtet werden (vgl. zu Unterscheidung Religious/New Right Lukacs 1984; Saloma 1984).

Die New Right ist wesentlich tiefer in der Republican Party verwurzelt, politisch versierter und auch mit einer breiteren Policy Agenda ausgestattet, als die Religious Right. Im Gegensatz zu dieser fehlt ihr jedoch eine echte Grassroots Basis. Die Anhänger der New Right eint vor allem der Kampf gegen "gun control", gegen einen "Schmusekurs" gegenüber Criminals, gegen teure Government Programs, gegen hohe Steuern ohne "echte" Gegenleistung und die Ablehnung von "foreign imports", "foreign property ownership", oder gar Entwicklungshilfe (vgl. Koopman 1996, 73).

Viele Personen innerhalb der New Right stehen Reichtum und Vermögen äußerst skeptisch gegenüber, vor allem dann, wenn es aus alten, etablierten und privilegierten Strukturen stammt und als solches einen als ungerecht empfundenen *status quo* zementiert (vgl. Medcalf and Dolbeare 1985, 166). Ein großes Problem für die New Right sind ihre Anhänger: diese "alienated" Personen tendieren häufig dazu, sich aus dem politischen Prozeß auszuklinken und nicht sind oft nicht einmal als Wähler aktiv (Gottfried, 1988 #489, 77-8).

Schon seit geraumer Zeit versuchen die Elites der New Right – Richard Viguerie, Howard Phillips, Paul Weyrich, Phyllis Schlafly – diesen Personenkreis zu einem politischen Engagement zu motivieren und ihn organisieren. Dies hoffen sie mit Hilfe der Religious Conservatives zu erreichen (vgl. Medcalf and Dolbeare 1985, 169; Gottfried and Fleming 1988, 77-8 und 90).

Die breitere inhaltliche Ausrichtung und Organisationsvielfalt (im Vergleich zur Religious Right) begründet sich aus der längeren Geschichte der New Right. So gehören beispielsweise das American Legislative Exchange

---

ausüben (Persinos 1994, zitiert in Soper 1996, 117).

Counsel (ALEC), die Heritage Foundation, Young Americans for Freedom (YAF), das National Conservative Political Action Committee (NCPAC), das Committee for the Survival of a Free Congress und das House Republican Study Committee zu den Organisationen, die in direkte Verbindung mit der New Right gebracht werden können (vgl. Koopman 1996, 74).

Anhand dieser Auflistung wird zum einen deutlich, wie breit das Spektrum der New Right reicht, zum anderen aber auch die unterschiedliche Gewichtung im Vergleich zur Old Right oder den Religious Traditionalists. Während die Old Right immer wieder um Themengebiete und Konfliktstoff aus der New Deal-Era kreist, gebiert sich die New Right eher populistisch. Sie bemüht sich, möglichst schnell auf aktuelle Themen einzugehen, immer wieder neue Themen auf die National Agenda zu setzen und ist von einer generell Anti-Elitist Einstellung geprägt (vgl. Koopman 1996, 74).

In Verbindung mit dem Congress fungierte die New Right hauptsächlich als "intraparty advocacy network", sowohl in personeller als auch in finanzieller Hinsicht. Sie stellt über verschiedene Organisationen Republicans innerhalb des Congress' Campaign Funds bereit (NCPAC, Free Congress), gibt "strategic advice", entwirft Policy Ideas und liefert Argumente für diese (Heritage, ALEC), ermöglicht Staff Training und Support (YAF, Leadership Institute), stellt "Honoraria" und deren Einfluß, sowie persönliche Gefallen zur Verfügung (vgl. Koopman 1996, 74).

Während der Reagan-Bush Era arbeitete die New Right und die Religious Right eng zusammen. Während sich die New Right in dieser Zeit eine breitere Basis aufbauen konnte, gelang es der Führung der Religious Right im gleichen Zeitraum diese besser zu organisieren und in den politischen Prozeß mit eigenen Zielen und Organisationen einzubinden (vgl. Gottfried and Fleming 1988, 65).

War es zunächst das Ziel der New Right gewesen, die große Basis der Religious Right Grassroots zu "übernehmen", fand sie sich gegen Ende der 1980er und zu Anfang der 1990er Jahre in der Situation, selbst von der Religious Right in vielen Bereichen – vornehmlich durch die CC – selbst vereinnahmt worden zu sein. Dennoch zeigt gerade die Zusammenarbeit der beiden Gruppen beim *Contract with America*, daß sie zwar noch unterscheidbar, aber mittlerweile eng miteinander verwoben sind.

---

⁹² Auch Christian oder New Christian Right.

3. Neoconservatism

Unter der Bezeichnung "Neoconservatism" wird im amerikanischen Kontext der Teil des politischen Gedankengutes und Einflußnahme verstanden, der sich während des Vietnamkriegs aus der Democratic Party ablöste (Koopman 1996, 76).

Sie nahm als eigenständige intellektuelle Bewegung Mitte der 1960er Jahre ihren Anfang und wurde seit Anfang der 1970er Jahre erst wirklich sichtbar. Viele der Neoconservative Leaders waren "bekehrte" ehemalige Verfechter des New Deal und vereinzelt sogar noch weiter links im Liberal Spektrum verankert. Diesen Wandel vom "Saulus" zum "Paulus" begründeten viele mit den Erfahrungen dieser Programme und den "excesses of the 1960s policies" (vgl. Medcalf and Dolbeare 1985, 133). Außerdem kritisierten sie die sog. "new class" der "social engineers", die den Versuch einer Feinsteuerung der Wirtschaft, des "social behavior" und der "international order" vornahmen. Ein Versuch, der in den Augen der Neoconservatives utopisch und zum Scheitern verurteilt war (Medcalf and Dolbeare 1985, 133).

Der Erfolg der Bewegung läßt sich begründen mit der Verankerung der Anhänger des Neoconservatism in intellektuellen und etablierten Kreisen in Washington, D.C., in den Political Journals⁹³, den Think Tanks und den politischen Beraterkreisen. Großes Gewicht legen die Anhänger auf eine methodische und quantitative Exaktheit und einer allgemeinen Vorliebe für Statistiken jeglicher Art (Koopman 1996, 77). Dem Welfare State stehen Neoconservatives grundsätzlich nicht feindlich gegenüber, sofern er nicht überbordert:

"Indeed, the neoconservative state model is a mixed economy and a bureaucratically managed democracy. The representative's proper task is to prune government's overgrowth and to rationalize its actions, not to destroy its essentially sound premise" (Koopman 1996, 77).

Gleichzeitig erkennen Neoconservatives aber auch – im Gegensatz zu Old Right und Religious Conservatives – einen Wandel der Social Values im Laufe der Zeit an und fördern traditionelle Werte eher als "Puffer" gegen einen zu raschen Wandel denn als "Mauer", der diesen Wandel verhindern soll. Sie selbst sehen sich eher in der politischen Mitte angesiedelt und sind somit eher

⁹³ Exemplarisch etwa: Public Interest, This World, Commentary.

dem "linken" Spektrum der Republican Party zuzuordnen (vgl. Bender 1986, 193).⁹⁴

Im Laufe der Reagan-Bush Era wurde es zunehmend schwieriger, eine klare Trennlinie zwischen der New Right und den Neoconservatives zu ziehen. Mittlerweile hatten viele der Neoconservatives in der Republican Party eine neue politische Heimat gefunden. Ihr Einfluß in Think Tanks wie der Hoover Institution, der Heritage Foundation und vor allem dem American Enterprise Institute half, diese neue politische Heimat auch neu zu gestalten (vgl. auch Kristol 1994).

Der wichtigste Einfluß der Neoconservatives ist somit in der inhaltlichen Fundierung und Ausgestaltung der Policies der Congressional Republican Party zu sehen. Diese Bedeutung fiel ihnen zwangsläufig zu, da die New Right in ihrer reinen anti-Haltung gegenüber den Liberal Policies im Congress keine wirkliche Alternative anbot (vgl. Koopman 1996, 79).

4. Libertarianism

Unter allen Einflüssen, die auf die neue House GOP einwirken, ist der Einfluß des "Libertarianism" der am strengsten ideologisierte, gleichzeitig jedoch der am schwächsten organisierte. Anstatt eigene Organisationsstrukturen aufzubauen, beschränken sich die Anhänger dieser Richtung zumeist auf den Versuch der Einflußnahme auf das Gedankengut der New Right und Neoconservative Leadership (Koopman 1996, 79).

Libertarians sind vor allem um ökonomische Policies bemüht, die auf ein Zurückdrängen des Staates in möglichst vielen Bereichen zielt. Somit konnten sie sich auch gut mit der von Reagan propagierten Supply-Side Economics identifizieren, deren fiskalische Vorstellungen eine eingeschränkte Staatsaktivität bedingt und fördert.

Weniger jedoch konnten sich die Libertarians mit der moralisierenden Komponente der Religious/New Right anfreunden und auch der Neoconservative Internationalismus ist ihnen eher suspekt. Die Quellen des Libertarianism reichen bis hin zu John Locke's Classic Liberalism. In etwas modifizierter Form lassen sich dessen Grundwerte, die im Kern die Fragen nach der Rolle des Staates und den Lösungen für soziale Ungleichheiten behandeln, auch auf den

---

⁹⁴ Dies ermöglichte es auch einigen Neoconservatives 1992 wieder zur Democratic Party zurückzukehren, da diese unter Clinton näher in die Mitte gerückt war.

Libertarianism anwenden: (1) individualism; (2) instrumental view of the state; (3) limited government; (4) individual rights; (5) legal equality; und (6) representative government (vgl. Maddox and Lillie 1984, 9-12).

Kontroversen ergeben sich bei der Frage der militärischen Stärke und Aktivität, sowie in Fragen der Immigration, die von Libertarians weitaus weniger gefürchtet wird, als von der New/Religious Right. Auch bei der starken Regulierung von Drogen und Alkohol, Restriktionen bei Abortions und die gesetzliche Behandlung von Homosexualität und anderen, in den Augen der Religious Right "amoralischen", in den Augen der Libertarians "Privataktivitäten", ergeben sich stark divergierende Meinungen (vgl. Koopman 1996, 80).

5. The Old Right

Alleine schon durch die demographische Entwicklung, verliert der Anteil der Old Right innerhalb der neuen House GOP immer mehr an Bedeutung. Die Kriegsgeneration (vgl. auch Teil 2-V.A.2.) war stark verwurzelt in ihrer ablehnenden Reaktion auf die New Deal/Great Society Plattform der Democrats (vgl. Koopman 1996, 81).

Einer der stärksten Kritiker des Conservatism, der Libertarian Friedrich von Hayek, beschrieb die Unfähigkeit, Veränderungen anzuführen und statt dessen nur jegliche Veränderung verhindern und den *status quo* sichern zu wollen, als die größte Schwäche des Conservatism. Damit würden sie jedoch keineswegs die in ihren Augen ungewollten Entwicklungen verhindern, sondern höchstens kurzzeitig verzögern und somit eigentlich – mangels echter Alternativen – erst wirklich ermöglichen (vgl. Hayek 1986, 152-4).

Dieser Pragmatismus, der Vorwurf der Passivität und der "Kungelei" mit den Democrats waren die Hauptkritikpunkte, welche von den "new" Conservatives und vor allem Newt Gingrich im Vorfeld seiner Wahl zum Minority Whip 1989 den Vertretern der Old Right vorgehalten wurden (vgl. Teil 2-V.A.). Besonders deutlich kommt diese verschiedene Grundeinstellung der beiden (politischen) Generationen in einem Zitat des führenden Leaders aus der Gruppe der Old GOP im House, dem ehemalige Minority Leader Bob Michel, zum Ausdruck:

"[I see] a big generational gap between my style of leadership and my sense of values and my whole thinking

process [and those of the younger members]" (zitiert in Cunningham 1993, 2716).

Wie schon in Teil 2 dargestellt, nimmt der Anteil des Einflusses der Old Right in der House Republican Party zunehmend ab (vgl. auch Hook 1993).

Nach der Darstellug der externen Faktoren, soll nun im weiteren auf die Bemühungen der House GOP eingegangen werden, diesen Umweltfaktoren ein entsprechendes "Politik-Produkt" zu gestalten.

II. REMODELLING & REPACKAGING – DIE NEW HOUSE REPUBLICAN PARTY, IHR "IMAGE" UND IHRE "PRODUKTE"

Die Integration innovativer Kommunikations- und Marketinginstrumente in den politischen Prozeß prägt schon seit langer Zeit das amerikanische System. Swanson und Mancini (1996a) beschreiben in ihrem Aufsatz über die "Patterns of Modern Electoral Campaigning and Their Consequences" die Entwicklung eines zumindest oberflächlich gleichen "pattern in the kinds of innovations in campaigning that have surfaced at an accelerating pace within democracies of all kinds [...] [which] consists [...] of many of the elements that are associated with the now-familiar concept of modern media-centered democracy [...] practiced in one of its most extreme forms in the United States" (Swanson and Mancini 1996a, 247).

Zwar ist die Bezeichnung der "Amerikanisierung" der Wahlkämpfe unter Politikwissenschaftlern umstritten. Sie scheint aber diesen beiden – und vielen anderen – Autoren berechtigt, da viele der Veränderungen der "campaign craft" ihren Ursprung in den USA fanden (vgl. Swanson and Mancini 1996a, 248). Dies ist mit ein Hauptgrund dafür, daß sich den amerikanischen "nuts and bolts" der Wahlkampftechnik – der "new-style campaigning" (Shea 1997) – schon relativ früh ein wachsendes Feld an Literatur und Forschung ihre Aufmerksamkeit gewidmet hat.

Die "personalization", "professionalization" und "scientificization" der American Politics sind wohlstudierte Phänomene und sollen im Rahmen dieser Arbeit nicht noch einmal explizit dargestellt werden (vgl. hierzu etwa Herbst 1998, 1993 #562; Jacobson 1992; Swanson and Mancini 1996b; Crotty 1971; Ansolabehere and Iyengar 1995; Herrnson 1988, 1995 #307; Shea 1997; Beck and Sorauf 1992; Coleman 1996; Eldersveld 1956; Eldersveld 1964; Elving 1994;

Jewell and Olson 1988; King 1990; Maisel 1993; Mann and Ornstein 1994; Neuman 1996; Reichley 1992; Schlesinger 1991; Petrocik 1991).

Es sollen vielmehr einige der Veränderungen der House Republican Party – Reaktionen auf die oben gezeigten veränderten Umweltbedingungen – untersucht und wichtige personelle Veränderungen innerhalb der House Republican Party dargestellt werden.

A. Targeting the Market and Modeling the Product – Moderne Marketingwerkzeuge im Political Marketing

Wie schon mehrmals im Verlaufe dieser Arbeit angedeutet, soll an dieser Stelle eine "business-analogy" helfen, die Prozesse und Ideen, die zu der Gestaltung der "New House GOP" unter der Führung Newt Gingrichs führten, auszu-leuchten und besser zu verstehen. Downs (1957) verwendete schon Ende der 1950er Jahre hierfür eine Analogie zum Marketing⁹⁵. Diese "Vermarktungstechnik" findet im "political business" zunehmend Einsatz (vgl. Scammel 1995, 5).

In der Marketing-Denkweise können Candidates als "sellers" betrachtet werden und Wähler als "buyers".⁹⁶ Policies werden zu Produkten, deren Erzeugung, "Produktion" und Vertrieb unter Marketing-Gesichtspunkten (Marktforschung, Zielgruppenerfassung- und "targeting", Produktdiversifikation, Werbekommunikation etc.) zielgruppengerecht erfolgt. Mit Hilfe dieses "branding" (Markenschaffung) sollen die Konsumenten schließlich an das "Unternehmen" GOP gebunden werden (vgl. auch unten II.B. und C.).

1. Professionalization

Daniel M. Shea stellt in seinem Buch über *"Strategies, Tactics, and Art of Political Campaign Management"* deutliche Parallelen zwischen dem "new-style campaigning" und modernem Produktmarketing fest:

"New-style campaigning in many ways parallels contem-

---

⁹⁵ Unter Marketing versteht man "die Planung, Organisation, Durchführung und Kontrolle sämtlicher Unternehmensaktivitäten, welche darauf abzielen, durch eine konsequente Ausrichtung des eigenen Leistungsprogramms an den Wünschen der Kunden die absatzmarktorientierten Unternehmensziele zu erreichen" (Scharf and Schubert 1997, 4).

⁹⁶ In diesem Bild fungiert die House GOP als "Mutterunternehmen", die House GOP Leadership als Unternehmensführung. Die Sellers (Candidates) stellen zum einen "Verkaufsgenten" des Unternehmens dar (Vertriebsweg), sind darüber hinaus jedoch auch gleichzeitig das "zu wählende" Produkt (mit den Issues der House Republican Agenda als "product-features").

porary product marketing. Indeed, much can be learned by studying how products are introduced to consumers. Campaigns are, of course, different [...] but many of the techniques are the same, including the meticulous care given to the development of a theme" (Shea 1997, 147).

Mit dem Problem einer abnehmenden Partisanship konfrontiert, waren die Parteien gezwungen, nach neuen Wegen zu suchen, um Wählerstimmen zu gewinnen (vgl. oben I.A.).⁹⁷

Ein möglicher Weg ist die aus der Wirtschaft bekannte Technik der Erzeugung einer emotionalen Verbindung (oder zumindest der "Bekanntheit" des "Produktes"): Das Marketing und mit damit einhergehend eine "professionalization"⁹⁸ der Politik.

Dieser Prozeß – oben als "Amerikanisierung" umschrieben – ist seit längerer Zeit zu beobachten. Seit dem Jahre 1952, als General Dwight D. Eisenhower den ersten Fernsehspot für seine Presidential Campaign von einer – für die Produktion von Zahnpasta- und Rasierklingenwerbung berühmten – Werbeagentur, Ted Bates in New York, produzieren ließ, haben mehr und mehr Marketingtechniken Eingang in die amerikanische Politik und das Campaigning gefunden.

Werden in der Wirtschaft unterschiedliche Zielgruppen mit unterschiedlichen Konzepten angesprochen, wird auch diese Technik des zielgruppengerechten "Targeting" für die politische Kommunikation kopiert. Demoskopisch verschiedene Gruppen werden mit in der Wirkung genau erforschten (und teilweise völlig unterschiedlichen) Argumenten angesprochen, um somit ein "optimales" Produkt bieten zu können:

---

⁹⁷ Reichley behauptet jedoch, daß nicht die abnehmende Partisanship die Parteien zu Veränderungen in der Führung der Campaigns zwang. Er sieht darin Ursache und Wirkung vertauscht. Vielmehr sei gerade in der neuen Ausrichtung der Parteien und ihrem New-Style Campaigning der Grund für die Schwächung ihrer Grassroots und der abnehmenden Partisanship zu sehen: "By moving the direction of parties further and further from grassroots party organizations and party identifiers, and by emphasizing process over substance, they [the parties] weaken the bonds of emotion and self-interest that formerly attracted most voters to one major party or the other" (Reichley 1992, 354).

⁹⁸ Unter Professionalization wird in diesem Zusammenhang die Beschäftigung von bezahlten "Hilfskräften" und "Political Consultants" für Aufgaben, die früher von freiwilligen Helfern und Parteikräften geleistet wurden, verstanden, aber auch die Herangehensweise und Ausführung dieser Aufgaben (etwa Polling oder Mass-Direct Mailings).

"It has become a cliché to say that presidential candidates are being marketed like bars of soap and boxes of cereal. More important, once can say that soap and cereal are being marketed like presidential candidates, using different messages for different demographic groups, with emphasis on a product's personality, glamour, and sex appeal" (Grossman 1995, 109).

Professionelle "Pollster" (Demoskopen) haben die Precinct Party Chairmen als Informationsquelle für die "Stimmung in der Bevölkerung" ersetzt. Politik hat sich von einer "labor intensive work" – Besuche von Haus zu Haus und tausendfaches Händeschütteln – hin zu einer "capital intensive work" entwickelt: Was heute zählt sind enorme Mengen an Geld für Direct Mailings und Werbung (Schlesinger 1986, 272).⁹⁹

Ein Vergleich zwischen RNC und DNC macht deutlich, wie unterschiedlich jeweils die "Kultur" innerhalb der Organisationen ist (vgl. Bibby 1996, 85-6). Während im RNC keinerlei Berührungängste mit den Marketingmethoden und deren Übertragung auf das "political business" festzustellen sind, ist diese Professionalization innerhalb der Democratic Party (mit Ausnahme des Clinton White House) weit weniger erkennbar:

"In interviews the leadership of the RNC, business and managerial language was frequently used, while such terms were almost never heard from Democrats. The Republicans constantly relied on phrases like , "make the sale," "marketing" a candidate or an idea, the "corporate wheel" of the party, and "distribution system," among others" (Klinkner 1994b, 279).

Deutlich wird dies auch in Haley Barbour's Beschreibung des RNC als "Board of Directors" mit dem Chair als "CEO"¹⁰⁰ und "manager". Barbour betont ferner Dinge wie "productivity, accountability and quality control" (vgl. Barbour 1993). Klinkner stellt fest, daß Republicans Politik häufig mit einer

---

⁹⁹ Lawrence Grossman faßt diese Entwicklung wie folgt zusammen: "Money and Media have replaced personal contact as the chief energizing sources of politics" (Grossman 1995, 122).

¹⁰⁰ Chief Executive Officer.

“industry” verglichen oder einem Markt gleichsetzten und sich dementsprechend auch auf “business technology” und Methoden verließen (Klinkner 1994b, 279).

Hieraus wird erkennbar, daß das Political Marketing und vor allem die Professionalization der Politik für die Republican Leadership schon längst ein unverzichtbares Element der politischen Kommunikation und des politischen Prozesses sind.

2. Marketing Approach

Der Marketing Ansatz ist vor allem hinsichtlich der Frage der Issues und deren Definition und Integration in das “politische Produkt” hilfreich. Der “Issue Ownership” Theorie gemäß (vgl. Petrocik 1991), haben viele Wähler aufgrund ihres schwachen “political involvements”¹⁰¹ keine klare Vorstellung ihrer Wahlpräferenzen. Somit kann nach dem diesem Modell ein großer Teil der Stimmen vom Kandidaten “geleitet” werden. Er hat die Möglichkeit, die Kriterien, die zur Selektion eines Kandidaten – im optimalen Fall also ihm – führen, zu definieren und somit die Wahl der Voters zu determinieren (Petrocik 1991, 22-3).

Beeinflußt werden demgemäß nicht die *Themenpräferenzen* der Wähler – diese werden zuvor in der Phase der “Produktentwicklung” nach Marktforschungs- und Marketingregeln über Umfragen (Pollings, Surveys) und demographische Analysen der Wahlbezirke erforscht (vgl. oben) –, sondern vielmehr die *Kriterien der Entscheidungsfindung*:

“The marketing model does not expect to change the issue preferences of voters but to formulate the criteria by which voters make their choices among candidates. For the candidates, the challenge is to set the issue agenda: that is, to present the election as an occasion to deal with issues that they (because of their party) are better qualified to handle. [...] [M]any will vote for the candidate who is perceived most likely to ‘handle’ the issues that are helping to define the candidates” (Petrocik 1991, 23).

---

¹⁰¹ Involvement nicht im Sinne von Partizipation, sondern von “sich Gedanken machen darüber”, “sich damit auseinandersetzen”.

Der Erfolg der Republican Candidates in Presidential Elections macht deutlich, daß bezüglich der Voter Issue Preferences durchaus ein großes "Marktpotential" für die GOP existiert. Darum sahen zunehmend mehr Personen innerhalb der House Republican Party die anhaltenden Mißerfolge bei Congressional Elections (gemessen am Ziel der Erreichung einer Mehrheit im Congress) eher als Zeichen eines Defizits in der *Vermittlung* der "Produkte" der House GOP und ihrer "Verkäufer" (also der Candidates), denn als Ausdruck des tatsächlichen *Wählerwillens* und des vorhandenen Wähler- bzw. "Käuferpotentials".¹⁰²

Übertragen auf den Marketing Approach bedeutete dies für die House Republicans: Das Problem des unbefriedigenden "Absatzes" des "Politikproduktes" lag nicht im "Angebot" (Issues) selbst begründet¹⁰³, sondern vielmehr in der Einstellung der Voters über die "Wichtigkeit" oder "Bedeutung" der Wahl des "House GOP-Produktes".

Der Politologe Thomas Mann formulierte im Jahre 1987 sein "Rezept" zur Erlangung einer Republican Majority im House of Representatives ganz im Stile eines Marketingexperten bei Procter & Gamble: Verbesserung des "party image" und der "party identification"; Aufstellung qualitativ guter Open-Seat Candidates und Challengers; der weiteren Verbesserung des "republicanizing" des South; Widerstand bei der Manipulation der Neueinteilung der Wahlbezirke¹⁰⁴ (immer am Anfang eines neuen Jahrzehnts) und als Vorbedingung den Verlust des White House (vgl. Mann 1987, 276-8; zur These der Notwendigkeit des Verlusts der Presidency siehe auch Caesar and Bush 1997).

Fast alle dieser Forderungen wurden im Zeichen des Wandels der House GOP unter der Führung Newt Gingrichs und Dick Armeys tatsächlich von den House Republicans umgesetzt und fanden im Contract with America gewissermaßen ihre Manifestation (vgl. dazu II.C., III. und Teil 4-III.). Sogar die Bedingung des Verlusts der Presidency war mit der Präsidentschaftswahl 1992

---

¹⁰² Petrocik sieht eher einen Unterschied in der Bedeutsamkeit der Issues in den Augen der Wähler, denn in den Issues selbst. Er stellt fest: "The process of congressional and presidential voting is similar; the variables are the same. The difference between them is that the former are rarely characterized by a significant number of voters who see the election as a choice about policies, programs, or, in some large sense, the direction of the country" (Petrocik 1991, 34).

¹⁰³ Mit anderen Worten: ein Problem der Produktpräferenz.

¹⁰⁴ "Congressional Redistricting". Zu der damit verbundenen Problematik des als "gerrymandering" bezeichneten Phänomens siehe Maisel (1993, 212-4) und Beck and Sorauf (1992, 313).

erfüllt worden (nicht nur zum Mißfallen aller Republican Representatives, vgl. auch Teil 2-V.6.).

B. Agenda-Setting

Ein wichtiger Bestandteil in der politischen Kommunikation ist die Agenda-Setting Funktion der Party Leadership. Für ein erfolgreiches Political Marketing ist unerlässlich, eine konsistente "message" oder ein "theme" zu etablieren und zu kommunizieren (vgl. auch Teil 4).

Die dezentralisierte Struktur der Republican Party in Verbindung mit der starken Stellung der einzelnen Candidates macht es jedoch schwierig, eine einheitliche Republican Agenda aufzubauen:

"More generally, the decentralized structure of U.S. parties and the failure of a candidate system to engender loyalty among successful congressional, state, and local politicians make it difficult for *either* party to develop or communicate a theme that is coherent, consistent, and popular with a diverse body of voters" (Hervorhebung im Original; Herrnson, Patterson, and Pitney 1996, 255).

Um dieses Ziel eines einheitlichen Auftretens ("unified approach") zu erreichen, mußten zuvor erst Strukturen innerhalb der GOP geändert oder neue Strukturen geschaffen werden. Einige von ihnen – Veränderungen in der Führungsorganisation der House Republican Party und einer Stärkung der Party Organization insgesamt, sowie eine stärkere Verknüpfung der verschiedenen Ebenen und Teile der Partei – wurden zuvor schon dargestellt oder sollen später folgen (vgl. Teil 2 und vor allem auch Teil 4-I.).

Wie war es jedoch gelungen, eine so einheitliche Agenda wie sie der "Contract with America" darstellt, im Wahlkampf 1994 zu erstellen und zu kommunizieren? Auf welche Weise gelang es der Parteiführung im Congress die oben angesprochenen Probleme zu überwinden? Kurz: Wie gelang es der House GOP, die alte Regel Tip O'Neills "All Politics is Local!" zu widerlegen und die Partei als einheitliche "Unternehmung" mit einheitlichem Image und einheitlicher Message darzustellen?

Die institutionellen Veränderungen innerhalb der House GOP Conference und Leadership (vgl. Teil 2-IV. und V.) verliehen der Führung mehr

Gewicht in der Frage der Wahlstrategie und der inhaltlichen Ausrichtung der politischen Message. Wie oben dargestellt, werden Congressional Elections nur von einer Minderheit der Wähler als echte "Wahl" über verschiedene Policies und Programs angesehen (vgl. Petrocik 1991, 34). Dementsprechend richten die Wähler ihre Entscheidung auch an anderen – Petrocik zufolge "more idiosyncratic considerations" (Petrocik 1991, 34) – Maßstäben aus:

"In short, voters behaved as issue ownership theory expected them to, but issues were such marginal features of congressional campaigns that their net effect was quite small" (Petrocik 1991, 32).

Zunehmend formierte sich die Meinung in der House Republican Party¹⁰⁵, daß es der Partei gelingen könne, die Majority im House zu stellen, sofern sie (die House Party) auch Congressional Campaigns mit Republican Issues¹⁰⁶ in den Vordergrund stellen könne und nicht mehr den Versuch zu unternehmen, 435 "Einzelschlachten" zu führen.¹⁰⁷ Mit anderen Worten: der Versuch, auch in Congressional Elections eine National – und somit Republican – Agenda zu setzen (vgl. Teil 2-V.A.7.).

Einige House Republicans, vor allem Vertreter der "Old" House GOP unter Michel, hofften, daß es ihnen mit der "Truman strategy"¹⁰⁸ möglich sei, 1990 (oder spätestens 1992) nach über 40 Jahren wieder die Majority im House stellen zu können, sofern der Präsident – George Bush – ihnen nur die nötige

---

¹⁰⁵ Vor allem auf Betreiben des Gingrich-Blocks, dessen Aktivität in Verbindung mit der gestiegenen Partisanship im House einen "unified approach" immer attraktiver machte (vgl. Teil 2-II. und V.).

¹⁰⁶ Republican Issues sind in diesem Zusammenhang gleichzusetzen mit National Issues, wie "Economy", "National Security", "Crime" etc. (vgl. I.B.2.). Doch schon die Beispiele "Crime" oder auch "Economy" machen deutlich, daß sich diese Themen auch als Local Issues darstellen können.

¹⁰⁷ Besonders die Fraktion der "Party Activists", der "Bombthrowers", die Congressional GOP Loyalists, die "Younger" Members und natürlich die Vertreter der "National Strategy" – der Gingrich-Block also – vertraten diese Ansicht innerhalb der House GOP (vgl. Teil 2-V.).

¹⁰⁸ "The mirror image of the 'lose the White House' strategy is the 'Truman strategy' that Washington conservatives urged upon George Bush. A year before the 1948 election, White House aide James Rowe wrote a memo urging Truman to confront the Republican majority on Congress by championing a clear liberal agenda. Whether at Rowe's advice or by his own instinct, Truman pursued this line of attack against the 'do-nothing' Congress and thus helped end the House Republicans' reign" (Connelly and Pitney 1994, 15).

Unterstützung böte und damit die Congressional Elections zu einer Art nationalen Referendum über die Ausrichtung der amerikanischen Politik würde:

“The ‘Truman strategy was a special case of debate over party strategy. For years, one side has hoped to turn House elections into referenda on broad national concerns, and to peel away Democratic voters by stressing ‘wedge’ issues. The other side, thinking that ‘all politics is local,’ has argued that House Republicans must emphasize community concerns to win seats one by one, district by district” (Connelly and Pitney 1994a, 15).

Bush hingegen verfolgte seine eigene Strategie und sein “budget compromise”¹⁰⁹ mit der Democratic Majority – bei annähernd demonstrativer Nichtbeteiligung der eigenen Partei im Congress – gab den Vertretern, die auf eine stärkere Unabhängigkeit von der Exekutive drängten, zusätzliche Sympathien innerhalb der House GOP (vgl. Teil 2-V.).

Die Strategie Newt Gingrichs, beinhaltete sowohl den Versuch, bei den Wählern eine neue “Gewichtung” der Congressional Elections zu erzeugen (vgl. oben), als auch die Formierung einer Policy-, aber auch einer “echten” personellen Alternative zu den Democratic Party und ihren Candidates. Um dieses Ziel zu erreichen, versuchten Gingrich und seine Verbündeten schon früh – beispielsweise aus der COS heraus (vgl. Teil 2-V.B.1.) – Einfluß auf die Agenda der House Republicans zu nehmen.

Der Schlüssel hierzu war in Gingrichs Augen eine massenmediale interne, sowie externe Kommunikation mit den Grassroots und Supporters (vgl. vor allem auch Teil 4-I. und II.):

“Gingrich and other leaders try to escape this trap [not being able to influence the internal agenda] by influencing the larger public agenda. They operate on the assumption that they can change voters’ preferences, and that they have to go beyond the House walls to do so. Coordinated town meetings, media events, televised speeches – all are

¹⁰⁹ Dieser beinhaltete mehrfache Steuererhöhungen, die gegen den erbitterten Widerstand einiger House Republican Members, zum Bruch seines Wahlversprechens “Read my lips: No New Taxes!” und letztlich auch nicht unbeträchtlich zu Bush’s Niederlage 1992 führten (vgl. auch Teil 2-V.A.6).

efforts to redefine legislative leadership as reaching past the floor to the entire country" (Connelly and Pitney 1994b, 63-4).

Schon vor der Gründung der COS, direkt nach seiner Wahl in den Congress, arbeitete Gingrich auf diese Ziele – Beeinflussung der Agenda und hierdurch Erreichung der Majority im House – hin. In Zusammenarbeit mit den damaligen House Members (und nach 1980 Conference Leader) Jack Kemp (R-N.Y.) und David Stockman (R-MI), erarbeitete er ein Programm, welches massive Steuer- und Ausgabenkürzungen vorsah und in weiten Teilen das Programm Reagans vorzeichnete. Ferner wirkte Gingrich in Zusammenarbeit mit Senior Members in der sog. "Project Majority Task Force" mit, welches ebenfalls versuchte, neue Ideen und Policies zum Gewinn der Majority im House zu erarbeiten. Unter anderem entstanden aus dieser Zusammenarbeit im Jahre 1980 die ersten GOP "generic" TV Spots ("Vote Republican, For a Change").¹¹⁰

Ebenso wie Gingrich, sah auch Haley Barbour, seit 1993 RNC Chairman, die Notwendigkeit, mit Hilfe des Trainings von Supporters eine Einheitlichkeit der Message und der Themes der Republican Party insgesamt zu erreichen. So gab er in einem Interview mit der "Hauszeitschrift" der Campaign-Business Community, *Campaigns & Elections*, seiner Überzeugung Ausdruck, wie wichtig die Kultivierung einer echten Grassroot für den Erfolg der Partei sei und die Rolle, die der RNC hierbei spielen müsse:

"I want to be able to teach people how to communicate policy and to let their constituents know what we stand for and what we believe in. That's what I mean by getting it out to the states and the grassroots. Haley Barbour can't organize any precincts, he can't organize any counties, can't really organize any states. What I can do is have an organization that teaches the states how to organize in this modern day, how to communicate, to give them a

¹¹⁰ Auch der *Contract with America* fand in diesen Tagen seinen Ursprung. Unter dem Namen "Governing Team Day" sollte Reagan gemeinsam mit Senate und House Candidates einen "Bund mit dem amerikanischen Volk" eingehen, bestimmte Policies ankündigen und sich auf diese verpflichten (vgl. Herrmson 1996, 2559. Gingrich, welcher die Veranstaltung organisierte, sprach später von einem "public relations success" aber einem "policy disappointment", da sich das Reagan Team lieber auf "principles" denn auf feste Größen festlegen wollte (vgl. Herrmson 1996, 255-6; vgl. hierzu auch Teil 4-III.).

good message to communicate" (Faucheux, Clark, and Stewart 1993, 33).

In enger Verbindung mit Gingrich trug Barbours Arbeit wesentlich dazu bei, den Sieg der House (und Senate) Majority 1994 im Congress zu ermöglichen (vgl. vor allem auch Teil 4-I.A.). Nicht zuletzt seine Fähigkeit, die vielen Teile der GOP zu vereinen und die House GOP als "die" Republican Party ohne wesentlichen "Störfeuer" aus den eigenen Reihen in den Medien zu präsentieren, war hierfür von entscheidender Bedeutung.

C. The GOPAC Factor

Zusätzlich zur Schaffung einer einheitlichen Agenda (mit den Issues als "product-features" der House GOP), war es auch notwendig, die "Sellers" zu trainieren. Schließlich waren es die Republican Congressional Candidates, die im Zeitalter der Personalization of Politics das "Produkt" House GOP in den Augen der Wähler verkörperten (vgl. oben II.A., vor allem Fußnote 96). Als ein solches "wählbares Produkt" mußten sie möglichst attraktiv sein und eine echte Alternative zu den Democratic Candidates (und Incumbents) darstellen.

Dies war der House Republican Party lange Zeit nur ungenügend gelungen. Viele Autoren beklagten den geringen Grad an "quality candidates" in den Reihen der House Republican Party. Wie war es dann der House GOP in den Wahlen 1992 und 1994 gelungen, einen relativ hohen Anteil an Freshmen im House zu platzieren? Die Antwort auf diese Frage lautet: GOPAC.

Als Newt Gingrich 1986 die Leitung des im Jahre 1979 gegründeten GOPAC (G.O.P. Political Action Committee) vom damaligen Senator Pierre DuPont (R-DE) übernahm, war GOPAC zu diesem Zeitpunkt eine relativ kleine Organisation, welche ihre Aktivitäten auf die finanzielle Unterstützung einiger weniger State und Local Candidates beschränkte (Wilcox 1995, 47).¹¹¹ Gingrich jedoch erweiterte GOPAC's Aktivitäten und konzentrierte die Bemühungen neben den Fundraising Aktivitäten – notwendige Voraussetzung, um diese Dienste überhaupt bieten zu können – vor allem auf das Rekrutieren und Training von potentiellen Kandidaten.

GOPAC bezeichnet sich selbst als das "Education and Training Center for Renewing America"(GOPAC 1997a). Ziel von GOPAC ist es "to [have]

¹¹¹ Gingrich gab den Vorsitz 1994 nach der erfolgreichen Wahl im November ab.

enough trained activists and community leaders in order to field a candidate in every elective office, who will run on a platform of our shared beliefs to renew America" (GOPAC 1997a). GOPAC beteiligt sich auch aktiv bei der Suche nach geeigneten Kandidaten und hat hierfür einen enormen Fundus an Adressen. Auf diese Weise soll gerade auf den unteren Levels (Local, State) die relativ geringe Präsenz der Republican Party verbessert werden und hierdurch ein Fundament für den Gewinn der Mehrheit in State Houses (und Senates) legen soll. Dieses "Farm Team" zu bilden, aus dem heraus die besten Candidates für ein Federal Office aufgebaut werden, ist somit das eigentliche Ziel GOPAC's.

Gingrichs Strategie war es, durch diesen Aufbau von Candidates und "elected officials" ein Momentum zu gestalten, welches schließlich zu einem Wechsel der Strukturen auch innerhalb der House Conference führen würde:

"If you just kept building momentum and you would capture 70 to 80 percent of the incoming freshmen every two years, at some point you have transformed the whole structure" (Zitat aus Washington Post vom 12. Dezember 1994, A18, zitiert in Bader 1996, 179).

GOPAC versuchte den Nachteil der geringen Zahl von Candidates auf zwei Wegen zu begegnen. Zum einen sollten "quality candidates" durch das Engagement auf der Local und State Ebene aufgebaut werden. Zum anderen jedoch sollte GOPAC durch sein Training Candidates auch möglichst rasch dazu befähigen, eine erfolgreiche Campaign bestreiten zu können.

Die Organisation war dabei so erfolgreich, daß sie sich neben dem NRCC als wichtigste Candidate Organization innerhalb der GOP etablieren konnte:

"For many candidates for the House, the NRCC became secondary in time and effect to GOPAC, led for most of that time by Newt Gingrich" (Koopman 1996, 51).

Zwei Faktoren standen dabei im Vordergrund: das "candidate recruitment" und das Training der Candidates durch Gingrich Vorlesungen, Seminare, Tapes und Videos, sowie den Aufbau von Campaign Themes und sogar Campaign Vocabulary.

1. Candidate Recruitment – Das GOPAC “Farm Team”

Betrachtet man den politischen Erfahrungsgrad der erfolgreichen Challengers und Open Seat Candidates bei Congressional Elections, wird schnell deutlich, daß dieser relativ hoch ist. Anders ausgedrückt: “the strongest congressional candidates are those for whom politics is an career” (Jacobson 1992, 47). Nur solche “career politicians” waren in den den Augen der meisten Autoren sog. “quality candidates”. Diese Bewerber hatten zuvor schon politische Erfahrungen in anderen öffentlichen Ämtern (und damit auch einen höheren Bekanntheitsgrad, Erfahrung bei Campaigns, finanzielle Kontakte etc.) sammeln können und dadurch wesentliche bessere Chancen bei Congressional Elections (vgl. \Jacobson, 1996 #375; Maisel, 1995 #509).

Diesbezüglich zeigen Forschungen einen deutlichen Nachteil der Republicans bei Congressional Elections. Ihr “farm system”¹¹² weist einen geringeren Anteil an politisch erfahrenen Candidates auf als das der Democrats (Maisel et al. 1995, 149). Ehrenhalt argumentiert, Democrats hätten aus einem weitaus größeren Pool von “erfahreneren” Candidates schöpfen können, da für viele Democrats Politik im Gegensatz zu den Republicans ein erstrebenswertes Karrierefeld sei (vgl. Ehrenhalt 1991). Auch Jacobsen sieht vor allem in der abweichenden ideologischen Einstellung von Democrats und Republicans gegenüber Staat und Government diesen Unterschied an “quality candidates” begründet:

“For the most part, congressional careers are built on delivering particularized benefits to constituents, not on dismantling, in the name of efficiency and economy, programs that create the benefits. [...] Thus, any Republican seriously embracing the minimalist conception of government underlying the Reagan revolution is unlikely to view a career in Congress as attractive or satisfying. If government is the problem, not the solution, why pursue a career in politics that can only succeed if you become part of this problem?” (Jacobson 1991, 75)

Viele der Republican Candidates rekrutierten sich demnach nicht aus “career

---

¹¹² Unter “farm-system” wird der systematische Aufbau eines Candidate Pool verstanden.

politicians“, Bewerber mit politischer Erfahrung aus Local und State Offices, sondern aus vormalig in der freien Wirtschaft beschäftigten Personen.¹¹³

GOPAC's großer Verdienst war es, diesen Vorteil der "quality candidates" durch das GOPAC Training und der Unterstützung in der Gestaltung von Campaigns auszugleichen. Parallel neben dem längerfristigen Aufbau eines Farm Teams verzeichnete GOPAC auch rasche Erfolge, da auch Kandidaten, die nicht zuvor ein Amt bekleidet hatten, zu "guten Campaigners" ausgebildet worden waren.¹¹⁴

"Republicans came up [in the 1994 election] with many outstanding candidates who were not career politicians but proved to be very good campaigners" (Rosenbaum 1994, B1).¹¹⁵

Auch die langfristige Strategie GOPAC's machte sich bezahlt. Mitte der Achtziger Jahre investierte GOPAC eine Menge an Ressourcen, um ihr sog. "Farm Team" zu entwickeln: Mögliche Kandidaten wurden auf Listen notiert, angesprochen, "ausgebildet" und im Laufe der Zeit auch gewählt. Viele dieser GOPAC-trainierten Local Officials kandidierten dann in den nachfolgenden Congressional Elections (vgl. Koopman 1996, 51).

Die Wahlen 1994 machten deutlich, wie erfolgreich die Strategie war, GOPAC zusätzlich zu den Anstrengungen des NRCC zu einer zentralen Ausbildungsorganisation der GOP zu machen: Mehr als die Hälfte aller Republican Members im 104th Congress sind in ihrem First oder Second Term (Wilcox 1995, 36).

Auch der Einfluß Gingrichs auf die Conference wird hierdurch sichtbar:

---

¹¹³ Eine Untersuchung der Wahl 1994 zeigt, daß der oben gezeigte Vorteil der Career Politicians zwar weiterhin bestand, der Pool der Republican Candidates sich jedoch nicht wesentlich von dem Pool vorhergehender Wahlen unterschied (Maisel et al. 1995, 149). Eine andere Untersuchung fand heraus, daß auch in vorhergehenden Wahlen relativ viele der erfolgreichen Kandidaten nicht aus dem Pool politisch erfahrener und potentieller Candidates stammten, sondern eher "Amateurs" waren (Maisel et al. 1995, 149).

¹¹⁴ Auch schon 1992 war vielen der jungen, GOPAC-trainierten "superior" (statt "quality") Candidates der Einzug in das House gelungen (vgl. auch Moakley 1992). Sie und die Class of 1994 Freshmen prägten maßgeblich das Bild der Republican Conference des 104th Congress, denn mehr als die Hälfte aller Conference Member waren "first" oder "second-termers" (vgl. auch unten).

¹¹⁵ Jacobson stellt fest, die House Republicans seien 1994 in der Lage gewesen, "(modestly) superior candidates with the right issues" aufzustellen (Jacobson 1996, 204).

33 der 73 neuen House Republican Freshmen waren zu großen Teilen direkte Begünstigte der GOPAC Bemühungen. Auch die meisten anderen Candidates verwiesen auf den GOPAC Einfluß als Begründung für ihre erfolgreiche Wahl (Engelberg and Seelye 1994, A1, 32). Und beinahe 70 Prozent der Conference Member wurden seit der Übernahme der Leitung von GOPAC durch Gingrich in das House gewählt und sind durch Gingrich geprägt oder zumindest indirekt mit Hilfe GOPACs gewählt (Wilcox 1995, 47).

2. Candidate Training

GOPAC nutzt verschiedene Formen, um "seine" Kandidaten zu "quality candidates" zu formen. Eine der wichtigsten Aufgaben GOPAC's ist die Verknüpfung der verschiedenen Gruppen und Leaders (House, State und Local) mit Candidates, sowohl in Bezug auf Informationen, persönliche Kontakte und auch finanzielle Ressourcen.

Unter anderem produziert und organisiert GOPAC monatlich erscheinende Audio- und Video-Tapes (mit Schulungsbeiträgen Gingrichs über wichtige Issues, Campaign Techniques und Inspirational Messages); State-by-State Training Seminars; Regional Conferences, für den Ideenaustausch unter Legislators; eine Website, mit vielen abrufbaren Informationen; einem vierteljährlich erscheinenden Newsletter; District Targeting Services, um Candidates eine zielgruppengerechte Ansprache zu ermöglichen und zweimal im Jahr (April und November) sog. "Charter Member Meetings" als Kontakt- und Informationsbörse (vgl. GOPAC 1997a; Wilcox 1995, 47).

Das Hauptziel GOPAC's besteht darin eine "unified message" zu erzeugen und zu kommunizieren. GOPAC produzierte auch sog. "Word and Theme Lists", sowie bestimmte Issue-Lists und Briefings zu diesen Themen. Hiermit sollten Kandidaten in die Lage versetzt werden, immer auf bestimmte Themen und vor allem mit dem gleichen Vokabular in der Öffentlichkeit und vor allem in den Medien aufzutreten. Diese Wordlists waren zuvor in Focus Groups getestet und – ganz im Sinne der Marketingphilosophie Gingrichs – auf ihre Wirkung hin überprüft und optimiert worden (vgl. auch GOPAC 1997b).

Diese Taktik hatte noch ein weiteres Ziel. In Teil 2 wurde erläutert, daß die Entwicklungen des Post-Reform Congress es der Party Leadership zunehmend schwerer machten, Einfluß auf die Rank and File Member auszuüben. "Zuckerbrot und Peitsche" erwiesen sich mittlerweile als ungeeignete Mittel,

um die House Republicans zu einen und neu zu motivieren (Pitney 1996, 20). Für Gingrich bestand die Lösung darin, "to mold the minds of the members, preferably before they even got to Congress in the first place. And this is what Gingrich did" (Pitney 1996, 20).

Mittels seiner GOPAC Training Tapes half Gingrich eine ganze Generation neuer Republican Activists hinsichtlich ihrer politischen Denk- und Redensweise zu schulen. Senator Rick Santorum (R-PA), der 1990 in das House und 1994 in den Senate gewählt worden war, nannte sich selbst einen Schüler Gingrichs:

"I listened to the tapes all the time driving around in the car. They taught tactics you should use, basic philosophy, how to discuss issues. I was a disciple" (Hervorhebung im Original; Bruck 1995, 62).

Und Paul Weyrich erklärte:

"Many members have told me, 'Until I heard Newt explain this, I never understood the context of my beliefs. I knew, of course, what I believed in – but I didn't understand the crusade we are involved in'" (Hervorhebung im Original; Bruck 1995, 62).

Der Politologe Norman Ornstein bemühte während eines NPR-Interviews gar ein biblisches Bild. Ornstein schien es so, als sei Gingrich für viele House Republicans wie Moses, der seine Leute aus der vierzigjährigen Verbannung in der Wüste ins gelobte Land führe (NPR Interview, November 1994, zitiert in Wilcox 1995, 47).

III. THE GINGRICH-BLOCK – DAS VERÄNDERTE GESICHT DER GOP CONFERENCE

Aus den vorangegangenen Betrachtungen wird deutlich, welchen Einfluß die Person Gingrichs auf die Entwicklung der New House GOP ausübte. Er war – gemeinsam mit einigen wenigen Verbündeten – die treibende Kraft hinter dieser Entwicklung und arbeitete aus den verschiedensten Positionen heraus auf sein großes Ziel, der Erreichung der Majority im House of Representatives, stetig seit seiner Wahl 1978 zum Congress hin.

Zwar macht der "Gingrich Block" nicht die gesamte House Republican Party aus. Zunehmend dominierte jedoch dieser Teil innerhalb der House GOP und übte bis zum 103rd Congress einen maßgeblichen Einfluß auf die Policy und die Taktik der House Republican. Vor allem er verkörperte zunehmend auch nach Außen hin die Partei.

TABELLE III-1

Factions in Each Congress (Percentage of Conference), 97th-103rd

	97th	98th	99th	100th	101th	102th	103th
Gingrich Block	16,7	36,6	40,6	39,6	38,3	38,6	36,4
Moderates	5,7	9,0	10,6	11,3	11,4	9,0	10,8
Old GOP	77,6	54,5	48,9	49,2	50,3	52,5	52,8
Gingrich Block (+ 1/2 Stalwarts)	34,7	51,9	52,3	52,3	51,2	53,1	54,3
Old GOP (+ 1/2 Stalwarts)	59,7	39,3	37,3	36,5	37,5	38,1	34,9
Old GOP (w/o Stalwarts)	41,7	24,0	25,6	23,8	24,6	23,6	17,0

Source: Koopman 1996, 137; Connelly and Pitney 1994, 20; eigene Berechnung. Gingrich Block consists of Enterprisers and Moralists (Black Cells in Teil 2-Tabelle V-1); Old GOP consists of Provincials, Placeholders and Stalwarts (Light Grey Cells in Teil 2-Tabelle V-1).

Stalwarts attempt to combine the sometimes contradictory goals of support for the institution and party advancement, with different members emphasizing one objective over the other. For example, in the 1989 Whip race 23 Stalwarts supported Madigan and 21 voted for Gingrich. Furthermore, since freshmen are likely to be very cautious in joining caucuses or voting against the party in their first years in the House, many first-termers may show up as Stalwarts when, in later congresses, their greater activism may reveal them as Enterprisers or Moderates. The above mentioned example and the fact that half of the incoming freshmen in the 103rd and 104th Congress can be counted as Gingrich allies (GOPAC-trained and -financed) makes it a fair assumption to count half of the Stalwarts as in-fact part of the Gingrich Block. The other half cannot be clearly placed; therefore they are counted as part of the Old GOP block, rather than making guesses about their standing as Moderates.

Tabelle III-1 macht deutlich, daß ein wichtiger Wechsel weg von der Old GOP, hin zu den Enterprisers und Moralists¹¹⁶ (Gingrich Block) nach der Wahl Reagans erfolgte. Zwischen dem 97th und dem 98th Congress stieg die Zahl der Conservative Members innerhalb der Conference um 14 Prozent von 53 Prozent auf 67 Prozent (vgl. Koopman 1996, 138). Der Anteil der Old GOP in

¹¹⁶ Da Gingrich zu diesem Zeitpunkt noch kein Amt innerhalb der Republican Leadership bekleidete, wird an dieser Stelle noch auf die Gruppenzusammensetzung hingewiesen.

der Conference fiel von 77,6 Prozent auf 54,4 Prozent (vgl. Tabelle III-1).

Dieser Wechsel stellte die Grundlage für den Wandel zu der New GOP dar. Der sehr geringe Anteil neuer Freshmen im Congress am Ende der 1980er Jahre und 1990 (Aufgrund sehr hoher Incumbency Rates und sehr geringer Zahl an Retirements; vgl. Ornstein, Mann, and Malbin 1994, 58; Congressional Quarterly Weekly Report 1994, 3237), verhinderte zunächst einen kontinuierlichen Wechsel innerhalb der Membership. Dieser fand verstärkt statt nach den Wahlen 1992 im 103rd Congress und natürlich 1994 statt. Ein Vorbote auf die bevorstehenden Wechsel waren Veränderungen innerhalb der House Republican Leadership, vor allem natürlich die Wahl Newt Gingrichs 1989 zum Whip.

Vor allem den COS Members war es gelungen, nach und nach Leadership Posts zu gewinnen. Der erste COS Vertreter, dem es beinahe gelang, in die House GOP Leadership gewählt zu werden, war COS Leader Duncan Hunter (R-CA). Er trat im Juni 1987 gegen Research Chairman Jerry Lewis (R-CA), einem Vertreter der World War II Generation und ein Economic Conservative, an und verlor diese Wahl nur knapp mit 6 Stimmen Differenz (Connelly and Pitney 1994a, 54).

Doch schon kurz darauf gelang es Hunter und zwei weiteren COS Members, Vin Weber (R-MN) und Bill McCollum (R-FL), im Dezember 1988 mit großen Mehrheiten in die House Republican Leadership gewählt zu werden (siehe Table 3-2 in Connelly and Pitney 1994a, 55).

Der wichtigste Erfolg für den in der Conference immer stärker werdenden "Gingrich Block" war sicherlich die Wahl Gingrichs zum Whip im März 1989. Dick Cheney (R-WY) hatte diesen Posten aufgegeben, da er von President Bush als Defense Secretary ins White House geholt worden war. Edward Madigan (R-IL) war zunächst als klarer Favorit gehandelt worden, da er ein enger Verbündeter Michels und ein Vertreter der Old GOP war. 1990 stellte der *Almanac of American Politics* fest:

"Madigan campaigned as a man who knows how to count votes, how to influence colleagues, and how to work with Democrats [...]" (Barone and Ujifusa 1989, 38).

Gingrich dagegen hatte noch keinerlei Ämter in der House GOP Leadership bekleidet und war durch sein aggressives Auftreten den Vertretern der Old GOP und vor allem den Old Conservatives ein Dorn im Auge (vgl. Hallow

1989, A3).

Gingrich war es jedoch gelungen, mit seinem spektakulären "Kampf" gegen Speaker Jim Wright (D-TX)¹¹⁷ und Tip O'Neill (vgl. Teil 4) die Republican Members zu begeistern und mit seiner Offenheit für neue Ideen auch Moderates und sogar einige Old GOP Vertreter für sich zu gewinnen (Connelly and Pitney 1994a, 56). Gingrichs äußerst knapper Sieg – er gewann mit 87-85 Stimmen – machts jedoch deutlich, daß innerhalb der Conference zu diesem Zeitpunkt noch keine klare Mehrheit für den Gingrich Block und vor allem die Person Gingrichs bestand. Koopman betont:

"In essence, the activist policy-oriented factions coalesced around Gingrich to defeat the more passive constituency-oriented groups that supported Ed Madigan. Gingrich's victory was the first and most important intraparty victory for this coalition of activists, who were to have later successes in other leadership races and in deciding the strategy for the critical 1994 majority-gaining election" (Koopman 1996, 140).

Besonders nach den Wahlen 1992, als 47 Republican Freshmen der Conference ein neues Gesicht verliehen, wurde der Wechsel in der Führung noch deutlicher möglich.¹¹⁸ Die Freshmen machten immerhin ein Viertel der Conference aus und waren überwiegend junge, Conservative Members, welche die "confrontational strategy" Gingrichs, aber auch sein Ziel, eine "responsible" "New" Congressional Republican Party mit einer attraktiven Domestic Agenda zu entwickeln, voll unterstützten (vgl. Koopman 1996, 140). Als GOPAC-trainierte und -unterstützte Candidates waren sie Gingrich besonders eng verbunden (vgl. oben).

Schon kurz nach der Wahl 1992 gab es mehrere richtungsweisende

¹¹⁷ Dieser mußte wegen verschiedener Vorwürfe des Verstoßes gegen die Ethics des House of Representatives zurücktreten.

¹¹⁸ "The redrawing of House seats, scandal, declining job satisfaction, the pursuit of some other office, and a myriad of personal considerations led an unprecedented 66 House members to retire" (Herrnson 1995, 20). Ferner waren durch den House Banking Scandal auch zahlreiche Members in Primaries ausgeschieden oder zumindest politisch leicht angreifbar und dadurch in der Wahl gefährdet. Insgesamt gab es in dieser Wahl 91 open-seat Contests im House und 9 im Senate und somit einen enormen Anreiz für Candidates, sich der Wahl zu stellen (Herrnson 1996, 84-5). Hierdurch wurde ein erster Generationenwechsel innerhalb des House durch die Wahl 1992 ermöglichte, der in der Wahl 1994 fortgesetzt wurde.

House Republican Leadership Wahlen. Die wichtigste war zu diesem Zeitpunkt die Wahl des Chair der Republican Conference, der drittwichtigsten Position innerhalb der Führung nach Leader und Whip. Der Inhaber Jerry Lewis (siehe oben) wurde schließlich, fast ebenso knapp wie Gingrich mit 88-84 Stimmen von Dick Armey geschlagen (Cohen 1992). Die meisten Kommentatoren sahen in dieser Wahl einen "showdown" zwischen der Younger Generation und Ideological Conservatives gegenüber den Traditional und Pragmatic Old GOP Republicans, die Lewis exemplarisch verkörperte (Congressional Quarterly Weekly Report 1992, 1587).

Armeys Sieg verdankte dieser zu großen Teilen der neuen Conference, die seit 1989 zu einem Drittel aus neuen Members bestand (vgl. auch oben). Aufgrund der Secret Ballots bei Conference Elections ist eine genaue Zuteilung zwar nicht möglich. Freshman Martin Hoke (R-OH) jedoch gab an, zwischen 30 und 35 seiner Classmates habe für Armey gestimmt (Krauss 1992, A12).

In zwei weiteren Wahlen – Secretary und Vice Chair – waren es ebenfalls Vertreter der "New House GOP", die eine sichere Mehrheit in der Conference auf sich vereinen konnten. Die Leadership war nach einigen Rücktritten wie etwa von Steve Gunderson (R-WI), Chief Deputy Whip oder Fred Upton (R-MI), Deputy Whip, nun ausschließlich – bis auf ihre oberste Spitze, Leader Michel – in der Hand des Gingrich Blocks (vgl. Connelly and Pitney 1994a, 58).

Gingrich und Armey, den Gingrich als stärksten Konkurrent ansah und darum bemüht war, ihn end in die Leadership zu integrieren, bildeten von nun an die "heimliche" Führung der House Republican Party. Michel zog schließlich die Konsequenzen und gab bekannt, zur nächsten Wahl aus dem Congress auszuscheiden.

TEIL 4:

LOOK WHO'S TALKING NOW – DAS KOMMUNIKATIONSMANAGEMENT DER HOUSE GOP

In den beiden vorangegangenen Teilen wurden die Organisationsstrukturen der GOP, sowie das programmatische und personelle Angebot der House GOP untersucht. Im folgenden soll nun schließlich auf den letzten Bereich der Merkmale einer Medienkommunikationspartei (vgl. Teil 1-II.B.), dem Kommunikationsmanagement der House GOP, eingegangen werden. Vor allem die Bemühungen Newt Gingrichs um eine einheitliche "Message" sind dabei hervorzuheben. Wie dieses Ziel erreicht werden sollte ist Gegenstand des folgenden Abschnitts.

Viele der externen Kommunikationsfaktoren – das Aufkommen des Fernsehens als allgegenwärtiges Massenmedium, die Verbreitung von Pollings, Computern und anderen Marktforschungsinstrumenten im "political business" (professionalization of politics) etc. – und ihre Konsequenzen für die "media politics" oder "media-centered politics" in den Vereinigten Staaten¹¹⁹ – der Wandel der Parteien zu Service-Brokers; der starke Einfluß der Medien und Journalisten auf die Selektion der Candidates; Personalization; "made-for-media" Campaigns; "media-savvy" Candidates als Erfolgsrezept und das Phänomen der Spin Doctors – sind gründlich untersuchte Phänomene der amerikanischen Politikforschung, die an dieser Stelle keiner Wiederholung bedürfen (vgl. etwa Ansolabehere and Iyengar 1995; Cook 1989; Harvey 1994; Jacobson 1992; Mann and Ornstein 1994; Neuman 1996; Peters 1990; Warner and Berley 1995; Herrnson, Patterson, and Pitney 1996; Swanson and Mancini 1996b; Grossman 1995; Shea 1997; Scammel 1995; Just et al. 1996; Lang and Lang 1968; Lang and Lang 1984; Blumler and McQuail 1969; Mendelsohn and Crespi 1970; Ranney 1983; Jamieson 1988; Iyengar 1991; Abramson, Arterton, and Orren 1988; Neuman 1991; Negroponte 1995; Winebrenner 1987; Ginsberg and Shefter 1990; Lippmann 1991; Meyrowitz 1985; McLuhan 1964; Weaver

---

¹¹⁹ Nicht nur dort, sondern überall, wo sich autonome Mass Media Systems etablieren konnten (vgl. Swanson, 1996).

1996; Cappella and Jamieson 1996; Herbst 1996; 1994; Jones 1995b; Lewis 1997; Kurtz 1998).

Vielmehr sollen im Rahmen dieser Arbeit die besonderen Kommunikationsstrategien der House Republican Party, sowohl in bezug auf die interne, als auch auf die extern erfolgte Kommunikation, dargestellt werden.

Schon der Begriff "Medienkommunikationspartei" macht deutlich, daß dabei "die (Massen-) Medien" eine zentrale Rolle einnehmen. Ein Hauptgrund für diese zentrale Stellung liegt in der Tatsache begründet, daß sich das Bild – die "perception" – des Congress' für die meisten Menschen aus den Informationen und Bildern dieser Massenmedien zusammensetzt:

"The impression most people get of Congress and its members comes through the prism of press coverage – and the evidence suggests that the nature, volume, tone, and content of the coverage have all changed sharply in recent years" (Mann and Ornstein 1994, 3).

Die zunehmend negative Berichterstattung über den Congress hat dessen "Image" in der Öffentlichkeit entscheidend geprägt. Obwohl die Institution Congress schon seit längerer Zeit deutliche Ablehnung in der Öffentlichkeit erfuhr, hat sich das Image der Institution während der 1990er Jahre – nicht zuletzt aufgrund der Aktivitäten der "Bombthrower" um Newt Gingrich¹²⁰ – noch einmal drastisch nach unten verschlechtert (vgl. Asher and Barr 1994, 15; Cappella and Jamieson 1996).

Lange Zeit war jedoch ein deutlicher Unterschied zwischen der Bewertung des Congress' als Institution und zwischen der Bewertung des eigenen Representative zu beobachten. Diese Differenz in der Beurteilung zwischen den eigenen Representative und der Institution Congress liegt u.a. auch in der Kommunikationsstrategie der Party Leadership begründet:

"Media strategies embraced by party leaders are designed to advance the programmatic objectives of their caucuses,

---

¹²⁰ "For years, [Gingrich] and his allies have assailed not only the legislative works of Congress but its legitimacy as well. They maintain that the Democratic majority perpetuates itself through closed rules, stacked votes, and gerrymandered districts. But although their target is the Democrats, Gingrich and his conferrers frame their attack in terms of the institution. The House itself, they say, is the perfect metaphor for the failed and corrupt welfare state" (Elving 1994, 184).

not to represent to the public the interests of the institution" (Mann and Ornstein 1994, 6).

Daher verwundert es auch nicht, daß trotz der Ablehnung der Institution Congress die "re-election rate" der Incumbents im House seit Jahrzehnten regelmäßig über 90 Prozent liegt (Wilcox 1995, 12).

In jüngster Zeit haben der House Banking Scandal und zahlreiche Niederlagen während Primaries jedoch bewiesen, daß Members keineswegs mehr immer "sicher" sind (vgl. Asher and Barr 1994, 34). Hohe Incumbency Reelection-Rates können leicht darüber hinwegtäuschen, daß manche der am leichtesten angreifbaren Incumbents gar nicht mehr zur Wahl antreten oder schon in Primaries scheitern, wie das in der Wahl 1992 extrem verstärkt auftrat.¹²¹

Bei aller Bedeutung der Massenmedien, insbesondere des Fernsehens, dürfen andere "Medien" – im Sinne von "Medium" oder "Channels" – nicht übersehen werden (vgl. Herbst 1994; 1996; Grossman 1995). Die Bedeutung neuer elektronischer Medien für die Übermittlung politischer Informationen nimmt rasant zu, vor allem in bezug auf die interne Kommunikation und soll auch hier im Hinblick auf die Aktivitäten der House GOP näher untersucht werden (vgl. I.B.).¹²²

Bevor in diesem Teil auf die externen Kommunikationsstrategien der House GOP eingegangen werden soll, ist es sinnvoll, sich zuvor auf die internen Kommunikationskanäle und -strategien der House GOP Leadership zu konzentrieren.

In Teil 3 wurde bereits die Parallelität zwischen Political und Product Marketing dargestellt. In diesem Teil wird eine weitere wichtige Gemeinsamkeit dieser beiden "Verkaufsstrategien" untersucht:

"[M]any of the techniques [of new-style campaigning and product marketing] are the same, including the meticulous care given to the development of a theme. On the

¹²¹ Auch Newt Gingrich konnte im Jahre 1990 nur mit Mühe und einer Mehrheit von nur 974 Stimmen einen äußerst knappen Sieg gegen seinen Democratic Challenger erringen. Zwei Jahre später, entran Gingrich – nach der Neudefinition seines Wahlbezirkes – nur knapp einer Primary-Niederlage gegen den Republican Herausforderer Herman Clark (vgl. Duncan 1994, 354).

¹²² Hierzu zählt ein vielfältiges Spektrum, etwa Computernetzwerke, das Internet, Newsgroups, Talkradio, Satellite TV, Cable TV, Faxnetworks etc.

basis of these thematic messages, products either do well or vanish. Political campaigns are much the same" (Shea 1997, 147).

Das Ziel ist, eine positive Einstellung gegenüber dem eigenen "Produkt" – den Candidates vor allem aber den Issues und Policies – in der Mehrheit der Bevölkerung zu erreichen. Diese besondere Bedeutung der zu beeinflussenden Mehrheitsmeinung (Public Opinion) manifestiert sich, so Grossman, nicht nur in der Wahl bestimmter Candidates, sondern stellt auch die unerläßliche Voraussetzung zur Erreichung der Policies für deren Umsetzung dar (Grossman 1995, 62).

Gingrich begriff, daß "in the new era of instantaneous and ubiquitous electronic communication" (Grossman 1995, 62) eine effektive politische Führung nicht nur eine Mehrheit der eigenen Members, sondern vielmehr auch eine Meinungsmehrheit in der Öffentlichkeit herstellen müsse. Darum war er auch stets bemüht – deutlich sichtbar etwa in seinen Auftritten in C-SPAN mit seinen COS-Kollegen – einen möglichst großen und vor allem öffentlichen Kreis und nicht nur die kleine "Washington Community" und einen Eintrag in den *Congressional Record* zu erreichen (vgl. Pitney 1996, 14-5).

Dieser Abschnitt beschäftigt sich zuerst mit der internen Kommunikationsstrategie der House Republican Party, um anschließend auf einige besondere externe Kommunikationsstrategien der House GOP Leadership unter Newt Gingrich und Dick Armey näher einzugehen. Eine besondere Stellung nimmt in diesem Teil der schon mehrfach im Verlauf der Arbeit angesprochene *Contract with America* ein. Anhand dieser "Fallstudie" soll exemplarisch deutlich gemacht werden, welche Formen das moderne Kommunikationsmanagement einer Medienkommunikationspartei konkret annehmen kann.

I. INTERNAL COMMUNICATIONS STRATEGY

Mit Internal Communication Strategies sind jene Kommunikationsbemühungen der House GOP gemeint, die sich auf Mitglieder, Members, Financial und andere Supporters, Campaign Aids etc. konzentrieren. Dabei sind natürlich Überschneidungen mit externen Kanälen ständig vorhanden.¹²³ Dennoch soll

¹²³ So kann man argumentieren, daß die "Special Orders Speeches" der COS Members, welche in C-SPAN übertragen wurden, zwar hauptsächlich der internen Kommunikation dienten, gleichzeitig jedoch auch eine wichtige externe Funktion wahrnahmen. Genausogut

hier in dem Bewußtsein dieser "Doppelfunktionalität" der Versuch einer Einordnung in interne und externe Kommunikation unternommen werden.

A. Haley Barbour (RNC Chairman)

Einer der wichtigsten Erfolge Gingrichs war es, die verschiedene Teile der GOP besser miteinander zu verknüpfen. Grundlage hierfür war vor allem eine Verbesserung (in manchen Fällen eher Schaffung) der internen Kommunikationsstrukturen. Besondere Unterstützung erfuhr die House Republican Leadership hierbei vor allem durch Haley Barbour, welcher eine besondere Rolle bei der Umsetzung der Kommunikationsstrategie bezogen auf die Gesamt-GOP spielte.

Barbour sah die Hauptaufgabe des RNC darin, die verschiedene Teile der Partei enger miteinander zu verzahnen, um eine einheitliche "Message" überhaupt erst zu ermöglichen:

"I think it takes a very inclusive and broadly participatory process of Republicans. Everybody who is part of our coalition needs to have a seat at the table as we work through what's the right message and how do we best articulate it" (Faucheux, Clark, and Stewart 1993, 33).

Diese Offenheit und Diversifikation sollte jedoch nur Bestandteil der *Ideenfindung* sein, nicht jedoch bei der *Artikulation* der Message zu Tage treten und diese somit unglaublich gemacht werden. Auch House Republican Conference Chairman, John Boehner (R-OH), hob Barbours besondere Rolle in diesem Bemühen um eine "einheitliche Sprache" der Republicans hervor:

"Coordinating the communications between House Republicans and Senate Republicans in the absence of having a President of your own party and that [White House] soapbox necessarily required us to be singing out the same hymnal. I think Haley [Barbour] played a very key role in uniting Republicans in opposition [...]" (Barnes 1995, 476).

---

könnte man argumentieren, die Special Order Speeches hätten hauptsächlich der externen Kommunikation mit möglichen Wählern gedient, seien gleichzeitig jedoch auch ein Instrument der Kommunikation nach Innen gewesen.

Barbours wichtigste Rolle als RNC Chairman war es demzufolge, als "liaison", "catalytic agent" oder "Bindeglied" zwischen den verschiedenen Teilen der GOP (bspw. den GOP Governors, Senate Members, House Members) zu agieren. Als weiterer wesentlicher Vorteil erwies sich aber auch sein Fundraising Talent, welches ihm beispielsweise ermöglichte, \$400.000 für die Verbreitung und Werbung des *Contract with America* von Seiten des RNC bereitzustellen (Barnes 1995, 477).

B. Alternative Media

Ein weiterer wichtiger Bestandteil der internen Kommunikationsstrategie nicht nur der House Republican Party, sondern der GOP insgesamt ist die sog. "Alternative Media" oder auch "New Media" (Weaver 1996). Hierunter zählen nicht nur die "neuen Medien" wie das Internet, Faxdienste oder Computer Bulletin Boards, sondern auch zahlreiche neue Kabelfernseh- und Satellitenkanäle, die einen direkten Kontakt der Leadership und der Members mit ihren Supporters (und potentiellen Supporters) ermöglicht.

Vor allem die Verknüpfungen der Gruppen untereinander sind durch Alternative Media Kanäle (im Sinne von Distributionswegen) erstmals in großem Maße realisierbar. Ein Beispiel für die verschiedenen Möglichkeiten der Ansprache und Verknüpfung ist etwa die Arbeit der Organisation "Free Congress" Paul Weyrichs, welche zahlreiche Kommunikationskanäle – angefangen von Briefen, Meetings, bis hin zu Fernsehauftritten in einem eigenen Satelliten- und Kabelkanal – nutzt:

"Free Congress, directly or through other groups that its leader Paul Weyrich started or helped form, is heavily involved in fundraising, grassroots agitation, and more recently electronic media with NET, national Empowerment Television" (Koopman 1996, 74).

Aber nicht nur Organisationen außerhalb der GOP, sondern auch die Partei selbst unterhält das ganze Spektrum an heute möglichen Kanälen: von der Member-Newsletter über Websites bis hin zu GOP-TV. Exemplarisch sollen im Rahmen dieser Arbeit zwei dieser Kanäle, die elektronischen Netzwerke und GOP-TV, näher dargestellt werden.

1. Elektronische Netzwerke

Das Internet und zahlreiche andere elektronische Netzwerke (Intranets, Computer Bulletin Boards, Faxnetworks) haben sich mittlerweile zu einem wichtigen Bestandteil der internen Kommunikationskanäle der Republican Party entwickelt. Wie schon in Teil 2 beschrieben, war die GOP sehr früh bemüht, Computer in die Organisationsstrukturen zu integrieren (etwa im Bereich Direct Mailing oder später als Informations-Network für Campaigns). Dies liegt zum einen in den vergleichsweise geringen Kosten, zum anderen aber auch in der Schnelligkeit und vor allem in der Direktheit des Mediums:

"The Internet and other spurts of the information superhighway have emerged as powerful links between politicians and voters" (Lewis 1994, A1).

Grossman stellt eine wahre "Invasion" der Politik im Cyperspace vor: Eine Reihe völlig neuer "professional grassroots lobbying firms" habe sich mittlerweile auf die Aufgabe spezialisiert, mit Hilfe computerisierter Listen und Telephone Banks in sog. "boiler rooms" öffentlich Stimmungsmache von der "Basis" gegen Bezahlung zu betreiben. Nun, da die öffentliche Meinung – beinahe stündlich in irgendeiner neuen Poll gemessen – eine zentrale Rolle im politischen Entscheidungsfindungsprozeß einnehme, werde auch die öffentliche Meinung zu einem käuflichen Gut: "it too is being bought and delivered – for a price – to members of Congress and the White House" (Grossman 1995, 16).

So erreicht man etwa über die Website "Town Hall", welche eine Virtual Conservative Community simulieren möchte, zahlreiche Conservative Organizations, manche mit einem direkten Bezug zur GOP.¹²⁴ Hier findet sich ein reichhaltiger Pool an Supporters, der ohne großen Aufwand mit Informationen versorgt werden kann und deren Benutzer ("user") wiederum als Multiplikatoren in ihrer jeweiligen Umgebung dienen. Zwar können nicht alle User als

---

¹²⁴ Hierzu gehören etwa die American Association of Christian Schools, American Conservative Union, American Legislative Exchange Council, Capital Research Center, Capitol Online Speakers Bureau, Claremont Institute, Conservative Political Action Conference '97, Empower America, Family Research Council, Headway Magazine, The Heritage Foundation, Intercollegiate Studies Institute, Landmark Legal Foundation, Media Research Center, National Review, National Taxpayers Union Foundation, Oliver North Radio Show, Radio America, The Bradley Foundation, The Leadership Institute, The Progress & Freedom Foundation, Washington Times National Weekly Edition, Young America's Foundation.

“echte” Grassroot der Republican Party gezählt werden. Ein Teil von ihnen – und kein geringer – lässt sich aber sicherlich der GOP Grassroot zurechnen und ist sehr wichtig für die Mobilisierung der öffentlichen Meinung (vor allem in Verbindung mit anderen New Media Kanälen, wie etwa Talk Radio Shows).

Die GOP unterhält aber auch zahlreiche eigene Websites und verknüpft hierüber die verschiedenen Teile der Partei auf äußerst kostengünstigem und unkompliziertem Weg. Beispiele hierfür sind die Sites des NRCC (hier finden sich beispielsweise Verknüpfungen zu den Regional Offices oder Officials in der GOP), die verknüpften Webauftritte der House GOP (Leadership und Members) und des RNC oder GOPACs.¹²⁵

Dort findet der interessierte und mögliche Supporter einen leichten Einstieg zur Mithilfe und kann sich eigenständig und bequem von zuhause aus per Mausklick den Grad seiner Unterstützung (angefangen bei finanzieller Hilfe bis hin zu echter “grassroot action”) wählen und ohne großen Aufwand eine Anlaufstelle oder sogar ganze “Campaign Supporter Packages” herunterladen. Bei GOPAC findet der potentielle Candidate darüber hinaus ganze Listen mit Vokabeln und “one-liners” und anderen “soundbite”-gerechten Formulierungen zur Benutzung bei Campaigns und Speeches mit Hinweisen zur Verwendung und Strategie und Aufbau der GOP Campaign Message oder Theme.

2. GOP-TV

Nicht nur die House Republicans, sondern die GOP insgesamt profitiert von den Bemühungen des RNC, Party Officials, Members, Supporters und Sympathizers über elektronische Medien zu erreichen. Ein wichtiges Element in diesen Bemühungen sind die Anstrengungen des RNC, mit GOP-TV und der Einrichtung und Bereitstellung modernster Studio- und Übertragungstechnik eine verbesserte Kommunikation zwischen der Party Leadership und den Members und Supporters, aber auch zwischen Members und ihrer Constituency zu ermöglichen.

Dank einer \$2,5 Mio Spende des Amway Corp. Chairman Jay Van Andel

¹²⁵ Vgl. <http://www.nrcc.org>; <http://hills.source.house.gov>; <http://www.rnc.org> und bemerkenswerter Weise <http://www.gopac.com> (GOPAC verwendet die Endung “.com” [wie company] welche auf ein kommerzielles Unternehmen hinweist und nicht, wie sonst in diesem Bereich üblich, die Endung “.org” [wie organization] oder – sofern im Office – “.gov” [wie government])).

und des President Richard DeVos im Jahre 1993 war es dem RNC möglich, die hauseigenen "media facilities" zu erneuern und zu erweitern. Nunmehr war es möglich, ein eigenes, von den Networks und TV Stations losgelöstes, über Cable und Satellite "in-house" (also ohne zusätzliche Arbeit in einem externen Studio) verbreitetes Programm zu produzieren und selbst zu versenden. Das RNC beschreibt GOP-TV wie folgt:

"The first news and entertainment television network from a political party to be available in millions of homes and businesses, GOP-TV gives you the latest news-breaking information on the Republican Party's leaders, ideas, issues and concerns. Its programming is available direct via satellite, cable systems and television stations nationwide" (RNC 1998).

Das wichtigste von GOP-TV produzierte Programm ist *Rising Tide*. Die halbstündige, wöchentlich produzierte Show, welche zunächst von Haley Barbour moderiert wurde, beinhaltet Nachrichten über die neuesten Republican Initiatives im Congress und in den Statehouses, sowie Interviews mit Officials aus der Leadership (Newt Gingrich war und ist häufiger Gast) und auch Members aus Committees etc. Ferner gibt es die Möglichkeit, per Telephon Fragen an die interviewten Personen zu richten und somit einen direkten Kommunikationskanal zwischen Leadership und Grassroot Supporters. Zusätzlich zu den Einspielungen in die viele Kabelnetze des Landes wird das Programm per Satellit zu über 4.000 Local GOP Organizations übertragen. Einige Party Organizations wie die College Republicans, Young Republicans oder Local Republican Women's Groups planen häufig ihre Meetings entsprechend den Sendeplänen des GOP-TV Programms (Berkowitz and Lilienthal 1994, 241).

Zum einen wird hiermit die Möglichkeit der direkten Interaktion der Grassroots mit der Leadership ermöglicht, zum anderen dient aber auch dieser Kommunikationskanal als Fundraising Instrument:

"[W]ith the assistance of a toll-free telephone number, the show has become a valuable fund-raising tool. Money raised from on-air appeals covers the program's production costs [...]. And the average age of the donors is

significantly lower than for the party's direct-mail program" (Barnes 1995, 478).

Somit werden also nicht bereits bestehende Geldquellen "kannibalisiert", sondern neue Geldgeber gefunden – ein sehr wichtiger Vorteil für die Republican Party.

Ferner fungiert dieses "in-house media center" als Produktionsstätte für Congressional Members. Häufig werden die Studios benutzt, um Live Interviews via Satellit mit Local TV Stations im Heimatstaat des Member's zu ermöglichen. Ferner wird jeden Werktag ein 15-minütiger "news feed" aus editierten Beiträgen von Republican Members auf News Conferences oder Floor Speeches (und anderen Events) produziert, der quasi einen elektronischen Presseverteiler darstellt. Die Beiträge werden den über 750 TV Stations vorher per Fax kurz vorgestellt, damit diese eventuell für sie interessante Beiträge einplanen und die Satellitenübertragung aufzeichnen können. In welchem Umfang diese Beiträge tatsächlich von den Stationen genutzt werden, ist nicht genau festzustellen. Dennoch gab Chuck Greener, 1995 RNC Communications Director, an, Teile des News Feeds seien in relativ großen TV-Märkten wie California und Massachusetts erschienen (Barnes 1995, 478).

Auch Berkowitz und Lilienthal heben hervor, daß die GOP gegenüber der Democratic Party einen Vorteil in der Benutzung der elektronischen Medien zur Kommunikation mit ihrer eigenen Membership besitzt:

"Just as the Republicans proved more adept at harnessing the power of television advertising in the 1950s and computer technology and direct mail and survey research in the 1960s and 1970s, they are once again leading the Democrats in the use of cable and satellite television to communicate with their membership. If the widespread use of television advertising and computers replaced the old-style political gathering and citizen participation in politics, the GOP's use of cable and satellite television are helping to bring them back" (Berkowitz and Lilienthal 1994, 241).

Die für die Congressional Republicans erfolgreichen Wahlen 1994 und 1996 beweisen, wie richtig diese Vermutung ist, da viele Congressional Members

(und vor allem die House Leadership) dieses Medium nutzten und zu einem wesentlichen Kommunikationskanal mit den Grassroots entwickelten.

Zunehmend machen auch andere Teile der Partei von diesem Medium als Kommunikationskanal mit den Grassroots der Party Gebrauch: State Parties wie die Washington Republican State Party verbanden auf diese Weise Officials des Landes, Senator Slade Gorton (R-WA) und Representative Jennifer Dunn (R-WA), mit Party Activists während eines Precinct Caucuses des Staates; GOP-TV wurde benutzt, um "The 1994 Republican Community Forum" zu übertragen; und der Presidential-hopeful Lamar Alexander versuchte, über sein Republican Exchange Satellite Network (RESN), welches sog. *Republicans Neighborhood Meetings* veranstaltet, Kontakt zu Republican Grassroots aufzunehmen und zu pflegen (Berkowitz and Lilienthal 1994, 242).

C. Congressional Briefings

Schon bald nachdem Dick Armey als frisch gewählter Conference Chair Newt Gingrich in die House Leadership gefolgt war, begannen beide mit weitreichenden Änderungen der Organisation – vor allem auch der internen Kommunikationsstrukturen – und bemühten sich darum, die House GOP mit möglichst "einer Stimme" nach Außen sprechen zu lassen. So erstellte Armey einen sog. "Boarding Pass" für die Republican Representatives. Jeden Donnerstag – bevor viele Members zu ihren Districts für Weekend Constituency Work zurückkehren) – erhielten alle Republican Members ein mehrseitiges Fax, "outlining party themes to use during weekend public appearances in districts" (Koopman 1996, 141-2).

Andere Beispiele für Initiativen der House Leadership für eine direkte Kommunikation und einen Austausch zwischen Leadership und Grassroot Support waren Nationwide veranstaltete sog. "Town Meetings", die sich mit aktuellen Themen des Congress' beschäftigten, sehr ausführliche Issue Briefs, welche aktuelle Issues aus der Sicht der Republicans behandelten, verstärkte Unterstützung und Beratung bei National und Regional Media Contacts sowie "op-ed pieces" und sogar der Versuch der Koordination der Informationen über Bills, die – unabhängig von der Leadership – von House Republicans eingebracht worden waren (Koopman 1996, 142). Diese Koordination nahm insbesondere nach den weiteren Veränderungen in der House GOP Leadership im 103rd Congress verstärkt zu (vgl. Teil 3-III). Ziel der neuen Leadership war

es, "alternative policies across the spectrum" anzubieten und nicht nur in "traditionellen" Republican Gebieten (Freedman 1993, 148).

Newt Gingrich und Dick Armey waren vordringlich bemüht, die Republican Members mit einer Stimme sprechen zu lassen. Vor allem die vielen jungen Member und Freshmen in der Conference waren dankbar für Armeys Initiative, ein "Briefing Book" zu erstellen, das allen Members ermöglichte, in möglichst vielen Issues und Fragen auf dem gleichen Informationsstand wie ältere und erfahrenere Members zu sein. Er lieferte ihnen zusätzlich sogar eine Diskette mit "sample responses", welche die Republican Member für ihre zahlreiche Constituent Mail verwenden konnten (Freedman 1993, 148).

Der oben erwähnte vierseitige "Boarding Pass" war ebenso ein wichtiges Briefing Instrument der Leadership, begründet auf dem Bemühen, alle Member "im Gleichklang" erscheinen zu lassen. Er beinhaltete typischerweise

"a 'weekend theme' for attacks on Clinton and the Democrats, details of GOP alternatives, a calendar of party events, news highlights, and suggested hot-button lines for local speeches" (Cohen 1993b, 2891).

Somit erreichten Gingrich und Armey, daß alle Republican Members immer auf ein ganz bestimmtes Thema eingingen und dieses über das ganze Land verteilt gleichermaßen – und sogar mit den gleichen "catchy sound bites", die einen kurzen Insert in die Local News Show sichern sollten – zum Thema gemacht wurde. Diese einheitliche Gestaltung der Message war Newt Gingrich und der GOP Leadership besonders wichtig. Gingrichs Verständnis von Politik war das eines "war without blood", wobei im Zeichen des Informationszeitalters Worte als Waffen eingesetzt werden mußten:

"[W]e live in an information age in which the weapons of choice are words and the winners are those who define them, redefine, test them, deliver them, and repeat them in ways that devastate the opposition or provide the best protection against enemy attacks" (Zitat in Maraniss and Weisskopf 1996, 128).

Auch Barbour schlug in die gleiche Kerbe. Einer seiner Mitarbeiter gab an, Barbours Ziel sei es "to continually flood the faxes, flood the technology, with as much information as you can of what you are doing and why" (Zitat in

Maraniss and Weisskopf 1996, 131), während Barbour selbst als oberstes Gebot angab:

“Once you find a theme, the biggest thing is to get everybody saying the same thing. The only way you can market penetration is through repetition, repetition, repetition”
(Hervorhebung hinzugefügt; zitiert in Maraniss and Weisskopf 1996, 131-2).

Richard E. Cohen, Autor beim *National Journal* und langjähriger Beobachter der House Republicans, stellte nach der Übernahme der House Majority durch die Republicans einen deutlichen Wandel zur Professionalization innerhalb der House Republican Party fest:

“GOP leadership aides ensconced in the Capitol’s back rooms are scheduling and monitoring legislative plans with sophisticated computer software that construction and engineering superintendents typically use to manage hundreds of workers on complex projects. Democrats complain that they cannot gain direct access to this information. The fact is, neither can Republican chairmen”
(Cohen 1995, 528).

Diese Beschreibung zeigt auch, wie zentralistisch die House Führung auf wenige Personen hin ausgerichtet wurde. Zwar analysiert Cohen die Situation nach der Wahl 1994, die Anlage und die Planung einer solchen Organisation fand ihren Ursprung aber weit vorher. Allan Freedman beschreibt etwa die Bemühungen Dick Armeys um eine Verbesserung der internen Kommunikationsinfrastruktur der Conference schon kurz nach seiner Wahl zum Conference Chairman im Jahre 1993, in denen die Grundlage für die oben beschriebenen Veränderungen leicht zu erkennen ist (Freedman 1993, 148).

Herrnson, Patterson und Pitney betonten ebenfalls in ihrem Text *“From Ward Heelers to Public Relation Experts”* die wichtige Rolle, die Gingrich bei all diesen Veränderungen der Congressional GOP Leadership und ihrer Strategie einnahm:

“Gingrich seemed likely to transform the Republican leadership, for he had long understood that the House

was no longer simply a lawmaking body but also platform for national communication" (Herrnson, Patterson, and Pitney 1996, 258).

Insbesondere nach der Erreichung der Majority im House wurde deutlich, daß nun, da die House GOP auch über die notwendigen Ressourcen verfügte, die im Ansatz schon geschaffenen und oben beschriebenen Maßnahmen Teil einer groß angelegten und klar durchstrukturierten strategischen Planung der Kommunikationsbemühungen (und hierdurch Leitung der House Party) durch die House GOP Leadership waren und nicht etwa einzelne isolierte Bemühungen der verschiedenen Personen in der Leadership.

Das Ende 1994 geschaffene CommStrat Team (Communications Strategy Team) ist ein gutes Beispiel dafür, inwieweit die Grundlagen für spätere Organisationsstrukturen und Kommunikationsagenten der House GOP als Majority Party schon viel früher, nämlich nach der Wahl Newt Gingrichs zum Whip, gelegt worden waren, welche Bedeutung die House Leadership unter Gingrich schon frühzeitig diesem Feld beimaß und auch welche Herangehensweise dieses Strategie kennzeichnete. Das CommStrat Team bestand aus Communication Professionals und hatte die Aufgabe, die Policy Plans der House GOP zu kommunizieren. CommStrat selbst nannte etwa den Medicare Plan der House GOP (im Jahre 1995) getreu der Marketingfachterminologie "the product" und behandelte diesen als "account":

"Every morning at eight, the press secretaries of CommStrat would participate in a conference call to discuss their message for the day. They would go over what the party office would say in its faxes, what House Members on a special Theme Team were planning for the one-minute speeches and longer special orders that begin and end the day on the floor, and what the House Republican Conference was doing to provide cover for members back in their home districts" (Maraniss and Weisskopf 1996, 129).

Hier wird der Übergang zur externen Kommunikation besonders deutlich. Viele der oben dargestellten Kommunikationskanäle und -strategien hatten auch eine wichtige externe Funktion (und insbesondere natürlich das Com-

mStrat Team, dessen Aufgabe ja gerade die Koordination der externen Kommunikation war). Doch damit die House GOP mit "einer Stimme" sprechen, "nationwide" auf immer die gleichen Issues eingehen und diese auch mit dem gleichen Vokabular kommunizieren konnte, mußten die oben beschriebenen inneren Informationskanäle und -strukturen erst einmal geschaffen und etabliert werden.

Nur so blieb gewährleistet, daß ein einheitliches Auftreten nach Außen – in Gingrichs Worten der "unified approach to communications" – überhaupt möglich und erfolgreich war. Diese immanente externe Wirkungsfunktion und andere externe Kommunikationsstrategien der House Republicans sind Inhalt des folgenden Abschnittes.

II. EXTERNAL COMMUNICATIONS STRATEGY

Auf die Bedeutung der verschiedenen Congressional Briefings gerade für die externe Kommunikation und die Schaffung diverser neuer Kommunikationskanäle wurde zuvor schon hingewiesen (vgl. I.C.). Statt dessen sollen weitere Strategien und Kommunikationskanäle, wie etwa die Benutzung der "Special Orders" für Auftritte in C-SPAN der COS und ihre Bedeutung für die House Republican Leadership dargestellt werden.

Jacobson stellt fest, wie wichtig die Kombination einer zentralen Organisation und finanzielle Ressourcen sind, um eine effektive Kommunikationsstruktur überhaupt erst zu ermöglichen:

"Two resources are necessary to communicate with voters: money and organization. They may be combined in different ways, but overcoming serious opposition requires adequate supplies of both. Money is crucial because it buys access to the media of communication: radio, television, newspapers, direct mail, pamphlets, billboards, bumper stickers, bullhorns, and so on. Organization is necessary to design and execute campaign strategy, to raise money, to schedule the candidate's use of his or her personal time and energy to reach voters and more active supporters efficiently, and to help get out the vote on election day" (Jacobson 1992, 63).

Die House Leadership war daher besonders darum bemüht, die guten Kontakte mit dem RNC und insbesondere Haley Barbour, zu intensivieren und parallel über Organisationen wie GOPAC eine möglichst weitgehende Koordination der Bemühungen zu erreichen. Gingrich erkannte in diesem Zusammenhang die besondere Rolle der Finanzierung gerade für die kommunikativen Aufgaben, die notwendig waren für die Erreichung seines großen Ziels: die Majority im House of Congress.

Beispielhaft ist dafür etwa Gingrichs Unterstützung Bill Paxons – “a cheerleader sort who brought business resources to the table” (Maraniss and Weisskopf 1996, 7) – bei der Wahl zum neuen Chair des NRCC als wesentliche Grundlage für die Communication Efforts der House GOP Leadership. Ohne Paxon und Barbour wäre ein unrühmliches Ende – der finanzielle Bankrott – für den NRCC durchaus wahrscheinlich gewesen.¹²⁶ Ohne dessen Unterstützung der verschiedenen Candidates wäre der Erfolg der Wahlen 1994 und das Zustandekommen des *Contract with America* unmöglich geworden.

A. Media Strategy

Zu den von Dick Armey neu geschaffenen Informations- und Kommunikationsagenten der House Republican Party gehören beispielsweise das sog. “Rapid Response Team” und das “Theme Team”, die beide in Anlehnung an Innovationen der Democratic Party und Bill Clintons, entstanden. Hiermit sollten die elektronischen Medien und die Presse Washingtons mit “Alternativinformationen” versorgt werden, um ein Gegengewicht zur Democratic Agenda zu schaffen.

---

¹²⁶ Nach der Wahl 1992 war das NRCC mit \$8 Mio. verschuldet und stand im Januar 1993 kurz davor, den Bankrott erklären zu müssen. Bill Paxon, der die Führung des NRCC am 7. Dezember 1992 übernommen hatte, kürzte die Belegschaft um 75 Prozent und es gelang ihm, mehr als hundert GOP Lawmakers zu einer Spende für das NRCC zu verpflichten. Dennoch blieb das NRCC mit mehr als \$4,5 Mio. verschuldet. Haley Barbour war es 1993 nach einem spektakulären und erfolgreichen Direct-mail Program möglich, mit kurzfristigen Krediten und auch personeller Unterstützung das NRCC wieder zu neuen Leben zu verhelfen. Sowohl Paxon, als auch Barbour waren stark daran interessiert, die verschiedenen GOP National Committees enger miteinander zu verzahnen. Paxon war noch 1991 von manchen seiner Kollegen dafür kritisiert worden, daß er mehr als \$50.000 für Republican State Senate Candidates – die auch maßgeblich an der Redistricting seines Congressional Districts beteiligt sein würden – gespendet und gesammelt hatte und weitere \$10.000 jährlich für den state GOP Senate Campaign Fund versprach. Barbour hatte mit seiner Hilfe für das NRCC die Einstellung eines engen Vertrauten, Gaylord (ebenso auch ein Freund Gingrichs), als Berater verbunden, dessen Hauptaufgabe von einigen darin gesehen wurde, “to cement the ties between the RNC and the NRCC” (Donovan 1992, 3784; Barnes 1995, 475-6; Connelly and Pitney 1994, 142).

Das "Theme Team" war ein Versuch, dem "Message Board" der House Democrats einen eigenen Informationsagenten entgegenzusetzen. Es produzierte und publizierte meist "negative salvos" gegen Clinton Policies (Cohen 1993a, 880).

Das im Januar 1993 ins Leben gerufene "Rapid Response Team" war eine blanke Kopie einer Campaign Idee James Carvilles, "top strategist" der Clinton Presidential Campaign und danach Kommunikationsberater des Präsidenten, im Wahlkampf 1992. Aufgabe des Teams war es, möglichst schnell auf die Policy Initiatives und Statements des White House und der Democratic House Leadership mit eigenen Initiativen und "party commentary" zu antworten (Koopman 1996, 141).

Gingrich und die House GOP Leadership waren immer stärker darum bemüht, die Veränderungen innerhalb der House Republican Party (vgl. Teil 3) auch nach außen zu kommunizieren. Alte Klischees in den Köpfen der Journalisten sollten beseitigt werden. Kurz, das *Image* der Partei sollte grundlegend verändert werden. Dazu sollte die "New" House GOP aggressiver nach außen agieren und sich aktiver in die öffentliche Debatte einmischen, statt nur innerhalb des Congress' Verständigung mit den Democrats zu suchen.

Die Aussage in einer Studie über "media use" in Presidential Campaigns getroffen wurde, läßt sich leicht auch auf Congressional Candidates übertragen:

"In contemporary campaigns, candidates devote considerable money and energy to constructing images of themselves in the media. Clearly, they expect that the way they present themselves in ads, debates, candidate interviews, and news coverage will pay off with voters" (Just et al. 1996, 177).

Gingrich selbst war immer darum bemüht, durch sein Image des "Kämpfers" und des "Anführers" in einem "war without blood" zu etablieren und zu festigen und dadurch die "Moral der Truppe" aufrecht zu erhalten. Er formulierte einmal während der Reagan Administration seine Gedanken so:

"Television communicates morale. For example, people in the executive branch will watch their champions fight on a topic. That builds morale of the people in the executive

branch so they will take more risks" (Zitiert in Lamb 1988, 120).

Gringrichs Auftritte während der Special Orders in C-SPAN und vor allem sein "Showdown" mit dem damaligen Speaker Tip O'Neill sowie sein berühmter "ethics war" mit Speaker Wright, waren ein gutes Beispiel für diese Art des Imageaufbaus über die Medien. Der "Camscam"¹²⁷ Skandal brachte Gingrich nicht nur große Sympathien innerhalb der House Republican Conference ein, sondern beförderte ihn auch mit einem Mal vom Rank-and-File Member zum "star" (Koopman 1996, 32) bzw. zur "national figure" (Connelly and Pitney 1994a, 78):

---

¹²⁷ Unter dem Begriff "Camscam" wurde der Streit zwischen der Democratic House Leadership – vor allem jedoch Tip O'Neill – und den COS Members um die "Special Orders" der COS und deren Übertragung in C-SPAN zusammengefaßt.

Im Frühjahr 1984 schrieb der Republican Aid Frank Gregorsky einen Report, in welchem er den Congressional Democrats eine "radical worldview" vorwarf, in welcher "there is no crime by a Communist army or government that can't either be trivialized or blamed on America" (Congressional Record 1984, 3545). Am 8. Mai präsentierten Newt Gingrich und Robert Walker (R-PA) – beide COS Member – diesen Report in ihren Special Order Speeches, die sich hauptsächlich an das C-SPAN Publikum richteten. Der Inhalt dieses Reports erboste die Democrats dermaßen, daß David Obey (D-WI) die Republicans auf dem Floor des MacCarthyismus bezichtigte. Da der Report auch ausdrücklich O'Neills Freund, Rep. Edward Boland (D-MA), kritisierte, griff der Speaker persönlich ein. Als Walker am nächsten Abend "tried something similar, I [O'Neill] called Charlie Rose, the member in charge of television and told him I thought the cameras should pan the entire chamber. Charlie informed the camera crew, and when they showed the empty hall, Walker looked like a fool" (O'Neill 1987, 354).

Als Walker mitten in seiner Rede realisierte, was geschehen war, bemerkte er: "It is one more example of how this body is run; the kind of arrogance of power that the members are given that kind of change with absolutely no warning" (Congressional Record 1984, 3762). Republicans warfen anschließend O'Neill vor, er habe seine Autorität mißbraucht, einem Vorwurf, den O'Neill selbst acht Jahre später zumindest teilweise zustimmte (vgl. Winneker 1992, 1).

Daraufhin verschärfte sich die Konfrontation zwischen Democrats und Republicans vehement und Democrats warfen den Republicans vor, sie seien nicht rechtzeitig über die Kritik an ihrer Person informiert gewesen, um daraufhin während der Special Order anwesend zu sein.

In ungewohnter Weise kam O'Neill nach längerer Diskussion zwischen Gingrich und einigen Democrats selbst in die Well um zu sprechen. Es kam zu seinem mittlerweile legendären Ausspruch: "My personal view is this: You deliberately stood in that well before an empty House and challenged these people, and you challenged their Americanism, and it is the lowest thing I have ever seen in my 32 years in Congress" (Congressional Record 1984, 3843).

Daraufhin verlangte der damalige Whip (und heutige Senate Leader) Trent Lott (R-MS), diese Worte müßten "taken down" werden (d.h. "ruled out of order"). Der Presiding Member gab dieser Motion recht; der Ausspruch O'Neills, so der Chair, "should not be used in debate" (Congressional Record 1984, 3843). Es war das erste Mal seit 1797, daß ein Speaker auf diese Weise ermahnt worden war (Granat 1994, 1166).

"Even moderate House Republicans lauded Gingrich, because most of them hated O'Neill. The ruckus made the network TV news, and stories about Gingrich appeared in print across the country" (Pitney 1988, 15).

Wie oben in B.2. bereits dargestellt, war die GOP (vorwiegend das RNC als "Service Provider" der Party) in Zusammenarbeit mit den Congressional Parties, insbesondere jedoch der House Leadership, darum bemüht, alternative Kanäle zur Kommunikation mit den Supporters, aber auch potentiellen Wählern aufzubauen oder zu intensivieren. Somit hatten die Bemühungen um GOP-TV nicht nur eine interne, sondern auch eine wichtige externe Kommunikationsfunktion zu erfüllen: Auf direktem Wege, ohne den Filter "Medien", "Presse" oder "Journalist" sollten Wähler angesprochen und mögliche Supporters gewonnen werden.

Als Grund hierfür nennt Klinker die Entwicklungen in der Technologie, die diesen Kommunikationskanal erst effektiv nutzbar machten sowie das veränderte Verhalten einer steigenden Zahl von Wählern, die alternative Informationskanäle – Radio/TV Talk Shows, Internet, C-SPAN – nutzen wollten und auch taten (vgl. auch Grossman 1995, 17):

"A [...] set of factors behind the RNC's policy efforts relate to changes in media technology and consumption of information through the electronic media. The development of accessible and low-cost video equipment, satellite technology, and cable networks has broken the broadcast networks' monopoly on the production and distribution of televised information. [...] The decentralization of media technology has also whetted the appetite of voters eager to seek out alternative sources of political information" (Klinkner 1994a, 195).

Ein Beweis für diese Entwicklung ist die Tatsache, daß trotz vergleichsweise geringer Sehbeteiligung mittlerweile 25 Prozent aller Cable Subscriber mindestens einmal pro Woche C-SPAN einschalten und das Programm nutzen (Grossman 1995, 213, vgl. auch unten).

Die GOP förderte diesen Prozeß, denn in den Augen der Conservatives

“most newsmen and women [...] tilt to the left, vote for Democrats over Republicans, come down on the side of progressive rather than conservative politics, and are generally nasty to business [...]” (Grossman 1995, 79; vgl. auch Gans 1980; Epstein 1973).

Verwiesen wurde bei diesem Vorwurf immer auf die Studien von Stanley Rothman und Robert und Linda Lichter sowie auf eine weitere Studie des Politologen Michael Robinson. Beide Studien belegten einen deutlichen “slant” der Journalisten hin zum Liberalism und eine direkte Unterstützung der Democrats in der Reportage (vgl. Lichter, Lichter, and Rothman 1991; Robinson and Ranney 1985).

Mittlerweile jedoch hat sich dieses Bild gewandelt: Journalisten gehören als “well-educated, graduate school alumni” zu den “upper” oder zumindest “upper-middle-class establishment professionals” und sind wesentlich stärker durch die “corporatization” des American Journalism geprägt als durch etwaiges ideologisches Sendungsbewußtsein (vgl. Grossman 1995, 81-4).

Heute finden die Republicans nicht nur über direkte Kanäle, sondern auch über die “normalen” Medien verstärkt Zugang zu Zuschauern, Zuhörern und Lesern. Längst hat sich ein großer Kreis einer Conservative Media etabliert, welche alle bekannten Formen der traditionellen und modernen elektronischen Medien umfaßt:

“Despite some internal differences, House Republicans say that their team now includes such powerful voices as Ross Perot, talk-show host Rush Limbaugh and the Wall Street Journal editorial page. That informal coalition played a part in [a] high-profile passage of a seemingly obscure House rules change [...]” (Cohen 1993b, 2892).

Auch von Seiten der House Republican Leadership hat sich mit dem Wechsel zur Gingrich-Generation längst ein Wandel in der Behandlung der Medienarbeit, seiner Gewichtung und dem Personal gezeigt (vgl. Mann and Ornstein 1994; Cook 1989). Die gleiche Professionalization, die schon seit längerer Zeit bei Presidential Campaigns und der Public Relations Arbeit des White House festgestellt werden kann (vgl. oben), kann mittlerweile in gleichem Maße für die House GOP beobachtet werden. Richard E. Cohen stellt fest:

“The House’s GOP kingpins also wield modern public relations tools that have become staples in the White House and in presidential campaigns. Those techniques of press management – chief among them the ‘daily message’ – had existed in only rudimentary form on Capitol Hill, where the House Speaker had been something less than a household name [...]. No longer. GOP leaders, bolstered by a phalanx of press aides, devote almost as much attention to preparing and delivering their political spin as to managing the legislative flow” (Cohen 1995, 528).

Wenngleich diese Beobachtung der House GOP im Zeitraum nach Erreichung der Majority im House liegt, sind die Ursprünge schon klar vor dieser Zeit erkennbar. Vor allem seit Gingrich und Armey die Leadership der House Republicans dominierten, wurde die Grundlage für diese Art des Political Marketing gelegt. Deutlich wird dies etwa durch die Schaffung des “Rapid Response Teams” durch Armey schon 1993 (vgl. Freedman 1993, 148). Auch Grossmann betont die besondere Bedeutung des Politiker-Images:

“Produced news reports have shifted from focusing on the words of candidates and political figures to concentrating on their images and actions” (Grossman 1995, 109).

Bevor jedoch Gingrich seinen Einfluß in der House GOP Leadership ausüben konnte, benutzte er in Zusammenarbeit mit seinen Verbündeten in der COS und über GOPAC direkte Kanäle, um “seine Botschaft” an die Republican Supporters zu richten. Dies ist der Inhalt des folgenden Abschnitts.

B. C-SPAN and Special Orders

C-SPAN (Cable-Satellite Public Affairs Network) ist eine Non-Profit Unternehmung der Cable TV Industrie. Finanziert wird es von den verschiedenen Cable Systems, die einen Teil ihrer Einnahmen für die Finanzierung von C-SPAN abtreten (C-SPAN 1998b).

Nach seiner Gründung 1977 aufgrund einer Idee und den Bemühungen Brian Lambs, einem ehemaligen Mitarbeiter Nixons, begann C-SPAN 1979 mit der Übertragung aus dem House of Representatives. Doch erst die Expansion

auf die Kabelnetzte des Landes¹²⁸ hatte C-SPAN zu einem mächtigen Sprachrohr für die House Republicans werden lassen.¹²⁹

Mittlerweile schalten sich 22 Mio. Amerikaner (adult population) zumindest einmal in der Woche in das Programm von C-SPAN ein (12 Prozent aller Erwachsenen) und 68 Prozent der Bevölkerung kennen den Sender. Im Durchschnitt gaben die Personen an, 6,1 Stunden des Programms von C-SPAN pro Woche gesehen zu haben. Die Zuschauer setzen sich zu fast gleichen Teilen aus Democrats (30 Prozent), Republicans (26 Prozent) und Independents (28 Prozent) zusammen. 94 Prozent der C-SPAN Viewer sind registrierte Wähler (von denen 1996 93 Prozent auch tatsächlich wählten). Ferner sind C-SPAN Zuschauer besonders aktiv am politischen Prozeß beteiligt: 20 Prozent der C-SPAN Viewer kontaktierten Congressional Members (im Vergleich zu nur 6 Prozent der Non-Viewers), 21 Prozent spendeten Geld (12 Prozent der Non-Viewers) und fast doppelt so viele der C-SPAN Viewers (7 Prozent) gaben an, als Volunteers gearbeitet zu haben, als Non-Viewers (4 Prozent) es taten (C-SPAN 1998a).

Gingrich erkannte die Möglichkeiten dieses Mediums sehr früh. Er und seine Mitstreiter innerhalb der COS benutzten die "Special Orders" als Plattform ihrer eigenen Positionen und vor allem als Anklagebank gegen die Politik der Democrats im House (vgl. auch Teil 2-V.B.1):

"COS could now use floor debate and 'special orders' speeches as a way of bypassing the normal legislative process and speaking directly to the voters" (Herrnson, Patterson, and Pitney 1996, 257).

Diese jeweils einstündigen Reden – die COS Members gingen dabei alle immer auf ein bestimmtes Thema ein – hatten jedoch auch eine nicht zu unterschätzen-

¹²⁸ Dies bedeutete eine Erweiterung der Empfangbarkeit auf zunächst über 12 Mio. Haushalte im Jahre 1977, immerhin 16,6 Prozent aller Haushalte mit TV Geräten. Diese Zahl erhöhte sich auf knapp 40 Mio. "Basic Cable Subscriber" (46,2 Prozent aller TV-Haushalte) bis Mitte der 1980er Jahre (Daten: 1985). Im Jahre 1994 gab es 60,5 Mio. Cable Subscriber (63,4 Prozent aller amerikanischen Haushalte) angestiegen ist (The World Almanac and Book of Facts 1996).

¹²⁹ C-SPAN (Cable-Satellite Public Affairs Network) "mission" ist es "to provide live, gavel-to-gavel coverage of the U.S. House of Representatives. [...] C-SPAN has grown into a combination of networks that provide diverse public affairs programming 24-hours-a-day. The cable industry continues to carry and fund all of the C-SPAN networks as a public service for cable television viewers across America" (C-SPAN 1998b).

de interne Kommunikationsfunktion. Sie dienten der Schaffung einer ideologischen Grundlage des zukünftigen Farm Teams von GOPAC (vgl. oben B. und Teil 3):

“In the short run, he [Gingrich] used the televised speeches to arouse public opinion on specific issues such as school prayer and the nuclear freeze. For the longer run, he was reaching the party’s future elite. Many of the Republicans of the 1990s came of political age while watching Gingrich on C-SPAN. More than any other congressional leader, he molded the way they thought about politics” (Pitney and Connelly 1996, 57).

Herrnson, Patterson und Pitney benennen vor allem zwei Konsequenzen dieser Strategie Gingrichs und der restlichen COS Member: (1) die Verschärfung der Partisanship auf dem House Floor zwischen Democrats und Republicans, da beide Gruppen zunehmend schärfere verbale Attacks verübten und (2) den Anreiz für andere Member, C-SPAN als Plattform zu benutzen und als wichtiges Argument für den Senate, auch die zweite Chamber für die Übertragungen zu öffnen (Herrnson, Patterson, and Pitney 1996, 257).

Die Idee, C-SPAN als Plattform und direkten Kommunikationskanal mit Supporters und Wählern insgesamt zu nutzen, war während der Zeit entstanden, in der Gingrich zusammen mit Jack Kemp den “Governing Team Day” vorbereitet und entwickelt hatte:

“The brainstorming of 1979-80 also spawned a way of blazoning the COS message: addressing the floor remarks not just to the rostrum but to the C-SPAN viewers. [...] [B]ecause several COS members had gotten compliments from constituents who had seen them on C-SPAN, the group thought it could build a big following via cable” (Pitney 1988, 12).

Hierbei wird wieder einmal deutlich, wie wichtig in diesen strategischen Entscheidungen die Person Newt Gingrichs war, der das Bindeglied zwischen dem “Governing Team Day Strategy Team” und der COS darstellte. Der Erfolg dieser Taktik ist schwer zu bemessen. Wie viele der neuen Member im House tatsächlich von diesen Special Orders beeinflusst worden waren oder Support-

ers zur Mithilfe gewonnen werden konnten, bleibt fraglich. Wichtiger als dieser direkte Einfluß auf mögliche Wähler sind jedoch eher die oben genannten Konsequenzen (stärkere Partisanship und Artikulation der Gruppen im House, sowie der Etablierung C-SPAN's als politisch nutzbare Plattform) durch die COS Innovationen. Medien, die sonst wohl kaum Redebeiträge dieser Back-Benchers als Anlaß für Artikel genommen hätten, wurden auf diese Weise ebenfalls erst als Kommunikationskanal für die COS Member nutzbar gemacht.

C. Talk Radio

Seit den frühen 1980er Jahren hat sich besonders ein neuer Kommunikationskanal innerhalb der politischen Landschaft den Weg gebahnt: Das sog. Talk Radio. "Call-in radio programs", also Sendungen, bei denen ein Moderator Anrufe während der Sendung entgegennimmt, belegen mittlerweile einen Marktanteil von beinahe zehn Prozent aller gesendeten Programme (vgl. Fineman 1989, 24). Dies ist zum großen Teil dem Wiedererstarken des AM-Radio¹³⁰ Markets zu verdanken, der sich mittlerweile nach dem Aufkommen des Stereo-Radios (FM) wieder bei rund 30 Prozent stabilisiert hat (vgl. Stewart 1993, 23). Somit ist Talk Radio das am schnellsten wachsende Segment des Radio Marktes (Cutler 1990, 130).

Es wird häufig übersehen, daß das Radio in den Vereinigten Staaten immer noch ein hohes Hörerpotential besitzt: 99 Prozent aller Haushalte besitzen ein Radio (im Durchschnitt sind es 5 pro Haushalt) und über 80 Prozent aller Amerikaner schalten am Tag ihr Radio auch an (Roberts 1991). Zwischen 06.00 - 18.00 Uhr verbringen 49 Prozent der Personen ihre "mediation" mit dem Radio (verglichen mit 33 Prozent, die fernsehen und 12 Prozent, die ihre Zeit mit einer Zeitung verbringen; vgl. Cutler 1989).

Zwei weitere Faktoren sind die rasanten technischen Fortschritte auf dem Gebiet der Satellitenübertragungstechnik, welche ein kostengünstiges "Einblenden" der Talk Radio Programmangebote (talk-radio feed) erlaubte, sowie demographische Trends: Mit dem älter werdenden "Baby Boomer" Publikum wuchs die Nachfrage nach "talk over music" (Cutler 1989, 11; Fineman 1989, 26).

Grossmann geht auf die wachsende Bedeutung dieses Mediums ein:

---

¹³⁰

In Europa als "Mittelwelle" bezeichnet.

Als Beispiel für die Effektivität dieser "modernen Salons" führt Herbst das Beispiel der Zurücknahme der Nominierung Zoe Bairds zum Attorney General an, deren Fehlverhalten¹³¹ zunächst von der etablierten Presse ignoriert worden war, durch den anhaltenden Protest in zahlreichen Talk Radio/TV Shows schließlich doch aufgenommen und letztlich zur Rücknahme der Nominierung durch Clinton führte.

Ähnlich wie manche Fernsehprogramme in der Lage seien, "virtuelle Gemeinschaften" (imagined communities) zu bilden, so könne Talk Radio¹³² sogar noch effektiver eine "electronic community" bilden, in der geographische Grenzen bedeutungslos und reale Partizipation tatsächlich möglich sei (vgl. Herbst 1994, 130). Auch andere Autoren haben auf diese "virtuellen Gemeinschaften" hingewiesen und diese untersucht. Studien von Turow (1974), Bierig und Dimmick (1979), Trammer und Jeffes (1983) sowie Armstrong und Rubin (1989) haben gezeigt, daß in den 1970er und 1980er Jahren die Talk Radio "Gemeinden" hauptsächlich aus Menschen bestanden, die isoliert, alleinstehend, häufig auch geographisch abgeschieden und von "formal organizations detached" Personen waren (vgl. auch Levin 1987; Katz and Eldersveld 1961; Avery and Ellis 1979; Gumpert and Cathcart 1979; 1982; 1986).

Die heutige Hörergemeinde besitzt jedoch ganz andere Charakteristika (vgl. auch Ergebnisse von Hofstetter 1994):

"Whereas the audience of a previous era found personal solace in the local talk-radio ghetto, the current generation of talk-radio fans engages in both local and national conversations. The early audience used talk radio as a mechanism for dealing with individual isolation. The new talk-radio audience uses the medium to contend with social isolation where interpersonal contacts may be many but close relationships are few. The old talk radio produced close-knit families of hosts, callers, and listeners. The new talk radio orchestrates large-scale political drama

¹³¹ Baird wurde vorgeworfen, sie habe eine "illegal alien" – also eine illegal eingewanderte Person ohne legale Aufenthaltsgenehmigung und Working Permit (Green Card) – als Hausmädchen beschäftigt (vgl. Page and Tannenbaum 1995).

¹³² Ebenso können TV (call-in) Talk Shows wie etwa *Larry King Live* (CNN) genannt werden. An dieser Stelle soll jedoch das Hauptaugenmerk auf Talk Radio gerichtet werden.

designed to amuse, outrage, enlighten, and cajole a neighborhood of strangers" (Owen 1996, 131).

In ihrer Studie stellt Owen fest, daß die heutigen Talk Radio Fans in der überwiegenden Zahl "Republican and conservative in their orientation" seien, wobei die Callers¹³³ wesentlich stärker Conservative – nicht unbedingt stärker Republican – seien als Listeners¹³⁴. Nonlisteners¹³⁵ dagegen neigten eher zur Democratic Party (33 Prozent) als zu den Republicans (28 Prozent) (Owen 1996, 133-4).

Ein weiterer Unterschied besteht auch in bezug auf die Political Activity: Talk Radio Listeners und Callers (98 Prozent) sind zum einen eher "registered voters" als Nonlisteners (78 Prozent) und gehen auch häufiger zur Wahl (90 Prozent) als Hörer, die eher Country oder Pop Musik mit ihrem Radio empfangen möchten (84 Prozent). Der größte Unterschied fällt jedoch bei der Betrachtung anderer Komponenten der Political Activity auf. In *allen* untersuchten Bereichen der Political Participation¹³⁶ waren Callers wesentlich stärker aktiv als Listeners und Nonlisteners (vgl. Owen 1996, 137, Table 7.4).

So gaben beispielsweise 50 Prozent der Callers an, einen Brief an ihren Representative im Congress geschrieben zu haben (im Vergleich zu 30 Prozent der Listeners und nur 22 Prozent der Nonlisteners). Ähnlich verhält es sich mit dem Besuch von politischen Veranstaltungen wie Council Meetings oder Town Meetings (52 Prozent Callers; 32 Prozent Listeners; 23 Prozent Nonlisteners). Und während 43 Prozent der Callers einer politischen Organisation beitraten, taten dies nur 28 Prozent der Listeners und 22 Prozent der Nonlisteners (Owen 1996, 137, Table 7.4).

Aus diesen Daten wird deutlich, welch wichtiges Reservoir die aktive Talk Radio Gemeinde für Aktivisten wie Gingrich und die COS Members

---

¹³³ *Callers* (12,5 Prozent der Befragten) in der Times Mirror Center for the People and the Press Studie sind Personen, welche "are regular listeners and have called into a talk-radio program at one time or another" (Owen 1996, 129).

¹³⁴ *Listeners* (49,5 Prozent der Befragten) sind Personen, welche "tune in regularly or sometimes to talk shows but have never actually called in" (Owen 1996, 129-30).

¹³⁵ *Nonlisteners* (38 Prozent der Befragten) sind Personen, welche "rarely or never attend such programs" (Owen 1996, 130).

¹³⁶ Written elected official/newspaper editor; sent letter to White House/Representative; attended public hearing; participated in town meeting; attended council meeting; contributed to PAC/candidate; joined political organization; participated in opinion poll/called/mailed questionnaire; dialed 800 number; called TV/cable to complain.

darstellt. Über das Talk Radio erreichten die Conservative Activists teilweise ein Stimmungsbild in der Public Opinion, welches die etablierten Medien aufgreifen mußten, wollten sie nicht an ihren Lesern "vorbei schreiben".

Dieser neue Kommunikationskanal war für die Republicans sehr wichtig, denn als Minority Party war es für sie immer schwieriger, das Wissen über ihre Candidates zu verbessern. Das Medium Talk Radio erleichterte ihnen das sehr. Wie oben gezeigt, steht die überwiegende Zahl der Hörer eher dem rechten Spektrum aufgeschlossen gegenüber. In der *Times Mirror Center for the People and the Press* Studie (deren Ergebnis der Studie Owens zugrunde liegt; vgl. Kohut, Zukin, and Bowman 1993) gaben 57 Prozent der Hörer an, sie hätten aus den Talk Radio Sendungen "etwas neues" über die Candidates erfahren. Dies bedeutet, daß 25 Prozent aller Befragten somit Informationen über Candidates erhielten, die sie sonst nicht erhalten hätten (Owen 1996, 131).

Bedenkt man, daß dies zum Teil eine *direkte* Kommunikation mit den Grassroots darstellte, wird dieser Kommunikationskanal noch bedeutender. Bezogen auf die Wahl 1994 stellte Gingrich fest:

"Without C-SPAN, without talk radio shows, without all the alternative media, I don't think we would have won"
(Zitiert in Roberts 1995, 10).

Manche Beobachter teilen diese Meinung; Howard Kurtz etwa nannte die Wahl 1994 "the first talk-radio election" (Zitiert in Fund 1995, 54). Talk Radio Zuhörer machten 21 Prozent der House Voter in der Wahl 1994 aus (bei gleichmäßiger Verteilung in allen States); 64 Prozent dieser Wähler gaben ihre Stimme der Republican Party und sechs von zehn wählten einen Republican Candidate für den Senate. Im Gegensatz hierzu wählten Nonlisteners zu 51 Prozent für Democratic House und Senate Candidates (Bolce, Maio, and Muzzio 1996, 461).

Bolce, Maio und Muzzio behaupten gar, das Wahlverhalten der Talk Radio Zuhörer in den "key states" Texas, Pennsylvania und New York suggeriere, "that talk listeners can be viewed as an emerging potentially potent voting bloc and as a politically meaningful analytical category" (Bolce, Maio, and Muzzio 1996, 461). Ob diese Ansicht zutrifft, wird sich erst im Laufe der Jahre herausstellen können; auf jeden Fall bewiesen die Republican Party und vor allem Newt Gingrich, daß sie, bezogen auf die Wahl 1994, und auch schon

1992, mit ihrer Unterstützung (etwa durch die Zusammenarbeit mit wichtigen Talk Show Hosts wie Rush Limbaugh) die strategische Bedeutung dieses Kommunikationskanals erkannt und zu ihrem Vorteil genutzt haben.

Im folgenden soll in einer verkürzten Fallstudie der *Contract with America* kurz dargestellt und seine Elemente in bezug auf die Kommunikationsaspekte untersucht werden.

III. THE "CONTRACT WITH AMERICA"

Der "Contract with America" (CwA) war sicherlich eines der bemerkenswertesten Campaign Tools, die Anwendung in einer Congressional Off-Year Election fand. Denn was dieses wohlpublizierte – aber dennoch bis zur Wahl im November relativ unbekannte – Dokument von anderen Campaign Tools unterschied, war die Tatsache, daß es als "governing document", als Leitfaden der House Party, präsentiert wurde (Kolodny 1996, 315). "If we break this contract, throw us out. We mean it." So stand es deutlich in der zweiseitigen Anzeige im *TV Guide* und auf zahlreichen anderen Werbungen für den *Contract* für Millionen von Amerikanern zu lesen.

Der CwA wurde schon vielfach im Laufe dieser Arbeit erwähnt. Eine Betrachtung der House Republicans im Untersuchungszeitraum muß zwangsläufig immer wieder auf diesen gelungenen Versuch Gingrichs und Armeys, die Congressional Elections 1994 zu "nationalisieren" ("nationalize"), verweisen.

Die Bedeutung des Dokumentes ist vielfach umstritten: Generelle Untersuchungen belegen eine große Unkenntnis der Wähler über den Congress und Congressional Elections (Mehrheitsverhältnisse, Name des Representatives, der Candidates etc.). Auch in bezug auf den CwA war der Kenntnisstand des Electorate nicht besser. Eine *New York Times*/CBS News Poll vom 29. Oktober - 1. November vor der Wahl fand heraus, daß 71 Prozent der Bevölkerung noch nie etwas von dem CwA gehört hatten. Weitere 15 Prozent sagte aus, es mache keinen Unterschied für ihre Wahlentscheidung. Sieben Prozent gaben an, aufgrund des CwA für die House Republicans zu stimmen, fünf Prozent gaben den *Contract* als Grund gegen eine Wahl der GOP an (Jacobson 1996, 209). Eine Poll der *Los Angeles Times* ergab, daß nur 25 Prozent derjenigen, die angaben, einen Republican Candidate wählen zu wollen, von dem CwA gehört hatten (Wilcox 1995, 21). Ein großer Streit ist um die Frage entbrannt, ob der Contract

als klarer Wählerauftrag einzuordnen sei (wie die House Republicans argumentierten) oder ob die relative Unkenntnis des Dokumentes einen "Auftrag" nicht rechtfertigen könne (ein Gegenargument für diese These ist die Popularität der im CwA angesprochenen Proposals bei Meinungsumfragen).

Dieser Streit soll jedoch nicht Inhalt der nachfolgenden Textes sein und verkennt auch die *eigentlichen* Hauptaufgaben des Contracts: (1) die Schaffung einer positiven Agenda; (2) die Schaffung einer gemeinsamen Plattform, welche die verschiedenen Factions innerhalb der GOP und auch innerhalb der House Republican Conference vereinte; und (3) die Schaffung einer begrenzten Anzahl von "campaign themes" für die verschiedenen Candidates, um somit die Wahl zu nationalisieren und alle Candidates als einheitliche Gruppe nach Außen und vor allem auch für die Medien erscheinen zu lassen (vgl. Jacobson 1996; Bader 1996; Kolodny 1996; Koopman 1996). Es wurden somit hauptsächlich zunächst interne Kommunikationskanäle (Ansprache der Factions und Organizations) geschaffen, um im Anschluß hieran auch eine Koordination der externen Kommunikation (Anspruch des Electorate) zu ermöglichen.

A. Schaffung einer positiven Agenda

Die Schlüsselfigur zu allen drei Punkten war Newt Gingrich. John C. Bader beschreibt Gingrich als "'systematically purposeful' in building a ideologically cohesive and substantively focused House Republican party" (Bader and Jones 1993, 178). In Zusammenarbeit mit seinem Protege Bill Paxon als neuer Chair des NRCC und dem ebenfalls neu als RNC Chair gewählten Haley Barbour war es Gingrich möglich geworden, die Republican Party nach dem Verlust des White House unter seiner Leitung neu zu formieren und eine gemeinsame Public Agenda für die Challenger zu entwickeln. Somit gelang es der GOP bei dieser Wahl in fast allen Bezirken und auf fast allen Ebenen – vor allem im Süden – den Democratic Incumbents oder Candidates eine "wählbare" Alternative entgegenzustellen (vgl. Fiorina 1996; Maisel et al. 1995).

Wenn früher im Süden viele Congressional Districts ohne Republican Candidate blieben und die eigentliche Entscheidung auf der Primary der Democratic Party fiel, so stellten zum ersten Mal Republicans in *allen* Congressional Districts einen Candidate, in 36 District sogar ohne einen Democratic Opponent (vgl. Rosenbaum 1994, B1).

Gingrich war seit langer Zeit darum bemüht, diese Ansätze weiter auszubauen und die House GOP hinter diesem Programm zu vereinen. Gleich nach seiner Wahl zum Whip 1989, ernannte er neben seinem COS Kollegen Walker auch den Moderate Republican Steve Gunderson (R-WI) – teils auch aus Dank für die Stimmen der Moderates bei der vorangegangenen Whip Election – zum Deputy Whip. Gingrich betraute Gunderson mit der Aufgabe, "to create a strategic issue agenda for the House Republicans Party. In fact, Gingrich specifically asked Gunderson to come up with ten items for a possible Republican agenda" (Kolodny 1996, 318).

B. Vereinigung der House GOP

Eine weitere wesentliche Funktion, ohne die die klare externe Kommunikationsfunktion des *Contracts* gar nicht möglich gewesen wäre, war es, die verschiedenen Factions innerhalb der House GOP und die diversen Organizations der GOP zu einen und ihre Aktivitäten zu bündeln.

Gingrich und Barbour hatten nach einem Treffen in Annapolis im Frühjahr 1994 beschlossen, ihre zuvor isoliert voneinander stattfindenden Agenda-Entwicklungen zu koordinieren und miteinander zu verknüpfen (Bader and Jones 1993, 179-80). Während der im Februar 1994 stattfindenden Annual Conference der House Republican Party in Salisbury, Maryland, wurde von der House Leadership unter Gingrich¹³⁸ der erfolgreiche Versuch unternommen, die verschiedenen Factions innerhalb der House GOP zu versöhnen und zu vereinen. Während normalerweise eher der "socializing factor" bei diesen Veranstaltungen im Vordergrund stand, gelang es Gingrich auf dieser Conference, die Members eine gemeinsame Basis finden zu lassen:

"At Salisbury, however, House Republicans engaged in 'bigger question' efforts common to competitive business but rare to political parties – identifying common principles or core beliefs, agreeing on a vision based on those beliefs, writing a strategy to accomplish the mission" (Koopman 1996, 144).

Während dieser Conference einigten sich die Member darauf, "guiding princi-

---

¹³⁸ Michel war zwar noch der Republican Leader, hatte aber bereits am 4. Oktober erklärt, zur Wahl 1994 aus dem Congress ausscheiden zu wollen (vgl. Hook 1993).

ples" zu entwickeln und hielten folgende fünf "politically conservative values" als ihre gemeinsame Grundlage fest: "individual liberty", "limited government", "economic opportunity", "personal responsibility" und "security at home and abroad" (RNC 1994).

Kurz darauf traf Gingrich mit Dick Armey, Tom DeLay, Robert Walker und Bill Paxon – allesamt COS Member – zusammen, um eine Agenda zu entwickeln, die auf diesen "conservative values" und "principles" aufbaute. Hierzu koordinierten sie ihre Bemühungen – auch mit dem RNC und NRCC – alle Incumbents und House GOP Candidates bezüglich ihrer "issue priorities" zu befragen, die in einem "public contract" verwendet werden sollten. Zusätzlich wurde eine kleine "marketing steering group" damit beauftragt, eine möglichst attraktive und effektive Kommunikation (description and promotion) dieser Issues zu erreichen (Koopman 1996, 144; Bader 1996, 180-6).

C. Campaign Themes

Die dritte wichtige Funktion des CwA war die Schaffung von einheitlichen Campaign Themes und deren konsequente einheitliche Kommunikation in den Campaigns der Candidates. Im Anschluß an die oben dargestellte Vereinigung der House GOP Factions und der Findung der Issues wurde das "Produkt" getreu den Marketingregeln in Bezug auf die Wortwahl, Anordnung, Präsentation, Wirkung etc. in Kleingruppen und Umfragen "getestet" und gemäß der Prämisse Gingrichs, "that every issue [had] at least 60 or 70 percent approval ratings by the public" (Bader 1996, 187) "marktfähig" gemacht:

"Targeting Perot voters, conservative Democrats, and ticket splitters, the [marketing steering] group received help from several pollsters, including Frank Luntz, who had served as Ross Perot's 1992 presidential campaign pollster. Polls and focus groups tested various themes and descriptions of the contract elements, influencing its wording, order, and presentation to make the broadest appeal" (Koopman 1996, 145).

Zur Unterstützung der Member verfaßte Dick Armey in Zusammenarbeit mit zwei Moderate Republican Members, Christopher Shays (R-CT) und Jennifer Dunn (R-WA), einen umfassenden Report, der eine Art "Briefing Book" für

Republicans darstellte. Die Hauptaufgabe des Reports war es, Beispiele der unfairen Praktiken der Democrats in der Geschäftsführung der Institution und Argumente dagegen zu liefern (Koopman 1996, 145). Zwar war dieses Thema schwierig zu vermitteln, dennoch war es ein zentraler Bestandteil der House Leadership Strategie, "of broadening its attack on Democratic rule from policy to procedure, an area most likely to attract political moderates and skeptical media" (Koopman 1996, 145).

Zusätzlich hatte der RNC in Zusammenarbeit mit der House Leadership ein "White Book" publiziert, welches Republican Candidates den *Contract* erläuterte, zu allen Punkten des CwA Daten und Argumente lieferte und den Unterschied zu "Clinton's First 100 Days" herausstellte (Bader 1996, 183).

Exemplarisch für die straffe Organisation und zentrale Steuerung zur Kommunikation des *Contracts* war die Zeremonie am 27. September 1994, an der insgesamt weit über 300 Candidates, darunter 150 Incumbents und beinahe 180 Challengers, teilnahmen.¹³⁹ Staff Members des NRCC – von den Leadership Offices "ausgeliehen" – hatten ein "Command Center" in den Offices des RNC aufgebaut "to coordinate training, event rehearsals, press briefings, electronic media links, and celebratory receptions" (Bader 1996, 171). Jeder der Teilnehmer hatte zwei gebundene Briefingbooks mit Angaben zum Sinn und Ziel des *Contracts* und Antworten auf mögliche (auch feindliche) Fragen erhalten.

Die Anzahl der benötigten Kameras und ihre Stellung war genauso im voraus getestet worden, ebenso ein Zeitplan der NRCC Staff Member mit Plänen für das "podium movement", um alle Personen zur rechten Zeit am rechten Ort und im rechten Bild zu haben. Staff Member hatten zuvor die Fernsehsender informiert, wie sie die Bilder per Satellit empfangen könnten. Der RNC war darauf vorbereitet, sog. "donut spots"¹⁴⁰ aus dem Bildmaterial für die Candidates zu produzieren. Schon Mitte Mai hatten GOP Leadership und Staff genaue Pläne für die Logistik der Veranstaltung entworfen, die Entwicklung des Programms organisiert, und für das notwendige Publikum im Hintergrund gesorgt.

¹³⁹ Auch hier wird die Unterschiedlichkeit der Senate Party und der House Party deutlich: Kein Incumbent oder Candidate für den Senate nahm an dieser Veranstaltung teil.

¹⁴⁰ "Donut spots" sind fertig produzierte TV Commercials, welche die Candidates mit einigen wenigen zusätzlichen Inserts individualisieren können (etwa einer Namensnennung oder dem Insert eines Bildes des Kandidaten).

"Press and Communication Plans" waren vorbereitet worden die auch Meetings der House Leadership mit wichtigen "Gatekeepern" und "Multiplikatoren" wie David Broder von der *Washington Post* und Conservative Talk Show Star Rush Limbaugh beinhalteten. Selbst die Koordination des Events mit House Floor Activities und Fund-Raising Operation war bedacht worden (vgl. Bader 1996, 171-2).

Die Reaktion der Medien war zunächst verhalten und zum Teil sogar feindlich (vgl. Klinkner and Jones 1996, 50; Kolodny 1996, 319). Die starke Unterstützung der Alternative Media und somit der Aufbau von alternativen Kommunikationskanälen zahlte sich nun für die House GOP aus:

"[T]he House Republicans had two advantages in airing their message. First, 'alternative' media enabled them to bring the contract directly to party activists and potential supporters. Anyone on CompuServe or with access to the Internet could download the entire text of the contract, along with GOP talking points and other supporting materials. And talk radio, especially the Rush Limbaugh program, put Republican voices in millions of homes and automobiles" (Pitney and Connelly 1996, 50-1).

Der zweite Vorteil war der strategische Fehler der House Democrats, den *Contract* als Thema aufzugreifen und zu attackieren. Somit war es Gingrich endgültig gelungen "seine" Agenda und somit die GOP Issues zum Wahlkampfthema zu machen und die Wahl zu "nationalisieren". Während noch im Januar eine Mehrheit der Amerikaner (39 Prozent vs. 31 Prozent, Ladd 1995 in Klinkner, 1996 #522, 51) den Democrats zutrauten, die wichtigsten Probleme des Landes zu lösen, war es Gingrich mit Hilfe des CwA gelungen, diejenigen Issues zum Wahlkampfthema zu machen, die zu den Stärken der GOP zählten (Pitney and Connelly 1996, 51). Im Oktober hielten mittlerweile 41 Prozent (und damit eine knappe Mehrheit) der Amerikaner die Republicans für besser geeignet, die dringenden Probleme des Landes zu lösen (37 Prozent Democrats) (Ladd 1995 in Klinkner and Jones 1996, 51)). Eine wichtige Unterstützung war es auch gewesen, daß Ross Perot, dessen Wähler eine wichtige Zielgruppe der House GOP darstellten, am 4. Oktober in einem Interview bei *Larry King Live* ein "Republican House" unterstützte (Koopman 1996, 146).

Der RNC führte die Kommunikationsbemühungen in Verbindung mit der House Leadership fort. So produzierte es beispielsweise eine Paperback-Version des CwA. Ferner schaltete¹⁴¹ es die mittlerweile legendäre *TV Guide* (Ausgabe 22. 28 Oktober) Werbung für den CwA. Auf zwei Seiten forderte die House GOP, in einem für politische Werbung höchst ungewöhnlichen Rahmen, die Betrachter zu einem beinahe noch ungewöhnlicheren Verhalten auf, nämlich die abgedruckte "Checkliste" aufzubewahren und die Erfüllung der "Versprechen" der House Republicans zu "kontrollieren".¹⁴²

Inwieweit die Candidates, insbesondere die Incumbents, ihre Campaigns tatsächlich auf dem CwA aufbauten, ist umstritten (Koopman 1996, 146-7; Kolodny 1996, 319; Jacobson 1996, 209; Pitney and Connelly 1996, 49-50; Ladd 1995, 10; Bader 1996, 173). Fest steht jedoch, daß zumindest Teile des *Contracts* in den meisten Campaigns Anwendung fanden. Die beiden anderen oben untersuchten Punkte – Suche nach einer gemeinsamen Basis und die Suche nach Issues – haben überdies dazu beigetragen, daß es der House Republican Leadership gelungen war, die Wahl zu nationalisieren und die Issue-Agenda zu setzen. Auch wenn die Candidates einzelne Teile stärker betonten als andere Teile und die Themen von ihnen teilweise "localized" wurden, so war das "Campaign Theme" und vor allem die Issue-Agenda eindeutig durch den CwA gesetzt und seine einheitliche externe Kommunikation in wesentlichen Teilen gewährleistet worden.

---

¹⁴¹ Der RNC übernahm die Produktions- und Schaltungskosten.

¹⁴² Der Seitenrand war mit kleinen "Checkboxes" zum ankreuzen und mit der Überschrift versehen: "Keep this page to hold us accountable." In der Fußzeile forderte der Text: "If we break this contract, throw us out. We mean it."

TEIL 5:

KONKLUSION – DIE “NEW(T) HOUSE GOP”

I. KONKLUSION

In Teil 1 dieser Arbeit war die Frage aufgeworfen worden, ob die House Republican Party als Medienkommunikationspartei kategorisiert werden könne. Um diese Frage zu beantworten, wurden zunächst sieben wesentliche Merkmale einer Medienkommunikationspartei festgelegt, anhand derer eine Überprüfung stattfinden könne. Diese sieben Merkmale waren in drei Gruppen eingeordnet worden: Organisationsstruktur, programmatisches und personelles Angebot und Kommunikationsmanagement (vgl. Teil 1-II.B.).

Anhand dieser drei Bereiche wurden zunächst in Teil 2 die Organisationsstruktur der GOP, die institutionellen Veränderungen des House of Representatives und Veränderungen innerhalb der House GOP dargestellt. In Teil 3 wurden im Anschluß daran die externen Einflüsse auf die House Republican Party, sowie das personelle und programmatische Angebot der House GOP untersucht. In Teil 4 schließlich wurde das Kommunikationsmanagement der House Republicans anhand der internen und externen Kommunikationsstrategien und des *Contract with America* als Fallbeispiel näher beleuchtet.

An dieser Stelle soll nun untersucht werden, ob die in den vorangegangenen Teilen dargestellten Ergebnisse eine Kategorisierung der House Republican Party als Medienkommunikationspartei zulassen.

A. Organisation

Unter dem Blickpunkt der Organisationsstrukturen wurden die ersten drei Merkmale zusammengefaßt: Zentralisierung, Entmachtung der Delegierten-schicht und funktionelle Bedeutungslosigkeit der Parteimitgliedschaft.

Wie in Teil 2 dargestellt, sind nicht nur innerhalb der Institution Congress, sondern als Reaktion auf die Democratic Leadership von Seiten der neuen House Republican Leadership unter Newt Gingrich deutliche Zentralisierungstendenzen erkennbar.

Gingrich initiierte eine engere Verknüpfung der verschiedenen Führungsorganisationen der GOP (RNC, NRCC, GOP House Leadership). Die Conference Rules der House GOP waren zugunsten einer Stärkung der House GOP Leadership nach und nach geändert worden. Ferner war es ihm gelungen, viele Factions der House Republican Party zu einem "Gingrich-Block" zu vereinen. Mit Hilfe der COS – und schließlich seit 1989 in der House GOP Leadership – repräsentierte Gingrich durch seine spektakulären Auftritte und seinen aggressiven Konfrontationskurs die House Republican Party auch zunehmend mehr in den Medien.

Ein Delegiertenkörper (Committee) im Sinne anderer (europäischer) westlicher Parteien findet sich in den Vereinigten Staaten höchstens noch auf dem State Level. Doch auch hier gilt, daß die wesentlichen Unterschiede des amerikanischen Parteiensystems zu anderen westlichen Systemen eine Untersuchung hinsichtlich der "Entmachtung" des Delegiertenkörpers überflüssig machen, da dieser ohnehin seit der Einführung von Primaries keine (oder besser geringe) Einflußmöglichkeiten auf die Selektion der House Candidates oder die Leadership ausübt. Auch die Finanzierung der Parteien erfolgt seit langer Zeit über Spenden und nicht etwa Member Fees.

Primaries, der Wandel der Parteiorganisationen zu Service-Providern (ohne Mass Membership), Personalisierungstendenzen und die abnehmende Partisanship des Electorate machen eine direkte Kommunikation über verschiedene massenmediale Kommunikationskanäle mit den Wählern seit langem schon ein "common feature" der amerikanischen Congressional Politics.

Somit erfüllen die House GOP hinsichtlich ihrer Organisationsmerkmale klar die Kennzeichen einer Medienkommunikationspartei.

B. Als "Wahl-Produkt"

Der zweite Bereich umfaßt das Politik- und Personalangebot der Partei, programmatische Bindungen und die Zusammenlegung der Medien- und Parteigenda.

Vor allem Teil 3 dieser Arbeit beschäftigt sich mit diesem Bereich. Die mediengerechte Darstellung der Policies und die Bemühungen um die Schaffung eines geeigneten "Images" sind seit längerer Zeit prägende Phänomene des U.S.-amerikanischen Politiksystems, die sich auf alle Bereiche der American Politics ausgeweitet haben (von Local bis Presidential Elections, Policy

Initiatives etc.) und sogar exemplarisch als "Amerikanisierung" in anderen Ländern bezeichnet wird.

Es wurde in Teil 3 dargestellt, wie Gingrich mit Hilfe der Medien das Image der House GOP in der Öffentlichkeit zu ändern suchte und über GO-PAC bemüht war, sowohl die "Politikprodukte" zu gestalten, als auch die "Verkäufer" (Sellers) dieser Produkte zu beeinflussen.

Wenngleich mit Gingrich weithin das Bild einer stark ideologisierten Person verbunden ist, bewies sein Erfolg, die verschiedenen Factions innerhalb der House GOP Conference zu einen und der Zuspruch auch vieler Moderate Republicans (die nicht unwesentlich zu seinem Sieg im Jahre 1989 in der Wahl zum Minority Whip beitrugen) die Fähigkeit Gingrichs als "Pragmatiker" (Pitney 1996), "Moderator" und "catalyst" (Cohen 1993b). Am Beispiel des *Contract with America* wurde ferner deutlich gemacht, daß Gingrich in erster Linie die breite Zustimmung der Öffentlichkeit zur Grundlage seiner politischen Agenda machte (vgl. Teil 4-III.).

Gingrichs und Armeys Arbeit im 103rd Congress und viel stärker noch das Verhalten der GOP House Leadership im 104th Congress (als Majority Party) machen die Unzertrennlichkeit der Medien- und Parteiagenda der House Republican Party deutlich.¹⁴³

Demzufolge kann auch für diesen Bereich festgestellt werden, daß die House GOP die Merkmale einer Medienkommunikationspartei trägt.

C. Kommunikationsmanagement

Das letzte Merkmal betrifft das Kommunikationsmanagement der Partei. In Teil 4 wurde mit Hilfe der Darstellung der internen und externen Kommunikationsstrategien Newt Gingrichs und der House Republican Leadership deutlich gemacht, daß die House GOP alle Formen und modernen Techniken der Kommunikation einsetzt, und durch eigene Innovationen sogar neue Kommunikationskanäle geschaffen hat.

In Teil 3-II. und Teil 4-III. wurde zudem der umfangreiche Einsatz des Marketing-Approaches in der Gestaltung der Politikprodukte der House GOP,

---

¹⁴³ Cohen beschreibt diese Zusammengehörigkeit der Medien- und Parteiagenda für die Arbeit der House GOP Leadership im 104th Congress, die außerhalb des Untersuchungszeitraumes dieser Arbeit liegt, wie folgt: "GOP leaders, bolstered by a phalanx of press aides, devotes almost as much attention to preparing and delivering their political spin as to managing the legislative flow" (Cohen 1995, 528).

aber auch ihrer Kommunikation beschrieben.

Somit kann abschließend festgestellt werden, daß im Untersuchungszeitraum dieser Arbeit *alle* Merkmale einer Medienkommunikationspartei von der House Republican Party erfüllt werden.

II. THE "NEW(T) GOP" – EINE GLOBALE MEDIENKOMMUNIKATIONSPARTEI?

Der Einfluß Newt Gingrichs auf die House GOP, vor allem seit seiner Wahl zum Minority Whip, war beeindruckend. Im Verlaufe dieser Arbeit wurde deutlich, daß es vor allem seine Person war – in Verbindung mit wichtigen "Allies" –, die nicht nur der House Republican Conference ein neues "Gesicht" verlieh, sondern auch weitreichende Veränderungen in Parteiorganisation und dem Kommunikationsmanagement der Partei verursachte. In Anlehnung an "New Labour" ist es daher kaum eine Übertreibung, das Bild einer "New(t) GOP" zu entwerfen.

Panbianco klammerte in seiner Untersuchung politischer Parteien die amerikanischen Parteien aus. Für ihn waren die Unterschiede zwischen den anderen westlichen Parteien und den amerikanischen zu groß, um einen wirklichen Vergleich zwischen ihnen machen zu können:

"It has been a recurrent theme in the literature that the distance that separates American political and social institutions from their European counterparts is greater than that which differentiates the institutions of the individual European countries from one another." (Panbianco 1988, xv)

Im ersten Teil dieser Arbeit wurde jedoch schon kurz die These eines "globalen Parteityps" aufgeworfen (vgl. Teil 1-II.A.). Könnte das Modell der Medienkommunikationspartei als mögliche Grundlage für einen solchen Typus dienen? Ist der Prozeß der Modernization so weit fortgeschritten, daß mittlerweile doch eine Annäherung – und somit ein Vergleich – zwischen amerikanischen und anderen westlichen Parteien möglich und sinnvoll geworden ist?

Diese Arbeit hat nicht den Anspruch, eine endgültige Antwort auf diese Fragen zu liefern. Es ist jedoch beeindruckend, daß sich das Modell der Medienkommunikationspartei sowohl auf eine amerikanische Partei wie die House

Republican Party, als auch auf andere westliche, parlamentarisch geprägte Parteien wie die Labour Party in Großbritannien anwenden läßt (vgl. Odenthal 1997), ohne dabei zugunsten der Adaptionfähigkeit des Modells zu allgemein zu sein.

Sprach Epstein noch von der "American Mold", scheint diese nicht mehr – oder zumindest nur noch teilweise – existent. Gewiß sind die Unterschiede des amerikanischen Systems im Vergleich zu anderen westlichen Systemen manifest und auch prägnant. Der in Teil 1 beschriebene Prozeß der Modernisation macht jedoch deutlich, daß sich die Umweltbedingungen der Parteien in weit entwickelten westlichen Ländern immer mehr angleichen.

Eine erste Reaktion auf diese Entwicklung ist die weltweite zu beobachtende Angleichung der Vermarktungsstrategien und -techniken von Unternehmen. Große Konsumgüterhersteller etwa etablieren inzwischen zunehmend globale Marken. Daher kann es nicht verwundern, daß auch Parteien, die ja die gleichen Marketinginstrumente in der Kommunikation ihrer "Produkte" (Kandidaten und Policies) verwenden, sich ebenfalls bezüglich ihrer Organisationsstruktur und ihres Kommunikationsmanagements angleichen.

Weitere Untersuchungen müssen zeigen, ob sich dieses Modell auch auf andere westliche moderne Parteien übertragen läßt. Erst dann kann der Versuch unternommen werden, einen globalen Parteitypus zu definieren. Das Modell der Medienkommunikationspartei bietet mit Sicherheit jedoch ein gutes Anfangsmodell, um diese schwierige Aufgabe in Angriff zu nehmen.

APPENDIX A:

STATE LAWS REGULATING POLITICAL PARTIES

TABELLE II-1

State Laws Regulating Political Parties (1) : Light Regulators

State	State Comm. Select.	State Comm. Comp.	State Comm. Meeting Date	State Comm. Int. Rule	Local Comm. Select.	Local Comm. Comp.	Local Comm. Int. Rules or Activ.	Cumul. Reg. Index Score
Alaska								0
Delaware								0
Hawaii								0
Kentucky								0
North Carolina								0
Alabama							•	1
Georgia							•	1
Minnesota							•	1
New Mexico							•	1
Oklahoma							•	1
Virginia							•	1
Connecticut						•	•	3
Maine	•		•		•		•	4
New Hampshire	•				•		•	4

State Laws Regulating Political Parties (2) : Moderate Regulators

Arkansas	•				•		•	5
Florida		•	•	•		•	•	5
Nebraska	•				•		•	5
Rhode Island				•	•	•	•	6
Pennsylvania	•	•	•	•			•	7
Colorado	•	•	•	•	•	•	•	8
Idaho	•	•			•	•	•	8
Iowa	•	•			•	•	•	8
South Carolina	•	•		•		•	•	8
South Dakota	•	•			•	•	•	8
Utah	•	•		•	•	•	•	8
Mississippi	•	•		•	•	•	•	9
Montana	•	•			•	•	•	9
Nevada	•	•		•	•	•	•	9
Vermont	•	•	•	•	•	•	•	9
Washington	•	•			•	•	•	9
Wisconsin	•	•			•	•	•	9

TABELLE II-1 (CONTINUED)

State Laws Regulating Political Parties (3) : Heavy Regulators ⁱ								
State	State Comm. Select. ^a	State Comm. Comp. ^b	State Comm. Meeting Date ^c	State Comm. Int. Rule ^d	Local Comm. Select. ^e	Local Comm. Comp. ^f	Local Comm. Int. Rules or Activ. ^g	Cumul. Reg. Index Score ^h
Indiana	•	•	•	•	•	•	•	10
Michigan	•	•		•	•	•	•	10
New York	•		•	•	•	•	•	10
North Dakota	•	•	•	•	•	•	•	10
Oregon	•	•	•	•	•	•	•	10
Arizona	•	•	•	•	•	•	•	11
California	•	•		•	•	•	•	11
Maryland	•	•	•	•	•	•	•	11
Massachusetts	•	•	•	•	•	•	•	11
Missouri	•	•	•	•	•	•	•	11
Tennessee	•	•	•	•	•	•	•	11
West Virginia	•	•	•	•	•	•	•	11
Kansas	•	•	•	•	•	•	•	12
New Jersey	•	•	•	•	•	•	•	12
Texas	•	•	•	•	•	•	•	12
Wyoming	•	•	•	•	•	•	•	12
Illinois	•	•	•	•	•	•	•	13
Ohio	•	•	•	•	•	•	•	13
Louisiana	•	•	•	•	•	•	•	14

Source: Conlan, Timothy, Ann Martino, and Robert Dilger. 1984. *State Parties in the 1980s*, 12.

- ^a Does state allow or require the manner of selecting the parties' state central committees?
- ^b Does state law require the composition of the parties' state central committees?
- ^c Does state law regulate when the parties' state central committees will meet?
- ^d Does state law regulate any of the internal procedures of the parties' state central committees?
- ^e Does state law regulate the manner of selecting the parties' local organizations?
- ^f Does state law regulate the composition of the parties' local organizations?
- ^g Does state law regulate any of the internal rules or activities of the parties' local organizations?
- ^h Scores are determined by state regulatory actions in the seven areas examined. Minimum score is 0; maximum score is 14.
- ⁱ "Light" regulators (1) are defined as having an index score of 0-4; "moderate" (2) regulators are those states having index scores of 5-9; and "heavy" (3) regulators are those states having index scores above 10.

APPENDIX B: HOUSE REPUBLICAN LEADERSHIP STRUCTURE

Die folgenden Darstellung stützt sich besonders auf Connelly (1994a, 42-5; Pitney 1988, 2-4).¹⁴⁴

I. REPUBLICAN LEADER

Im festen Glauben, der Titel "Minority Leader" suggeriere eine Einwilligung in den permanenten Minority Status der House Republicans, bestand Robert Michel (R-IL) darauf, seine Amtszeit als "Republican Leader" zu beginnen (Arieff 1980, 3549).¹⁴⁵ Dies kann jedoch nicht verbergen, daß der Einfluß des Minority Leaders auf die Geschehnisse des Floor und die Administration der Chamber sehr gering ist. So oblag ihm beispielsweise bei der Raumvergabe nur die Kontrolle über einen kleinen Meeting Room (H-227 Capitol). Jede weitere Raumbenutzung mußte zusätzlich beantragt werden.

Auch die Möglichkeit der Einflußnahme bei Committee Assignments war im Vergleich zu seinem Democratic "counterpart" nur äußerst gering. Während dieser als House Speaker einen großen Teil der Members des Steering and Policy Committees, welches über die Democratic Assignments entschied, auswählen konnte, lag diese Entscheidung beim Republican Committee on Committees (wenngleich die in Teil 2 beschriebenen Rule Changes ihm eine stärkeres Gewicht innerhalb des Committee on Committees verlieh; vgl. auch Teil 2-IV.).

II. WHIP

Die Hauptaufgabe des Whips, ähnlich wie in anderen Parlamenten auch, ist der Informationsaustausch der Leadership mit den Members und der Versuch, möglichst viele Stimmen für die Party Position innerhalb der House GOP zu sammeln.

---

¹⁴⁴ Die folgenden Angaben beziehen sich nur auf den Untersuchungszeitraum dieser Arbeit. Seit der Wahl im November 1994 stellt die House GOP die Majority im House und hat weitere Veränderungen ihrer Leadership Structure erfahren.

¹⁴⁵ Michel war bis zu seinem Ausscheiden aus dem Congress 1994 in dieser Funktion tätig und damit der am längsten amtierende House Republican Minority Leader.

Mit der Wahl Newt Gingrichs 1989 zum Republican Whip benannte er auch zwei "chief deputy whips": einen für die traditionelle "legislative work" auf dem House Floor, und einen für "strategy" und "special projects" (vgl. Pitney 1988, 3). Die Schaffung dieses "special project whips" war eine Idee Gingrichs. Zum einen half dieser ihm bei der Entwicklung eigener Policy Proposals und der Organisation von "special events", wie etwa der "round-the-clock special order on crime" im Jahre 1990. Andererseits war es Gingrich durch die Schaffung des zweiten Chief Deputy Whips möglich, sowohl einen Vertreter der Moderates und einen Vertreter der Conservatives in die Leadership zu integrieren. Somit setzte Gingrich auch ein wichtiges Signal für seine Integrationsbereitschaft aller Factions der Republican Conference.

III. CONFERENCE CHAIR

1911 änderten die House Republicans offiziell den Namen ihres Caucus in "Republican Conference", um negative Assoziationen des Begriffs "caucus" – "a shady backroom organization that could bind its members' votes" (Wolfensberger 1988, 4) – zu vermeiden. Trotz des unterschiedlichen Namens, ähneln sich die Aufgaben des Chair des Democratic Caucus und der Republican Conference sehr stark. Beide arrangieren Meetings aller Party Members, versuchen politische Unterstützung für die Party Position zu gewinnen, entwickeln Gesetze und verbreiten Informationen über policies und aktuelle Geschehnisse auf dem Floor.

Die Conference veröffentlicht den *Legislative Digest*, eine wöchentliche Publikation, die anstehende House Bills analysiert. Außerdem installierte die Conference ein Computer Netzwerk, über welches sich GOP Members und Staff Informationen über Meeting Announcements, Leadership Statements, Personnel Notices und weitere nützliche Informationen beschaffen können.

Während des 101st Congress schuf der damalige Conference Chairman Jerry Lewis (R-CA) ein "board of directors" zur Unterstützung in Fragen des Legislative Managements und Electoral Politics. Sein Nachfolger und Gingrich-Verbündeter, Dick Armey (R-TX), ging im Jahre 1993 einen Schritt weiter und installierte ein sog. "truth squad" ("rapid response team"), dessen Aufgabe darin bestand, möglichst rasch auf die Publikation der Agenda des Presidents zu reagieren und die Medien innerhalb einer Stunde mit der Antwort und der

Agenda der House Republicans zu versorgen (vgl. auch Teil 4-II.).¹⁴⁶

IV. POLICY COMMITTEE CHAIR

Das House Republican Policy Committee bestand aus 35 Mitgliedern. Es setzte sich zusammen aus den gewählten House Republican Leaders und dem Freshmen Leadership Representative, den Ranking GOP Members der vier wichtigsten Committees (Appropriations, Budget, Rules, Ways and Means), acht regionalen Representatives, zehn "at-large members" (die vom Republican Leader ausgewählt wurden) und vier Members aus den zwei "most recent classes".

Die formal wichtigste Aufgabe des Policy Committees war die Publikation von Issue Statements in aktuellen Fragen, die im House diskutiert wurden. In der Praxis jedoch war die Hauptfunktion des Committees, Republican Members "closed-door issue discussions" zu ermöglichen, die strukturierter und besser zu organisieren waren als Diskussion mit der gesamten Conference (vgl. Connelly 1988).

V. RESEARCH COMMITTEE CHAIR

Das Research Committee war höchstwahrscheinlich der am wenigsten bekannte Teil der GOP Leadership. Bisweilen verwechselten selbst Republican Members es mit dem Policy Committee oder dem Republican Study Committee¹⁴⁷. Das Research Committee erarbeitete sog. "issue papers" und versuchte "publicity events" zu organisieren. Hierzu griff der Chairman nicht nur auf sein Staff zurück, sondern bildete auch "task forces", deren Zahl und Struktur über die Jahre hinweg variierte und Themen von "acid rain" bis "Western lending to communist nations" abdeckte (vgl. Klawitter 1989).

---

¹⁴⁶ Als President Clinton beispielsweise seine Health-Care Proposals präsentierte, attackierte ihn die Conference "by releasing an organization chart purporting to show the plan's mind-numbing complexity" (Connelly and Pitney 1994, 43). Dieser Chart erschien in einer Reihe von Publikationen, so etwa im *Wall Street Journal* oder Rush Limbaugh's Newsletter (vgl. Arney 1993; Limbaugh 1993).

¹⁴⁷ Ein von der Parteiführung unabhängiger Conservative Caucus innerhalb der House GOP.

VI. VICE CHAIR UND SECRETARY

Der oder die Vice Chair und der oder die Secretary der Conference amtierten gewissermaßen als “ministers without portfolio”. Während der Abwesenheit des Chairmans saß der Vice Chairman den Sitzungen der Conference vor und erfüllte darüber hinaus recht wenige Funktionen. Beide Positionen hatten auch – im Gegensatz zu den vorher genannten Posten – kein Staff. Ihre Hauptbedeutung lag somit mehr in der Funktion als “Sprungbrett” in die GOP Leadership.

VII. CHAIR OF THE NATIONAL REPUBLICAN CONGRESSIONAL COMMITTEE (NRCC)

Diese Leadership Position unterscheidet sich stark von den anderen Positionen in der House GOP Leadership, denn sie stellt gewissermaßen die Verbindung zu den non-TPOs und anderen Teilen innerhalb der GOP dar. Dies bedeutet jedoch nicht, daß ihr nicht auch eine Funktion innerhalb der House GOP “governing strategy” zufiele.

Der Grad der Einflußnahme auf die Governing Strategies variierte von Chair zu Chair. So operierte etwa NRCC Chair Guy Vander Jagt (R-MI) ganz bewußt außerhalb des Congress’ und überließ die Floor Strategie den andern Congressional Leaders.¹⁴⁸ Einen ganz anderen Kurs schlug sein Nachfolger Bill Paxon (R-N.Y.) ein. Dieser war fest in die GOP House Leadership integriert und als Verbündeter Gingrichs auch stark an der Planung der Floor Activity beteiligt.

VIII. OTHER LEADERS

Zusätzlich zu diesen acht Positionen definierten die Conference Rules auch die Ranking Republicans in den Committees on Appropriation, Budget, Rules, und Ways and Means zur Party Leadership zugehörig. Zusätzlich vertrat seit dem 103rd Congress ein gewählter Freshman die Freshman Class als ein Member der Leadership.

---

¹⁴⁸ Eine Trennung von NRCC und der restlichen House GOP Leadership wird auch schon physisch deutlich: Wie oben erwähnt, befindet sich das Office des NRCC außerhalb des Capitols (auch aus rechtlichen Gründen, denn “campaign contribution activities” dürfen von Members nicht in öffentlichen Gebäuden getätigt werden).

APPENDIX C: REPUBLICAN ORGANIZATIONS

I. ALLIED REPUBLICAN ORGANIZATIONS

College Republican National Committee: The membership of the CRNC, made up exclusively of college students, works throughout the country to support Republican candidates and Republican grass-roots efforts.

National Black Republican Council: The NBRC was formed to help attract African Americans to the Republican Party and to make sure that their voices are represented.

National Federation of the Grand Order of Pachyderm Clubs: The Pachyderm Clubs are social organizations, separate from the politics of county committees, working to educate Republicans on national issues at weekly luncheons.

National Federation of Republican Women: 115,000 members strong, the NFRW has worked since 1938 to increase the effectiveness of women in the cause of good government through active political participation.

National Republican Heritage Groups Council: As the American electorate grows in diversity, the NRHGC insures that all nationalities are properly represented and recruited by the Republican Party.

Republican National Hispanic Assembly: As more Hispanics enter the Republican Party, the RNHA works to ensure that Republican elected officials are aware of the issues and concerns facing Hispanic Americans. In addition to supporting Hispanic Republican candidates. This auxiliary also encourages Hispanics to register as Republicans.

Republicans Abroad International: The Republicans Abroad association provides up-to-date briefings on issues of national importance to Republicans living overseas in diplomatic, personal, and professional capacities.

Young Republican National Federation: The YRNF works to promote Republican Party principles and the Republican Party platform in young Americans, age 18 to 40. The members also provide a strong volunteer base to assist Republican candidates.

II. OTHER NON-AFFILIATED, NATIONAL REPUBLICAN ORGANIZATIONS

National Republican Congressional Committee: Active in both the special and general elections, the NRCC provides public relations and direct mail assistance to Republicans running for the House of Representatives.

National Republican Senatorial Committee: The NRSC, in addition to coordinating Republican policy in the Senate, provides fundraising assistance to U.S. Senate candidates.

Republican Governors Association: The Republican Governors Association, founded in 1963, is the official policy-making and political organization for Republican Governors and Governors-elect of the United States and its territories. Currently, there are 32 Republican Governors representing nearly 75% of the U.S. population.

Republican Network to Elect Women (RENEW): RENEW backs women who acknowledge that protecting the sound, fundamental Republican tenets of individual responsibility and free markets keeps the nation strong and the economy growing.

Teen-Age Republicans (TARS): TARS aims, above all, to foster a sense of civil responsibility in American teenagers by providing education on important issues and contact with elected officials. TAR's membership provides a sizable volunteer base to Republican candidates.

National Jewish Coalition: The last decade has seen tremendous growth in the number of Jewish people identifying with Republican ideas and the GOP. In 1985, the National Jewish Coalition was founded to be the voice of Jewish Republicans both within the Republican Party and within the Jewish community.

LITERATURVERZEICHNIS

- Abramson, Jeffrey B., F. Christopher Arterton, and Gary R. Orren. 1988. *The Electronic Commonwealth: The Impact of New Media Technologies on Democratic Politics*. New York: Basic Books.
- Advisory Commission on Intergovernmental Relations. 1986. *The Transformation in American Politics: Implications for Federalism*. Washington, D.C.: Advisory Committee on Intergovernmental Relations.
- Alford, John R. and David W. Brady. 1993. Personal and Partisan Advantage in U.S. Congressional Elections, 1846-1990. In *Congress Reconsidered*, ed. Lawrence C. Dodd and Bruce I. Oppenheimer:141-60. Washington, D.C.: CQ Press.
- Ansolabehere, Stephen and Shanto Iyengar. 1995. *Going Negative: How Attack Ads Shrink and Polarize the Electorate*. New York: The Free Press.
- Appleton, Andrew M. and Daniel S. Ward. 1996. How We Are Doing: Party Leaders Evaluate Performance of the 1994 Elections. In *The State of the Parties: The Changing Role of Contemporary American Parties*, ed. John C. Green and Daniel M. Shea:125-39. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers.
- APSA Committee on Political Parties. 1950. Toward a More Responsible Party System. *American Political Science Review* 44: (Supplement).
- Arieff, Irwin B. 1980. House Democrats, GOP Elect Leaders, Draw Battle Lines. *Congressional Quarterly Weekly Report* : 3549-51.
- Armey, Dick. 1991. Down With the Palace Guard. *New York Times*, November 26, A19.
- Armey, Richard. 1993. Your Future Health Plan. *Wall Street Journal*, 13 October, A16.
- Armstrong, Cameron B. and Alan M. Rubin. 1989. Talk Radio as Interpersonal Communication. *Journal of Communication* 39: 84-94.
- Arnold, R. Douglas. 1990. *The Logic of Congressional Action*. New Haven: Yale University Press.
- Asher, Herb and Mike Barr. 1994. Popular Support for Congress and Its Members. In *Congress, the Press, and the Public*, ed. Thomas E. Mann and Norman J. Ornstein:15-43. Washington, D.C.: American Enterprise Institute and Brookings Institution.

- Avery, Robert K. and Donald G. Ellis. 1979. Talk Radio as an Interpersonal Phenomenon. In *Inter/Media: Interpersonal Communication in a Media World*, ed. Gary Gumpert and Robert S. Cathcart:108-15. New York: Oxford University Press.
- Bach, Stanley and Steven S. Smith. 1988. *Managing Uncertainty in the House of Representatives*. Washington, D.C.: Brookings Institution.
- Bader, John B. 1996. *Taking the Initiative: Leadership Agendas in Congress and the "Contract With America"*. Edited by Barry Rabe and John Tierney. American governance and public policy. Washington, D.C.: Georgetown University Press.
- Bader, John B. and Charles O. Jones. 1993. The Republican Parties in Congress: Bicameral Differences. In *Congress Reconsidered*, ed. Lawrence C. Dodd and Bruce I. Oppenheimer:291-314. Washington, D.C.: CQ Press.
- Baer, Denise L. and David A. Bositis. 1988. *Elite Cadres and Party Coalitions: Representing the Public in Party Politics*. New York: Greenwood Press.
- Balz, Dan and Ronald Brownstein. 1995. *Storming the Gates: Protest Politics and the Republican Revival*. Boston: Little, Brown and Company.
- Banfield, Edward C. 1980. In Defense of the American Party System. In *Political Parties in the Eighties*, ed. Robert A. Goldwin:20-33. Washington, D.C.: American Enterprise Institute.
- Barbour, Haley. 1993. RNC Chairmanship Campaign Manifesto: Republican National Committee.
- Barnes, James A. 1989. Reinventing the RNC. *National Journal* .
- Barnes, James A. 1992. Faction Fight. *National Journal* : 2890-1.
- Barnes, James A. 1995. Haley's Comet. *National Journal* : 474-8.
- Barone, Michael and Grant Ujifusa. 1989. *The Almanac of American Politics 1990*. Washington, D.C.: National Journal Press.
- Beck, Paul Allen and Frank J. Sorauf. 1992. *Party Politics in America*. New York: HarperCollins Publishers.
- Bender, David L. 1986. *The Political Spectrum*. St. Paul, MN: Greenhaven Press.
- Berke, Richar L. 1993a. GOP Hopes New Group Can Attract Support from Outsiders. *New York Times*, 15 November, B8.
- Berke, Richar L. 1993b. National Briefing – The GOP: Barbour Gambling on Policy Foundation. *APN Hotline*, 17 June.
- Berke, Richar L. 1993c. National Briefing – The GOP: Policy Foundation Launched. *APN Hotline*, 22 June.

- Berkowitz, Laura and Steve Lilienthal. 1994. A Tale of Two Parties: National Committee Policy Initiatives Since 1992. In *The State of the Parties: The Changing Role of Contemporary American Parties*, ed. John C. Green and Daniel M. Shea:238-47. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers.
- Bernstein, Robert A. 1989. *Elections, Representation, and Congressional Behaviour: The Myth of Constituency Control*. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice Hall.
- Bibby, John F. 1994. State Party Organizations: Coping and Adapting. In *The Parties Respond: Changes in the American Party System*, ed. L. Sandy Maisel:21-44. Boulder: Westview Press.
- Bibby, John F. 1996. *Politics, Parties, and Elections in America*. The Nelson-Hall series in political science. Chicago, IL: Nelson-Hall.
- Bierig, Jeffrey and John Dimmick. 1979. The Late Night Radio Talk Shows as Interpersonal Communication. *Journalism Quarterly* 56: 92-6.
- Biersack, Robert. 1996. The Nationalization of Party Finance, 1992-94. In *The State of the Parties: The Changing Role of Contemporary American Parties*, ed. John C. Green and Daniel M. Shea:108-24. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers.
- Biersack, Robert, Paul Herrnson, and Clyde Wilcox. 1993. Seeds for Success: Early Money in Congressional Elections. *Legislative Studies Quarterly* 18: 535-54.
- Blumler, Jay G., Dennis Kavanagh, and T. J. Nossiter. 1996. Modern Communications versus Traditional Politics in Britain: Unstable Marriage of Convenience. In *Politics, Media, and Modern Democracy: An International Study of Innovations in Electoral Campaigning and Their Consequences*, ed. David L. Swanson and Paolo Mancini:49-72. Westport, Conn.: Praeger.
- Blumler, Jay G. and Denis McQuail. 1969. *Television in Politics: Its Uses and Influence*. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Bolce, Louis, Gerald De Maio, and Douglas Muzzio. 1996. Dial-In Democracy: Talk Radio and the 1994 Election. *Political Science Quarterly* 111, no. 3: 457-81.
- Box-Steffensmeier, Janet M. 1994. Party Resource Allocation: The Timing of Contributions and Coordinated Expenditures. In *The State of the Parties: The Changing Role of Contemporary American Parties*, ed. John C. Green and Daniel M. Shea:191-200. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers.
- Brady, David A. and Charles W. Bullock, III. 1985. Party and Faction. In *Handbook of Legislative Research*, ed. Gerhard Loewenberg, Samuel C. Patterson, and Malcolm E. Jewell. Cambridge, Mass.: Harvard University Press.
- Bridges, Amy. 1984. *A City in the Republic: Antabellum New York and the Origins of Machine Politics*. Cambridge: Cambridge University Press.

- Broder, David S. 1972. *The Party's Over: The Failure of Politics in America*. New York: Harper.
- Broder, David S. 1985. Here Come Republican Moderates. *International Herald Tribune*, 5 April, 8.
- Bruck, Connie. 1995. The Politics of Perception. *The New Yorker*, 9 October, 62-6.
- Burnham, Walter Dean. 1975. Insulation and Responsiveness in Congressional Elections. *Political Science Quarterly* 90: 411-35.
- Burnham, Walter Dean. 1982. *The Current Crisis in American Politics*. New York: Oxford University Press.
- Burnham, Walter Dean. 1995. Critical Realignment Lives: The 1994 Earthquake. In *The Clinton Presidency: First Appraisals*, ed. Colin Campbell and Bert A. Rockman:363-95. Chatham, N.J.: Chatham House.
- Butler, David and Austin Ranney. 1992. Conclusion. In *Electioneering: A Comparative Study of Continuity and Change*, ed. David Butler and A. Ranney:278-286. Oxford: Clarendon Press.
- C-SPAN. 1998a. 1996 C-SPAN National Audience Study. C-SPAN. Accessed 17 April 1998. Online. Available from <http://www.c-span.org/surveys.htm>. 17 April 1998.
- C-SPAN. 1998b. ABOUT C-SPAN: *The C-SPAN Mission*. C-SPAN. Accessed 17 April 1998. Online. Available from <http://www.c-span.org/about1.htm>. 17 April 1998.
- C-SPAN. 1998c. ABOUT C-SPAN: *The Company*. C-SPAN. Accessed 17 April 1998. Online. Available from <http://www.c-span.org/about2.htm>. 17 April 1998.
- Caesar, James W. and Andrew E. Bush. 1997. *Loosing to Win: The 1996 Elections and American Politics*. Edited by Studies in American Political Institutions and Public Policy. James W. Caesar. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers.
- Cappella, Joseph N. and Kathleen Hall Jamieson. 1996. News Frames, Political Cynicism, and Media Cynicism. *The Annals of The American Academy of Political and Social Science* 546: 71-84.
- Cohen, Richard. 1980. House GOP Conflicts May Surface If Party Gains in Fall Elections. *National Journal* : 1142-1146.
- Cohen, Richard E. 1992. Capitol Hill Update. *National Journal* : 2844.
- Cohen, Richard E. 1993a. Capitol Hill Watch. *National Journal* : 880.
- Cohen, Richard E. 1993b. On the Edge. *National Journal* : 880.

- Cohen, Richard E. 1995. The Transformers. *National Journal* : 528-32.
- Cohen, Richard E. and William Schneider. 1992. Partisan Polarization. *National Journal* : 132-55.
- Coleman, John J. 1996. *Policy, Politics, and the Fiscal State*. Princeton: Princeton University Press.
- Collie, Melissa P. and David W. Brady. 1985. The Decline of Partisan Voting Coalitions in the House of Representatives. In *Congress Reconsidered*, ed. Lawrence C. Dodd and Bruce I. Oppenheimer. Washington, D.C.: CQ Press.
- Congressional Quarterly. 1993. Race Heats Up for RNC Chair. *Congressional Quarterly* : 146.
- Congressional Quarterly Weekly Report. 1992. Armev Will Run For Lewis' Post. *Congressional Quarterly Weekly Report* 50: 1587.
- Congressional Quarterly Weekly Report. 1994. Incumbent Reelection Rate, 1946-1994. *Congressional Quarterly Weekly Report* : 3237.
- Congressional Record*. 1980. bound ed. 8 September, 24683.
- Congressional Record*. 1984c. bound ed. 8 May, 3545.
- Congressional Record*. 1984b. bound ed. 10 May, 3762.
- Congressional Record*. 1984a. bound ed. 15 May, 33843.
- Congressional Record*. 1991. bound ed. 2 October, 7204.
- Conlan, Timothy, Ann Martino, and Robert Dilger. 1984. State Parties in the 1980s: Adaption, Resurgence, and Continuing Constraints. *Intergovernmental Affairs* 10: 6-13.
- Connelly, William F., Jr. 1988. *The House Republican Policy Committee: Then and Now*. Paper presented at the American Political Science Association, Washington, D.C., 1-4 September.
- Connelly, William F., Jr. and John J. Pitney, Jr. 1994a. *Congress' Permanent Minority? Republicans in the U.S. House*. Lanham, Md.: Rowman & Littlefield.
- Connelly, William F., Jr. and John J. Pitney, Jr. 1994b. *Congress' Permanent Minority? Republicans in the U.S. House (notes #2)*. Lanham, Md.: Rowman & Littlefield.
- Cook, Timothy E. 1989. *Making Laws and Making News: Media Strategies in the U.S. House of Representatives*. Washington, D.C.: The Brookings Institution.

- Corrado, Anthony. 1996. The Politics of Cohesion: The Role of the National Party Committees in the 1992 Election. In *The State of the Parties: The Changing Role of Contemporary American Parties*, ed. John C. Green and Daniel M. Shea:63-83. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers.
- Cotter, Cornelius P., James L. Gibson, John F. Bibby, and Robert J. Huckshorn. 1984. *Party Organizations in American Politics*. Edited by Gerald M. Pomper. American Political Parties and Elections. New York: Praeger.
- Cotter, Cornelius P. and Bernard C. Hennessy. 1964. *Politics without Power: The National Party Committees*. New York: Atherton.
- Cox, Gary W. and Mathew D. McCubbins. 1993. *Legislative Leviathan: Party Government in the House*. Berkeley: The University of California Press.
- Crotty, William J. 1971. Party Efforts and Its Impact on the Vote. *American Political Science Review* 65: 439-50.
- Cunningham, Kitty. 1993. Goodby 'Generational Gap'. *Congressional Quarterly* : 2716.
- Cutler, Blayne. 1990. High Frequency. *American Demographics* : 11-2.
- Cutler, Robert A. 1989. Mature Audiences Only. *American Demographics*, March, 11-2.
- Dahl, Robert A. 1956. *A Preface to Democratic Theory*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Dahl, Robert A. 1971. *Polyarchy: Participation and Opposition*. New Haven: Yale University Press.
- Davidson, Roger and Walter Oleszek. 1994. *Congress and Its Members*. Washington, D.C.: CQ Press.
- Davidson, Roger H., ed. 1992. *The Postreform Congress*. New York: St. Martin's Press.
- Diamond, Sara. 1989. *Spiritual Warfare: The Politics of the Christian Right*. London: Pluto Press.
- Dodd, Lawrence C. and Bruce I. Oppenheimer, eds. 1993a. *Congress Reconsidered*. Washington, D.C.: CQ Press.
- Dodd, Lawrence C. and Bruce I. Oppenheimer. 1993b. Maintaining Order in the House: The Struggle for Institutional Equilibrium. In *Congress Reconsidered*, ed. Lawrence C. Dodd and Bruce I. Oppenheimer:41-66. Washington, D.C.: CQ Press.
- Donovan, Beth. 1992. Paxon's 'Thankless' Task. *National Journal* : 3784.

- Downs, Anthony. 1957. *An Economic Theory of Democracy*. New York: Harper and Row.
- Duncan, Phil, ed. 1994. *Congressional Quarterly's Politics in America 1996: The 104th Congress*. Washington, D.C.: CQ Press.
- Duverger, Maurice. 1954. *Political Parties*. New York: John Wiley & Sons.
- Dwyre, Diana. 1994. Party Strategy and Political Reality: The Distribution of Congressional Campaign Committee Resources. In *The State of the Parties: The Changing Role of Contemporary American Parties*, ed. John C. Green and Daniel M. Shea:175-89. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers.
- Dwyre, Diana and Jeffrey M. Stonecash. 1992. Where's the Party? Changing State Party Organizations. *American Politics Quarterly* 20: 326-44.
- Ehrenhalt, Allen. 1982. The Perils of Partisanship in the House. *CQ Weekly Report*.
- Ehrenhalt, Alan. 1991. *The United States of Ambition: Politicians, Power, and the Pursuit of Office*. New York: Times Books.
- Eldersveld, Samuel J. 1956. Experimental Propaganda Techniques and Voting Behavior. *American Political Science Review* 50: 154-65.
- Eldersveld, Samuel J. 1964. *Political Parties: A Behavioral Analysis*. Chicago: Rand McNally.
- Elving, Ronald D. 1994. Brighter Lights, Wider Windows: Presenting Congress in the 1990s. In *Congress, the Press, and the Public*, ed. Thomas E. Mann and Norman J. Ornstein:171-206. Washington, D. C.: American Enterprise Institute and Brookings Institution.
- Emke, Mike. 1998. *RNC Auxiliaries and Republican Organizations*. Republican National Committee. Accessed 21 February 1998. Online. Available from <http://www.rnc.org/hq/orgs.html>. 21 February.
- Engelberg, Stephen and Katharine Q. Seelye. 1994. Gingrich: Man in Spotlight and Organization in Shadow. *New York Times*, 18 December, A1, 32.
- Epstein, Edward Jay. 1973. *News From Nowhere: Television and the News*. New York: Random House.
- Epstein, Leon. 1980. *Political Parties in Western Democracies*. New Brunswick, N.J.: Transaction Books.
- Epstein, Leon D. 1983. The Scholarly Commitment to Parties. In *Political Science: The State of the Discipline*, ed. Ada Finifter:127-53. Washington, D.C.: American Political Science Association.
- Epstein, Leon D. 1986. *Political Parties in the American Mold*. Madison: The University of Wisconsin Press.

- Faucheux, Ron, Michael Clark, and Morgan Stewart. 1993. Haley Barbour: GOP Chairman Talks Frankly About His Party's Uncertain Future. *Campaigns & Elections*, April/May, 31-4.
- Fenno, Richard F., Jr. 1978. *Home Style: House Members in their Districts*. Boston: Little, Brown.
- Fineman, Howard. 1989. The Power of Talk. *Newsweek*, 8 February, 24-8.
- Finer, S. E. 1984. The Decline of Party? In *Parties and Democracy in Britain and America*, ed. Vernon Bogdanor. New York: Praeger.
- Fiorina, Morris P. 1980. The Decline of Collective Responsibility in American Politics. *Daedalus* 109: 25-45.
- Fiorina, Morris P. 1990. The Electorate in the Voting Booth. In *The Parties Respond: Changes in the American Party System*, ed. L. Sandy Maisel:307-323. Boulder: Westview Press.
- Fiorina, Morris P. 1994. The Electorate at the Polls in the 1990s. In *The Parties Respond: Changes in the American Party System*, ed. L. Sandy Maisel:123-142. Boulder: Westview Press.
- Fiorina, Morris P. 1996. The Causes and Consequences of Divided Government: Lessons of 1992-1994. In *Divided Government: Change, Uncertainty, and the Constitutional Order*, ed. Peter F. Galderisi, Roberta Q. Herzberg, and Peter McNamara:35-59. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers.
- Freedman, Allan. 1993. An 'Uppity Minority Guy' Takes Charge. *National Journal* : 148.
- Freundreis, John. 1996. Voters, Government Officials, and Party Organizations: Connections and Distinctions. In *The State of the Parties: The Changing Role of Contemporary American Parties*, ed. John C. Green and Daniel M. Shea:385-96. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers.
- Freundreis, John, Alan R. Gitelson, Gregory Flemming, and Anne Layzell. 1996. Local Parties and Legislative Races in 1992 and 1994. In *The State of the Parties: The Changing Role of Contemporary American Parties*, ed. John C. Green and Daniel M. Shea:149-62. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers.
- Fund, John. 1995. The Power of Talk. *Forbes Media Critic* 2: 54-62.
- Gans, Herbert J. 1980. *Deciding What's News : A Study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek, and Time*. New York: Vintage Books.
- Gibson, James L., Cornelius P. Cotter, John F. Bibby, and Robert J. Huckshorn. 1983. Assessing Party Organizational Strength. *American Journal of Political Science* 27: 193-222.

- Gibson, James L., Cornelius P. Cotter, John F. Bibby, and Robert J. Huckshorn. 1985. Wither the Local Parties? A Cross-Sectional and Longitudinal Analysis of the Strength of Party Organizations. *American Journal of Political Science* 29: 139-60.
- Gibson, James L., John P. Frendreis, and Laura L. Vertz. 1989. Party Dynamics in the 1980s: Changes in County Party Organizational Strength, 1980-1984. *American Journal of Political Science* 33: 67-90.
- Gibson, James L. and Susan E. Scarrow. 1993. State and Local Party Organizations in American Politics. In *American Political Parties: A Reader*, ed. Eric M. Uslaner. Itasca, IL.: F. E. Peacock.
- Gibson, James L. and Gregg Smith. 1984. *Local Party Organizations and Electoral Outcomes: Linkages Between Parties and Elections*. Paper presented at the Annual Meeting of the American Political Science Association, Washington, D.C..
- Giddens, Anthony. 1990. *The Consequences of Modernity*. Cambridge: Polity Press.
- Gierzynski, Anthony. 1992. *Legislative Party Campaign Committees in the American States*. Lexington, KY: University Press of Kentucky.
- Giles, Michael W. and Anita Pritchard. 1985. Campaign Expenditures and Legislative Elections in Florida. *Legislative Studies Quarterly* 10: 71-88.
- Ginsberg, Benjamin and Martin Shefter. 1990. *Politics By Other Means: The Declining Importance of Elections in America*. New York: Basic Books Inc.
- Gitelsohn, Alan R., M. Margaret Conway, and Frank B. Feigert. 1984. *American Political Parties: Stability and Change*. Boston: Houghton Mifflin Company.
- GOPAC. 1997a. *GOPAC:About Us*. GOPAC. Accessed 12 August 1997. Online. Available from <http://www.gopac.com/about/index.htm>. 7 April 1998.
- GOPAC. 1997b. *GOPAC:Words and Themes*. GOPAC. Accessed 12 August 1997. Online. Available from <http://www.gopac.com/library/words.htm>. 4 March 1998.
- Gottfried, Paul and Thomas Fleming. 1988. *The Conservative Movement*. Boston: Twayne Publishers.
- Granat, Diane. 1994. The House's TV War: The Gloves Come Off. *Congressional Quarterly Weekly Report* : 1166-7.
- Green, John C. 1996. The Republican Victories in 1994: A View from the Grassroots. In *The State of the Parties: The Changing Role of Contemporary American Parties*, ed. John C. Green and Daniel M. Shea:140-8. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers.

- Green, John C. and Daniel M. Shea. 1996a. Paths and Crossroads: The State of the Parties and Party Scholarship. In *The State of the Parties: The Changing Role of Contemporary American Parties*, ed. John C. Green and Daniel M. Shea:1-8. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers.
- Green, John C. and Daniel M. Shea, eds. 1996b. *The State of the Parties: The Changing Role of Contemporary American Parties*. Edited by John C. Green. People, Passions, and Power: Social Movements, Interest Organizations, and the Political Process. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers.
- Grossman, Lawrence K. 1995. *The Electronic Republic: Shaping Democracy in the Information Age*. New York: Viking Penguin Group.
- Gumpert, Gary and Robert S. Cathcart, eds. 1979. *Inter/Media: Interpersonal Communication in a Media World*. New York: Oxford University Press.
- Gumpert, Gary and Robert S. Cathcart, eds. 1982. *Inter/Media: Interpersonal Communication in a Media World*. New York: Oxford University Press.
- Gumpert, Gary and Robert S. Cathcart, eds. 1986. *Inter/Media: Interpersonal Communication in a Media World*. New York: Oxford University Press.
- Gurevitch, M. and A. P. Kavoori. 1992. Television Spectacles As Politics. *Communication Monographs* 59: 415-20.
- Gurevitch, M., M.R. Levy, and I. Roeh. 1991. The Global Newsroom: Convergences and Diversities in the Globalization of Television News. In *Communication and Citizenship: Journalism and the Public Sphere in the New Media Age*, ed. P. Dahlgren and C. Sparks. London: Routledge.
- Hall, Richard L. 1993. Participation, Abdication, and Representation in Congressional Committees. In *Congress Reconsidered*, ed. Lawrence C. Dodd and Bruce I. Oppenheimer:161-187. Washington, D.C.: CQ Press.
- Hallow, Ralph Z. 1989. Hyde Eyes Run for GOP Whip; Battle of Conservatives Looms. *Washington Times*, 15 March, A3.
- Hames, Tim. 1994. Confusions in the Analysis of American Political Parties. In *The State of the Parties: The Changing Role of Contemporary American Parties*, ed. John C. Green and Daniel M. Shea:329-37. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers.
- Hammond, Susan Webb. 1989. Congressional Caucuses in the Policy Process. In *Congress Reconsidered*, ed. Lawrence C. Dodd and Bruce I. Oppenheimer:351-71. Washington, D.C.: CQ Press.
- Harmel, R. and Kenneth Janda. 1982. *Parties and Their Environments*. New York: Longmans.
- Harvey, Lisa St. Clair. 1994. *Stolen Thunder: The Cultural Roots of Political Communication*. New York: Peter Lang.

- Hayek, Friedrich v. 1986. Why I Am Not a Conservative. In *The Political Spectrum*, ed. Donald Bender:151-159. St. Paul, MN: Greenhaven Press.
- Herbst, Susan. 1994. *Politics at the Margin: Historical Studies of Public Expression Outside the Mainstream*. Cambridge; New York: Cambridge University Press.
- Herbst, Susan. 1996. Public Expression Outside the Mainstream. *The Annals of The American Academy of Political and Social Science* 546: 120-131.
- Herbst, Susan. 1998. *Reading Public Opinion: How Political Actors View the Democratic Process*. Studies in communication, media, and public opinion. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Herrnson, Paul S. 1986. Do Parties Make a Difference? The Role of Party Organizations in Congressional Elections. *Journal of Politics* 48: 589-615.
- Herrnson, Paul S. 1988. *Party Campaigning in the 1980s*. Cambridge: Harvard University Press.
- Herrnson, Paul S. 1994. The Revitalization of National Party Organizations. In *The Parties Respond: Changes in the American Party System*, ed. L. Sandy Maisel:45-68. Boulder: Westview Press.
- Herrnson, Paul S. 1995. *Congressional Elections: Campaigning at Home and in Washington*. Washington, D.C.: CQ Press.
- Herrnson, Paul S. 1996. Party Strategy and Campaign Activities in the 1992 Congressional Elections. In *The State of the Parties: The Changing Role of Contemporary American Parties*, ed. John C. Green and Daniel M. Shea:84-107. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers.
- Herrnson, Paul S., Kelly D. Patterson, and John J. Pitney, Jr. 1996. From Ward Heelers to Public Relations Experts: The Parties' Response to Mass Politics. In *Broken Contract? Changing Relationships Between Americans and Their Government*, ed. Stephen C. Craig:251-267. Boulder, Colorado: Westview Press.
- Heywood, Andrew. 1992. *Political Ideologies: An Introduction*. New York: St. Martin's Press.
- Hofstetter, C. Richard. 1994. Political Talk Radio: A Stereotype Reconsidered. *Political Research Quarterly* 47: 473-81.
- Hook, Janet. 1993. House GOP Hones a Sharper Edge As Michel Turns In His Sword. *Congressional Quarterly* : 2714-18.
- House Republican Conference. 1986. Resolutions.
- House Republican Conference. 1989. *Republican Conference Directory: The 101st Congress*. Washington, D.C.: The House Republican Conference.

- Huckfeldt, Robert and John Sprague. 1992. Political Parties and Electoral Mobilization: Political Structure, Social Structure, and the Party Canvass. *American Political Science Review* 86: 70-86.
- Huckshorn, Robert J. 1991. State Party Leaders. In *Political Parties and Elections in the United States: An Encyclopedia*, ed. L. Sandy Maisel:1058-1072. New York: Garland.
- Iyengar, Shanto. 1991. *Is Anyone Responsible?: How Television Frames Political Issues*. American politics and political economy series. Chicago: University of Chicago Press.
- Jacobson, Gary C. 1985-86. Party Organization and Campaign Ressources in 1982. *Political Science Quarterly* 100: 604-25.
- Jacobson, Gary C. 1991. The Persistence of Democratic House Majorities. In *The Politics of Divided Government*, ed. Gary W. Cox and Samuel Kernell:39-55. Boulder: Westview Press.
- Jacobson, Gary C. 1992. *The Politics of Congressional Elections*. New York: HarperCollins.
- Jacobson, Gary C. 1993. The Misallocations of Resources in House Campaigns. In *Congress Reconsidered*, ed. Lawrence C. Dodd and Bruce I. Oppenheimer:115-39. Washington, D.C.: CQ Press.
- Jacobson, Gary C. 1996. The 1994 House Elections in Perspective. In *Midterm: The Elections of 1994 in Context*, ed. Philip A. Klinkner. Boulder, Colo.: Westview Press.
- Jamieson, Kathleen Hall. 1988. *Eloquence in an Electronic Age : The Transformation of Political Speechmaking*. New York: Oxford University Press.
- Jensen, Richard. 1969. American Election Analyses. In *Politics and the Social Sciences*, ed. Seymour M. Lipset:226-43. New York: Oxford University Press.
- Jewell, Malcolm E. and David M. Olson. 1988. *Political Parties and Elections in American States*. Chicago: Dorsey Press.
- Jones, Charles O. 1965. *Party and Policy-Making: The House Republican Policy Committee*. New Brunswick, N.J.: Rutgers University Press.
- Jones, Charles O. 1970. *The Minority Party in Congress*. Boston: Little, Brown.
- Jones, Charles O. 1995a. The Voters Say Yes: The 1984 Congressional Elections. In *Election 84: Landslide Without a Mandate?*, ed. Ellis Sandoz and Cecil V. Crabb. New York: New American Library/Mentor Books.
- Jones, Nicholas. 1995b. *Soundbites and Spin Doctors: How Politicians Manipulate the Media - and Vice Versa*. London: Cassell.

- Jones, Ruth S. and Thomas J. Borris. 1985. Strategic Contributing in Legislative Campaigns. *Legislative Studies Quarterly* 10: 89-106.
- Jun, Uwe. 1996. Innerparteiliche Reformen im Vergleich: Der Versuch einer Modernisierung von SPD und Labour Party. In *Das sozialdemokratische Modell. Organisationsstrukturen und Politikinhalt im Wandel*, ed. Jens Borchert, Lutz Golsch, Uwe Jun, and Peter Lösche: 213-237. Opladen: Leske + Budrich.
- Jun, Uwe. 1997. Seminar "Politik und Medien": Zentrum für Europa- und Noramerikastudien, Georg-August-Universität, Göttingen.
- Just, Marion R., Ann N. Crigler, Dean E. Alger, Timothy E. Cook, Montague Kern, and Darell M. West. 1996. *Crosstalk : Citizens, Candidates, and the Media in a Presidential Campaign*. American politics and political economy. Chicago, IL: The University of Chicago Press.
- Katz, Daniel and Samuel J. Eldersveld. 1961. The Impact of Local Party Activity upon the Electorate. *Public Opinion Quarterly* 25: 1-24.
- Key, V. O., Jr. 1947. *Politics, Parties, and Pressure Groups*. New York: Thomas Y. Crowell.
- Key, V. O., Jr. 1950. *Southern Politics in State and Nation*. New York: Alfred A. Knopf.
- Key, V. O., Jr. 1955. A Theory of Critical Elections. *Journal of Politics* 17: 5-18.
- Key, V. O., Jr. 1959. Secular Realignment and the Party System. *Journal of Politics* 21: 198-210.
- Key, V. O., Jr. 1964. *Politics, Parties & Pressure Groups*. New York: Alfred A. Knopf.
- Kiewiet, D. Roderick and Mathew D. McCubbins. 1991. *The Logic of Delegation: Congressional Parties and the Appropriations Process*. Chicago: The University of Chicago Press.
- King, Anthony. 1969. Political Parties in Western Democracies. *Polity* 2: 112-41.
- King, Anthony, ed. 1990. *The New American Political System*. Washington, D.C.: The AEI Press.
- King, John, Rebecca Cooper, and Jay Carney. 1997. *Paxon Resigns From GOP Leadership*. AllPolitics. Accessed 17 July 1997. Online. Available from <http://allpolitics.com/1997/07/17/paxon.gingrich/>. 17 July 1997.
- Kingdon, John. 1989. *Congressmen's Voting Decisions*. Ann Arbor: University of Michigan Press.
- Kirkpatrick, Jeane J. 1979. *Dismantling the Parties: Reflections on Party Reform and Party Decomposition*. Washington, D.C.: American Enterprise Institute.

- Klawitter, Jason W. 1989. *The Role of the Republican Research Committee: A Look at Policy Shapers of Republican Leadership*. Unpublished manuscript.
- Klinkner, Philip A. 1994a. *The Losing Parties: Out-Party National Committees, 1956-1993*. New Haven: Yale University Press.
- Klinkner, Philip A. 1994b. Party Culture and Party Behaviour. In *The State of the Parties: The Changing Role of Contemporary American Parties*, ed. John C. Green and Daniel M. Shea:276-87. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers.
- Klinkner, Philip A. and Charles O. Jones. 1996. *Midterm : The Elections of 1994 in Context*. Transforming American politics. Boulder, CO: Westview Press.
- Kohut, Andrew, Cliff Zukin, and Carol Bowman. 1993. *The Vocal Minority in American Politics*. Washington, DC: Times Mirror Center for the People and the Press.
- Kolodny, Robin. 1996. The Contract with America in the 104th Congress. In *The State of the Parties: The Changing Role of Contemporary American Parties*, ed. John C. Green and Daniel M. Shea:314-27. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers.
- Koopman, Douglas L. 1996. *Hostile Takeover: The House Republican Party, 1980-1995*. Lanham, Md.: Rowman & Littlefield.
- Kramer, Gerald. 1971. The Effects of Precinct-Level Canvassing on Voter Behavios. *Public Opinion Quarterly* 34: 560-72.
- Krauss, Clifford. 1992. Staunch Conservative Wins GOP Post in House. *New York Times*, 8 December, A12.
- Kristol, Irving. 1994. American Conservatism 1945-1995. *Public Interest* 94: 80-91.
- Kurian, George Thomas, ed. 1997. *The Encyclopedia of the Republican Party*. Edited by Jeffrey D. Schultz. Library Reference Edition. Armonk, N.Y.: Sharpe Reference.
- Kurtz, Howard. 1998. *Spin Cycle: Inside the Clinton Propaganda Machine*. New York: Free Press.
- Ladd, Everett Carl. 1995. The 1994 Congressional Elections: The Postindustrial Realignments Continues. *Political Science Quarterly* 110: 1-24.
- Lamb, Brian. 1988. *America's Town Hall*. Washington, D.C.: Acropolis Books.
- Lang, Gladys Engel and Kurt Lang. 1984. *Politics and Television Re-viewed*. Beverly Hills, Calif.: Sage Publications.

- Lang, Kurt and Gladys Engel Lang. 1968. *Politics and Television*. Chicago,: Quadrangle Books.
- Levin, Murray Burton. 1987. *Talk Radio and the American Dream*. Lexington, MA: Lexington Books.
- Lewis, Michael. 1997. *Trail Fever: Spin Doctors, Rented Strangers, Thumb Wrestlers, Toe Suckers, Grizzly Bears, and Other Creatures on the Road to the White House*. New York: Knopf.
- Lewis, Peter H. 1994. Electronic Tie for Citizens and Seekers of Office. *New York Times*, 6 November, A1.
- Lichter, S. Robert, Linda S. Lichter, and Stanley Rothman. 1991. *Watching America*. New York: Prentice Hall Press.
- Limbaugh, Rush. 1993. *The Limbaugh Letter*. 11 November.
- Lippmann, Walter. 1991. *Public Opinion*. New Brunswick, N.J.: Transaction Publishers.
- Lipset, Seymour Martin and William Schneider. 1983. The Decline of Confidence in American Institutions. *Political Science Quarterly* 98: 379-402.
- Loomis, Burdet. 1984. Congressional Careers and Party Leadership in the Contemporary House of Representatives. *American Journal of Political Science* 28: 180-202.
- Lösche, Peter. 1995. "Europäisierung" Amerikas? Die USA am Ende des 20. Jahrhunderts: Zentrum für Europa- und Nordamerikaforschung (ZENAF).
- Lösche, Peter. 1996. SPD, Demokratische Partei und Labour Party: Konvergenzen und Differenzen. In *Das sozialdemokratische Modell. Organisationsstrukturen und Politikinhalt im Wandel*, ed. Jens Borchert, Lutz Golsch, Uwe Jun, and Peter Lösche:239-57. Opladen: Leske + Budrich.
- Luhmann, Niklas. 1975. *Macht*. Stuttgart: Enke Verlag.
- Lukacs, John. 1984. The American Conservatives: Where They Come From and Where They are Going. *Harpers*, January, 44-49.
- Maddox, William S. and Stuart A. Lillie. 1984. *Beyond Liberal and Conservative: Reassessing the Political Spectrum*. Washington, D.C.: Cato Institute.
- Madison, Christopher. 1991. Pint-Sized Elephant. *National Journal* : 132.
- Maisel, L. Sandy. 1993. *Parties and Elections in America: The Electoral Process*. New York: McGraw-Hill.
- Maisel, L. Sandy. 1994. Political Parties at the Century's End. In *The Parties Respond: Changes in the American Party System*, ed. L. Sandy Maisel:379-95. Boulder: Westview Press.

- Maisel, L. Sandy, Elizabeth J. Ivry, Benjamin D. Ling, and Stephanie G. Pennix. 1995. Re-exploring the Weak-Challenger Hypothesis: The 1994 Candidate Pools. In *Midterm: The Elections of 1994 in Context*, ed. Philip A. Klinkner:141-53. Boulder, CO: Westview Press.
- Mancini, Paolo and David L. Swanson. 1996. Politics, Media, and Modern Democracy: Introduction. In *Politics, Media, and Modern Democracy: An International Study of Innovations in Electoral Campaigning and Their Consequences*, ed. David L. Swanson and Paolo Mancini:1-26. Westport, Conn.: Praeger.
- Mann, Thomas E. 1987. Is the House of Representatives Unresponsive to Political Change? In *Elections American Style*, ed. A. James Reichley:274-83. Washington, D.C.: Brookings.
- Mann, Thomas E. and Norman J. Ornstein, eds. 1994. *Congress, the Press, and the Public*. Washington, D.C.: American Enterprise Institute and Brookings Institution.
- Maraniss, David and Michael Weisskopf. 1996. *"Tell Newt to Shut Up!"*. New York: Touchstone.
- Mattingly, Kim. 1990. Republicans Talk Strategy and Ways to Regain Control of House in 1992. *Roll Call* : 17-8.
- Mayhew, David R. 1974. *Congress: The Electoral Connection*. New Haven: Yale University Press.
- Mayhew, David R. 1986. *Placing Parties in American Politics*. Princeton: Princeton University Press.
- McLuhan, Marshall. 1964. *Understanding Media: The Extensions of Man*. New York,: McGraw-Hill.
- Medcalf, Linda J. and Kenneth M. Dolbeare. 1985. *Neopolitics: American Political Ideas in the 1980s*. Philadelphia: Temple University Press.
- Mendelsohn, Harold A. and Irving Crespi. 1970. *Polls, Television, and the New Politics*. Chandler publications in political science. Scranton: Chandler Pub. Co.
- Merriam, Charles. 1922. *The American Party System*. New York: Macmillan Publishing.
- Merriam, Charles E. and Lousie Overacker. 1928. *Primary Elections*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Meyer, Thomas and Klaus-Jürgen Scherer. 1994. Parteien in der Defensive? Plädoyer für die Öffnung der Volkspartei. In *Parteien in der Defensive? Plädoyer für die Öffnung der Volkspartei*, ed. Thomas Meyer, Klaus-Jürgen Scherer, and Christoph Zöpel. Köln.

- Meyrowitz, Joshua. 1985. *No Sense of Place: The Impact of Electronic Media on Social Behavior*. New York: Oxford University Press.
- Michigan Survey Center. 1997. The NES Guide to Public Opinion and Electoral Behavior. Online: Michigan Survey Center of the Center for Political Studies.
- Miller, Warren E. 1994. Party Identification and the Electorate of the 1990s. In *The Parties Respond: Changes in the American Party System*, ed. L. Sandy Maisel:103-121. Boulder: Westview Press.
- Mills, Mike. 1988. GOP Selects Leaders: Michel, Cheney, Lewis. *Congressional Quarterly Weekly Report* : 3475.
- Moakley, Maureen, ed. 1992. *Party Realignment and State Politics*. Columbus: Ohio State University Press.
- Negroponte, Nicholas. 1995. *Being Digital*. New York: Knopf.
- Neuman, W. Russell. 1991. *The Future of the Mass Audience*. Cambridge [England] ; New York: Cambridge University Press.
- Neuman, W. Russell. 1996. Political Communications Infrastructure. *Annals of The American Academy of Political and Social Science* 546: 9-21.
- Neustadt, Richard E. 1976. *Presidential Power: The Politics of Leadership with Reflections on Johnson and Nixon*. New York: Wiley & Sons.
- New York Times. 1994. Portrait of the Electorate: Who Voted for Whom in the House. *New York Times*, 13 November, A24.
- Nie, Norman H., Sidney Verba, and John R. Petrocik. 1979. *The Changing American Voter*. Cambridge: Harvard University Press.
- NRCC. 1998. *NRCC History*. NRCC. Accessed 4 March 1998. Online. Available from http://www.nrcc.org/html/nrcc_history.html. 4 March 1998.
- O'Neill, Tip and William Novak. 1987. *Man of the House: The Life and Political Memoirs of Speaker Tip O'Neill*. New York: Random House.
- Odenthal, Normen. 1997. *Die britische Labour Party: Eine Medienkommunikationspartei?* Diplomarbeit, Georg-August-Universität Göttingen.
- Ornstein, Norman J., ed. 1975. *Congress in Change: Evolution and Reform*. New York: Praeger.
- Ornstein, Norman J., Thomas E. Mann, and Michael J. Malbin. 1992. *Vital Statistics on Congress, 1991-1992*. Washington, D.C.: Congressional Quarterly.

- Ornstein, Norman J., Thomas E. Mann, and Michael J. Malbin, eds. 1994. *Vital Statistics on Congress, 1993-1994*. Washington, D.C.: Congressional Quarterly.
- Owen, Diana. 1996. Who's Talking? Who's Listening? The New Politics of Radio Talk Shows. In *Broken Contract? Changing Relationships Between Americans and Their Government*, ed. Stephen C. Craig:127-46. Boulder, CO: Westview Press.
- Panebianco, Angelico. 1988. *Political Parties: Organization and Power*. Translated by Marc Silver. Cambridge: Cambridge University Press.
- Patterson, Kelly D. 1996. *Political Parties and the Maintenance of Liberal Democracy*. Edited by Robert Y. Shapiro. Power, Conflict and Democracy. American Politics Into the Twenty-first Century. New York: Columbia University Press.
- Peters, Ronald M., Jr. 1990. *The American Speakership: The Office in Historical Perspective*. Baltimore, Md.: The Johns Hopkins University Press.
- Petrocik, John R. 1991. Divided Government: Is It All in the Campaigns? In *The Politics of Divided Government*, ed. Gary W. Cox and Samuel Kernell:13-38. Boulder: Westview Press.
- Pitney, John J., Jr. 1988. *The Conservative Opportunity Society*. Paper presented at the Annual Meeting of the Western Political Science Association, San Francisco, California, March 10-12.
- Pitney, John J., Jr. 1990. *Republican Party Leadership in the U.S. House*. Paper presented at the Annual Meeting of the American Political Science Association, The San Francisco Hilton, 30 August - 2 September.
- Pitney, John J., Jr. 1996. *Understanding Newt Gingrich*. Paper presented at the Annual Meeting of the American Political Science Association, The San Francisco Hilton and Towers, 29 August - 1 September.
- Pitney, John J., Jr. and William F. Connelly, Jr. 1996. "Permanent Minority" No More: House Republicans in 1994. In *Midterm: The Elections of 1994 in Context*, ed. Philip A. Klinkner:47-61. Boulder, Col.: Westview Press.
- Polsby, Nelson W. 1983. *Consequences of Party Reform*. New York: Oxford University Press.
- Polsby, Nelson W. 1990. Political Change and the Character of the Contemporary Congress. In *The New American Political System*, ed. Anthony King:29-46. Washington, D.C.: The AEI Press.
- Rae, Nicol C. 1989. *The Decline and Fall of Liberal Republicans: 1952 to the Present*. New York: Oxford University Press.
- Rakove, Milton L. 1975. *Don't Make No Waves ... Don't Back No Losers*. Bloomington: Indiana University Press.

- Ranney, Austin. 1983. *Channels of Power : The Impact of Television on American Politics*. New York: Basic Books.
- Reichley, A. James. 1981. *Conservatives in an Age of Change: The Nixon and Ford Administrations*. Washington, D.C.: Brookings Institution.
- Reichley, A. James. 1992. *The Life of the Parties: A History of American Political Parties*. New York: The Free Press.
- Reiter, Howard. 1981. Intra-Party Cleavages in the United States Today. *Western Political Quarterly* 34: 287-300 passim.
- Richardson, Sula P. 1992. *Caucuses and Legislative Service Organizations of the 102nd Congress: An Informational Directory*. Washington, D.C.: Library of Congress/Congressional Research Service.
- Rieselbach, Leroy N. 1986. *Congressional Reform*. Washington, D.C.: CQ Press.
- Rieselbach, Leroy N. 1996. It's the Constitution, Stupid! Congress, the President, Divided Government, and Policymaking. In *Divided Government: Change, Uncertainty, and the Constitutional Order*, ed. Peter F. Galderisi, Roberta Q. Herzberg, and Peter McNamara:109-134. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers.
- RNC. 1994. *Contract With America* Briefing Book: Republican National Committee.
- RNC. 1998. *GOP-TV*. Republican National Committee. Accessed 21 February 1998. Online. Available from <http://www.rnc.org/movie/what.html>. 30 April 1997.
- Roberts, James C. 1991. The Power of Talk Radio. *American Enterprise*, May/June, 56-61.
- Roberts, Steven. 1995. Open Arms for Online Democracy. *U.S. News and World Report*, 16 January, 9-11.
- Robinson, Michael J. and Austin Ranney. 1985. *The Mass Media in Campaign '84: Articles From Public Opinion Magazine*. AEI studies ; 426. Washington, D.C.: American Enterprise Institute for Public Policy Research.
- Rohde, David W. 1991. *Parties and Leaders in the Postreform House*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Rohde, David W. 1992. Electoral Forces, Political Agendas, and Partisanship in the House and the Senate. In *The Postreform Congress*, ed. Roger H. Davidson:27-47. New York: St. Martin's Press.
- Rosenbaum, David E. 1994. GOP Unleashes Its New Weapon: Winning Candidates. *New York Times*, 13 November, B1, 3.

- Sabato, Larry J. 1988. *The Parties Just Begun: Shaping Political Parties for America's Future*. Glenview, Ill.: Scott, Foresman.
- Saloma, John S., III. 1984. Old Right? New Right? *One Right*. *Nation*, 14 January, 14-18.
- Sartori, Giovanni. 1976. *Parties and Party Systems*. New York: Cambridge University Press.
- Scammell, Margaret. 1995. *Designer Politics: How Elections are Won*. London: Houndmills.
- Scharf, Andreas and Bernd Schubert. 1997. *Marketing: Einführung in Theorie und Praxis*. Stuttgart: Schäffer-Poeschel Verlag.
- Schattschneider, E. E. 1942. *Party Government*. New York: Farrar and Rinehart.
- Schattschneider, E. E. 1960. *The Semisovereign People*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Schlesinger, Arthur M., Jr. 1984. The Crisis of the American Party System. In *Political Parties and the Modern American State*, ed. Richard L. McCormick. New Brunswick, N.J.: Rutgers University Press.
- Schlesinger, Arthur M., Jr. 1986. *The Cycles of American History*. Boston: Houghton Mifflin Company.
- Schlesinger, Joseph A. 1985. The New American Political Party. *American Political Science Review* 79: 1152-69.
- Schlesinger, Joseph A. 1991. *Political Parties and the Winning of Office*. Ann Arbor: University of Michigan Press.
- Schultz, Craig, ed. 1994. *Setting Course: A Congressional Management Guide*. Washington, D.C.: Congressional Management Foundation.
- Schwartz, Mildred A. 1990. *The Party Network: the Robust Organization of Illinois Republicans*. Madison: The University of Wisconsin Press.
- Scott, W. Richard. 1987. *Organizations: Rational, Natural, and Open Systems*. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall.
- Shea, Daniel M. 1994. State Legislative Campaign Committees: New Partners or New Competitors? In *The State of the Parties: The Changing Role of Contemporary American Parties*, ed. John C. Green and Daniel M. Shea: 219-234. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers.
- Shea, Daniel M. 1995. *Transforming Democracy: Legislative Campaign Committees and Political Parties*. Edited by SUNY Series in Political Party Development. Susan J. Tolchin. Albany, N.Y.: State University of New York Press/The Center for Party Development Washington D.C.

- Shea, Daniel M. 1997. *Campaign Craft: The Strategies, Tactics, and Art of Political Campaign Management*. Edited by Robert E. Denton, Jr. Praeger Series in Political Communication. Westport, CT: Praeger.
- Sinclair, Barbara. 1981a. Majority Party Leadership Strategies For Coping With the New U.S. House. *Legislative Studies Quarterly* 6: 391-414.
- Sinclair, Barbara. 1981b. The Speaker's Task Force in the Post-Reform House of Representatives. *American Political Science Review* 75: 397-410.
- Sinclair, Barbara. 1993. House Majority Party Leadership in an Era of Divided Control. In *Congress Reconsidered*, ed. Lawrence C. Dodd and Bruce I. Oppenheimer:237-257. Washington, D.C.: CQ Press.
- Sinclair, Barbara. 1995. *Legislators, Leaders, and Lawmaking*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.
- Smith, Hedrick. 1988. *The Power Game: How Washington Works*. New York: Random House.
- Soper, J. Christopher. 1995. The Politics of Pragmatism: The Christian Right and the 1994 Elections. In *Midterm: The Elections of 1994 in Context*, ed. Philip A Klinkner:115-?? Boulder, CO: Westview Press.
- Sorauf, Frank. 1984. *Party Politics in America*. Boston: Little, Brown & Co.
- Spiegelmann, Arthur. 1997. Susan Molinari quits politics to join CBS News. *Reuters*, 28 May.
- Spring, Andrea, David Beiler, and Morgan Stewart. 1993. Mobilizing the Christian Right. *Campaigns & Elections*, October/November, 33-6.
- Stanley, Harold W. 1995. The Parties, the President, and the 1994 Midterm Elections. In *The Clinton Presidency: First Appraisals*, ed. Colin Campbell and Bert A. Rockman:188-211. Chatham, N.J.: Chatham House.
- Stewart, Morgan. 1993. Pump Up the Volume. *Campaigns & Elections*, October/November, 22-6.
- Stonecash, Jeffrey M. 1988. Working at the Margins: Campaign Finance and Strategy in New York Assembly Elections. *Legislative Studies Quarterly* 13: 477-94.
- Swanson, David L. and Paolo Mancini. 1996a. Patterns of Modern Electoral Campaigning and Their Consequences. In *Politics, Media, and Modern Democracy: An International Study of Innovations in Electoral Campaigning and Their Consequences*, ed. David L. Swanson and Paolo Mancini:247-76. Westport, Conn.: Praeger.

- Swanson, David L. and Paolo Mancini, eds. 1996b. *Politics, Media, and Modern Democracy: An International Study of Innovations in Electoral Campaigning and Their Consequences*. Edited by Praeger Series in Political Communication. Denton, Robert E., Jr. Westport, Conn.: Praeger.
- The American Heritage Dictionary. 1992. 1996/97 Edition. Microsoft Bookshelf: The American Heritage Dictionary of the English Language, Third Edition. Microsoft Corporation. Accessed CD-ROM.
- The Concise Columbia Encyclopedia. 1995. *Freedom of Information Act*. 1996/97 Edition. Microsoft Bookshelf: The Concise Columbia Encyclopedia. Microsoft Corporation. Accessed CD-ROM.
- The World Almanac and Book of Facts. 1996. *U.S. Households With Cable Television, 1977-94*. 1996/97 Edition. Microsoft Bookshelf: The World Almanac and Book of Facts 1996. Microsoft Corp. Accessed CD-ROM.
- Tolchin, Martin and Susan Tolchin. 1971. *To the Victor ... Political Patronage from the Clubhouse to the White House*. New York: Vintage Books.
- Trammer, Harriet and Leo W. Jeffes. 1983. Talk Radio—Form and Companion. *Journal of Broadcasting* 27: 297-300.
- Turow, Joseph. 1974. Talk Radio as Interpersonal Communication. *Journal of Broadcasting* 18: 171-9.
- U.S. News & World Report. 1980. Congressional Heat. 4 February, 58-60.
- Ware, Alan. 1985. *The Breakdown of Democratic Party Organization, 1940-1980*. New York: Oxford University Press.
- Warner, Judith and Max Berley. 1995. *Newt Gingrich: Speaker to America*. New York: Signet.
- Wattenberg, Martin P. 1984. *The Decline of American Political Parties, 1952-1980*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Wayne, Leslie. 1997. Congress Shuns Spotlight on Leadership PACs. *New York Times*, 13 March.
- Weaver, David H. 1996. What Voters Learn From Media. *The Annals of The American Academy of Political and Social Science* 546: 34-47.
- Whalen, Bill. 1990. Party Animal. *Campaigns and Elections*, November, 29-31.
- Wilcox, Clyde. 1995. *The Latest American Revolution? The 1994 Elections and Their Implications for Governance*. New York: St. Martin's Press, Inc.
- Winebrenner, Hugh. 1987. *The Iowa Precinct Caucuses: The Making of a Media Event*. Ames, IA: Iowa State University Press.
- Winneker, Craig. 1992. Heard on the Hill. *Roll Call* : 1.

- Wolfensberger, Don. 1988. *The Role of Party Caucuses in the House of Representatives*. Paper presented at the Annual Conference of the American Political Science Association, Washington, D.C., 1-4 September.
- Young, Gary and Joseph Cooper. 1993. Multiple Referral and the Transformation of House Decision Making. In *Congress Reconsidered*, ed. Lawrence C. Dodd and Bruce I. Oppenheimer:211-234. Washington, D.C.: CQ Press.

Ich versichere, daß ich die Arbeit selbständig und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Hilfsmittel angefertigt habe. Alle Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus Veröffentlichungen entnommen sind, sind als solche kenntlich gemacht.

Göttingen, den 8. Mai 1998

Joachim Karl Rennstich