Kapitel 4. Stars als Anführer und die Attraktivität der Repräsentation.

Bisher haben wir vor allem einen Grundsatz der Theorie der Relation unterstrichen: So sehr man sich auch um ideale Verhältnisse in geradezu allen nur erdenklichen Lebensbereichen bemüht, so sehr kommt es im Kosmos gelebter Sozialität stets und ständig zu Abweichungen vom Manuskript – sei es von einer idealen Reziprozität, einer idealen Relation oder einer idealen Zirkulation. Dieser Grundsatz der Abweichung von *idealen* Verhältnissen besitzt jedoch nicht nur Gültigkeit in Bezug auf instabile Zirkulationen, wie wir es im Bereich der Kunst gesehen haben. Instabile Zirkulationen lassen sich auch zwischen der politischen und der medialen Relationsstruktur beobachten, die sich infolge eines Doppellebens zwischen Politikbetrieb und Medienbusiness ergeben. Auch in diesem Fall würde sich die Oszillation auf das Fortkommen in der Politik bremsend auswirken. Dies würde aufgrund der nachteilhaften Position von Akteuren dafür sorgen, dass die Akteure nur atomistische Instanzen erreichen, die ihre Einschreibung in viele kleine Akte zerlegen und die Entwicklung eines wenig gebahnten Zirkulationsweges in der Politik erschweren würden. Der gleiche Grundsatz besitzt jedoch mindestens ebenso sehr Gültigkeit für stabile Zirkulationen von Akteuren, die zwar keine ausgewiesenen Politikakteure sind, denen es aber nichtsdestotrotz gelungen ist, ausgehend vom Medienbusiness in die Politik zu zirkulieren und sich dort zu etablieren. Der Wechsel der Relationsstruktur geht also nicht zwangsläufig mit instabilen Zirkulationen einher. Er führt die Akteure auch nicht unbedingt auf wenig gebahnte Zirkulationswege in derjenigen Realtionsstruktur, *für* die die Akteure besonders widerstehen. Diesem zweiten Fall der Entwicklung einer stabilen Zirkulation in der Ankunftsrelationsstruktur infolge des Wechsels der Relationsstruktur widmen wir uns im vorliegenden Kapitel.

Dass Akteuren der Wechsel vom Medienbusiness in die Politik und anschließend die Stabilisierung ihrer Zirkulation in der Politik gelingen kann, soll im Folgenden in exemplarischer Weise anhand der Zirkulation zweier Protagonisten illustriert werden: Arnold Schwarzenegger und Wolodymyr Selenskyj. Bei einer solchen Zirkulation vom Film- und Fernsehbusiness in die Politik handelt es sich keineswegs um eine Ausnahmezirkulation. Vielmehr verläuft sie auf längst gebahnten Zirkulationswegen ihrer historischen Vorgänger und Nachfahren. Zu nennen wären hier etwa die US-Präsidenten Ronald Reagan und Donald Trump, der Haitianische Präsident Michael Martelly, die EU-Parlamentsabgeordneten Nana Mouskuri und Martin Sonneborn, die Bayrische Landtagsabgeordnete Barbara Rütting, der Bundestagsabgeordnete Charles M. Huber, die italienische Parlamentsabgeordnete Ilona „Cicciolina“ Staller, die US-Delegierte der UN-Vollversammlung Shirley Temple, der US-Senator Fred Thomson sowie Clint Eastwood, Vicky Leandros und Sonny Bono, die ein Bürgermeisteramt inne hatten. Das Anliegen dieses Kapitels besteht also darin, einen Normalfall der Zirkulation ins Zentrum zu rücken, der im erfolgreichen Wechsel der Relationsstruktur besteht.

Im Falle Schwarzeneggers und Selenskyjs haben wir mit Akteuren der ersten Kategorie der medialen Relationsstruktur zu tun, die stark zur Attraktivität dieser Relationsstruktur beitragen und deshalb zur Gruppe der Puristen der Relationsstruktur zugeschrieben werden können (vgl. Papilloud und Schultze 2022, 142; aus Gründen der besseren Lesbarkeit werden wir weiterführend von Relationspuristen sprechen). Diese Ausgangsposition in der ersten Akteurkategorie stellt allerdings keineswegs eine hinreichende Bedingung für den Wechsel der Relationsstruktur dar (vgl. unser Kapitel 3). Sie zeugt zunächst einmal nur davon, dass Schwarzenegger und Selenskyj als Akteure der ersten Kategorie stärker von den zirkulatorisichen Determinanten einer Relationsstruktur betroffen sind, als von den strukturellen Determinanten (ebd., 135). Zirkulationsmöglichkeiten sind für sie wie selbstverständlich, was nicht gleich heißt, dass sie auch tatsächlich ergriffen werden. Ein Widerstand aufseiten der Akteure ist elementar notwendig, der sie daran hindert, sich erneut in ihre Ausgangsrelationsstruktur mit gesellschaftlichen Instanzen einzuschreiben und darin weiter von Sequenz zu Sequenz zu zirkulieren (vgl. ebd., 180ff.). Anders formuliert, wäre es für Schwarzenegger und Selenskyj ein Leichtes gewesen, nachdem *Terminator 3* im Juli 2003 als Nummer eins an den Kinokassen angelaufen war (Schwarzenegger 2014, 514) bzw. die Ausstrahlung der dritten Staffel der Fernsehserie *Diener des Volkes* eine Woche vor der ersten Runde der Präsidentschaftswahl in der Ukraine geplant war (Iwański 2019), sich einem neuen Film- oder Fernsehprojekt zuzuwenden. Dazu kam es allerdings nicht, was nicht darauf zurückzuführen ist, dass Schwarzenegger keine Angebote erhalten hätte oder Selenskyj und dem Team der Produktionsfirma *Kwartal 95* die Ideen für Spielfilme oder Serien ausgegangen wären. Es kam vielmehr bei beiden Stars nicht dazu, weil sie einen Weg in die Politik gebahnt haben, um dort – in Erwartung der Stabilisierung ihre Position in der politischen Relationsstruktur – etwas für ihr „Volk“ real zu verändern.

In einer derart gelagerten Erwartung und Erwartung auf Erwartungen spiegelt sich einerseits ein unabdingbarer Widerstand *für* die Kernsequenz der politischen Relationsstruktur wider, die in der *Repräsentation* besteht und am Beispiel beider Protagonisten in dem Bedürfnis nach der Repräsentation der Ukrainer bzw. der Kalifornier kristallin wird. Andererseits spiegelt sich darin aber auch ein Widerstand *gegen* die Kernsequenz Attraktivität der medialen Relationsstruktur wider, worin alle Tätigkeitsentwicklungen ausschließlich im Dienst der Attraktivität von Medien durch die Performanz von Einzelakteuren als Stars, als Entertainer, als Kabarettist, als Journalisten etc. ausgeübt werden. Diese spannungsreiche Parallelität des Widerstands *für* die Politik und *gegen* das Medienbusiness lässt sich am Beispiel Schwarzeneggers gut verdeutlichen. So sagt er zum einen hinsichtlich seiner Tätigkeit in der Traumfabrik, dass ihm „die Schauspielerei […] zum Hals raus[hängt]“ und er an etwas arbeiten wolle, das größer und wichtiger als er selbst wäre (Schwarzenegger 2014, 517, 513). Zum anderen sei ihm in Bezug auf die Repräsentation glasklar gewesen, dass er allen Menschen [im Bundesstaat Kalifornien; CP und EMS] dienen wolle (Girls Defiant Ones Media Group 2023), es an der Zeit sei, den amtierenden Gouverneur „Gray Davis zu terminieren“ und er zur Abwechslung mal das Volk vertreten wolle (Schwarzenegger zit. nach Newman 2003).

Am Beispiel dieser Aussagen von Schwarzenegger wird ersichtlich, dass sich Relationspuristen, die einen Wechsel der Relationsstruktur anstreben, nicht mehr als unabdingbares Element ihrer Relationsstruktur empfinden und auch nicht mehr an der Verbreitung ihrer Relationsstruktur mitwirken möchten. Stattdessen beginnen sie die Sequenz, in deren Dienst sie sich stellen wollen, die jedoch in ihrer Ausgangsrelationsstruktur nicht die Kernsequenz ist, zu verabsolutieren – im Falle Schwarzeneggers und Selenskyjs die Sequenz Repräsentation. Dieses Streben nach der Repräsentation an sich bringt sie in Versuchung, ihre Relationsstruktur für diejenige Relationsstruktur zu verlassen, in der alles in Unterstützung der Repräsentation getan wird, wie dies in der politischen Relationsstruktur der Fall ist (vgl. Papilloud und Schultze 2022, 150–161).

Ein solcher Wechsel der Relationsstruktur bzw. die Zirkulation vom Film- und Fersehbusiness in die Politik verlangt allerdings nicht nur Widerstandsmerkmale aufseiten der Akteure. Er verlangt auch die Realisierung von Einschreibungsakten mit gesellschaftspolitischen Instanzen der Ankunftsrelationsstruktur (ebd., 180-192). Dies wiederum setzt voraus, das diese Instanzen auch tatsächlich vorhanden und für die Akteure erreichbar sind. Im Falle Schwarzeneggers und Selenskyjs bedeutet das, dass sie politische Instanzen finden oder im Zweifelsfalle selbst gründen müssen, um sich in die politische Relationsstruktur einzuschreiben und tatsächlich vom Star zum politischen Anführer zu werden (vgl. Abb. 9.1 in ebd., 374). Es lässt sich also erneut festhalten, dass auch für Relationspuristen wie Schwarzenegger und Selenskyj, der erfolgreiche Wechsel der Relationsstruktur vom Trias Einschreibung, Widerstand und Reziprozität abhängt. Gesetzt dem Fall, dass Relationspuristen einen Realationsstrukturwechsel aus dem Widerstand *für* die Kernsequenz der Ankunftsrelationsstruktur realisieren, wie bei Schwarzenegger und Selenskyj, so haben wir es ferner mit einer aufsteigenden Zirkulation zu tun. Diese aufsteigende Zirkulation qua Wechsel der Relationsstruktur und anschließender Stabilisierung der Zirkulation in der Ankunftsrelationsstruktur versteht die Theorie der Relation als eine aufsteigende transversale Mobilität.

Im Folgenden sollen die Stufen einer solchen aufsteigenden transversalen Mobilität zwischen zwei Relationsstrukturen mit Hilfe einer rekonstruktiven Untersuchung der Zirkulation von Scharzenegger und Selenskyj eingehender beleuchtet werden. Dabei zeigen wir, unter welchen Bedingungen sich in der Theorie der Relation eine solche aufsteigende transversale Mobilität vollzieht, auf welchem konkreten Zirkulationsweg Schwarzenegger und Selenskyj in die politische Relationsstruktur zirkulieren und welche Ankunftsposition mit einer solchen transversalen Mobilität zunächst verbunden ist. Anschließend konkretisieren wir, wie es Akteuren, die den Wechsel der Relationsstruktur von der ersten Kategorie aus antreten, gelingt, in der neuen Relationsstruktur von ihrer Ankunftsposition in die Position eines Relationspuristen weiterzuzirkulieren. Dabei gilt unser besonderes Augenmerk den gesellschaftlichen Instanzen, die im Falle Schwarzeneggers und Selenskyjs nicht etwa schon vorhanden waren. Vielmehr sahen sich beide Protagonisten mit der Schwierigkeit konfrontiert, erst geeignete Akteure zumeist über ihre Soziabilitätsnetzwerke zu mobilisieren und ein neues Kollektiv zu gründen, das dann als Vermittlungsinstanz ihres Wahlkampfs fungieren konnte und sich in Form eines Wahlkampfstabs manifestiert. Abschließend gehen wir auf die Register der Tätigkeitsentwicklung im Wahlkampf ein und zeigen, dass Schwarzenegger und Selenskyj vermehrt entlang medialer Tätigkeitsregister zum politischen Anführer generieren. Entsprechend sind beide Akteure maßgeblich daran beteiligt, Mediationen aus der medialen Relationsstruktur in der Politik salonfähig zu machen – ein Umstand der die gängigen Mediationen der Repräsentation von Kollektiven nachhaltig verändern wird und der Attraktivität von Monopolakteuren, wie den erneut amtierenden Präsidenten Donald Trump, den Weg mitgeebnet hat.

In diese Diskussion steigen wir zuerst mit Bezug auf die soziologischen Mobilitätsforschung ein. Dabei soll die Frage beantwortet werden, welche Konzepte von den Vertretern dieses festen Markenkerns soziologischer Forschung angeboten werden, um die von Schwarzenegger und Selenskyj vollzogene soziale Mobilität zwischen Medienbusiness und Politik zu erfassen, zu messen und zu erklären.

## 1. Die zwei paradigmatischen Ansätze sozialer Mobilitätsforschung

Mit Blick auf die Mobilitätsforschung, für die „konzeptionelle Fragen weitaus weniger wichtig [waren]“ (Sørensen 1977, 965), konstatieren Erikson und Goldthorpe, dass es eine Vielzahl von „verschiedenen konzeptionellen Kontexte[n]“ gibt, „in denen die Untersuchung der sozialen Mobilität durchgeführt“ wird (Erikson und Goldthorpe 1992, 28). Angesicht dessen schlagen die Autoren eine Systemematisierung entlang zweier Haupttendenzen vor: „eine, in der Mobilität als innerhalb einer Klassenstruktur und eine andere, in der sie als innerhalb einer Form von sozialer Hierarchie stattfindend betrachtet wird“ (ebd., 29).[[1]](#footnote-2) Entsprechend gestaltet sich auch die Definition sozialer Mobilität: Im ersten Falle versteht sie sich auf „die Bewegung von Individuen zwischen *sozialen Positionen*, die anhand von Beziehungen innerhalb von Arbeitsmärkten und Produktionseinheiten identifiziert werden“ (ebd.). Im zweiten Fall bezeichnet sie dagegen „die Bewegung von Individuen zwischen *sozialen Gruppierungen oder Aggregaten“*, die „nach Kriterien wie [beruflichem; CP und EMS] Prestige, [sozio-ökonomischem; CP und EMS] Status“ oder „wirtschaftlichen Ressourcen […] ihrer Mitglieder geordnet sind“ (ebd.).[[2]](#footnote-3) Wir verzichten auf die Betrachtung der Einkommensmobilität, da in der Soziologie die Auffassung vorherrscht, dass die Analyse beruflicher Mobilität auf Basis von Prestige- oder Statusskalen der Untersuchung von Einkommensmobilität vorzuziehen sei (Goldthorpe und McKnight 2006, 129; vgl. auch Featherman und Hauser 1978; Breen 2005). Wir beginnen unsere Betrachtung mit den klassenstrukturellen Kontexten am Beispiel des EGP-Klassenschemas und verorten darin anschließend die berufliche Mobilität Schwarzeneggers und Selenskyjs vom Medienbusiness in die Politik.

### *1.1.* *Soziale Mobilität in klassenstrukturellen Kontexten und das EGP-Klassenschema*

Zentrum der nach Klassenstrukturen verfahrenden Mobilitätsforschung bildet die „Mobilität im Sinne relationaler Veränderungen […] der Einbindung des Einzelnen in die Beziehungen innerhalb von Arbeitsmärkten und Produktionseinheiten“, wobei sich derartige Veränderungen weder nahtlos als „Auf- und Abstiege interpretieren lassen“ noch das alleiniges Ergebnis individueller (Miss)Erfolge sind (Erikson und Goldthorpe 1992, 31). Entsprechend wird angenommen, dass sich Klassen durch eine gewisse Homogenität hinsichtlich der Verfügung über Ressourcen, ihre „Exposition gegenüber strukturellen Veränderungen“ und hinsichtlich ihrer klassenspezifischen Interessen auszeichnen (ebd., 31f.; vgl. auch Wright 1979). Damit ist es möglich, sowohl die aus unterschiedlichen Klassenpositionen resultierende soziale Ungleichheit als auch die sich in jenen Positionen widerspiegelnden „strukturelle[n] Aspekte der wirtschaftlichen Entwicklung“ in die Analyse von Chancen, Raten und Mustern sozialer Mobilität zu integrieren (ebd., 32). Im Klassenkontext interessieren daher die „Arten von Gewinnen und Verlusten“, die mit Positionswechseln einhergehen (ebd., 33). Einer der populärsten Klassenstruktur-Kontexte sozialer Mobilitätsforschung bildet das von *E*rikson, *G*oldthorpe und *P*ortocarero entwickelte EGP-Klassenschema (vgl. Brauns, Steinmann und Haun 2000). Diesem wollen wir uns nun dezidiert zuwenden, um zu sehen, welche Perspektiven es uns auf die von Schwarzenegger und Selenskyj realisierte Positionsumstellung vom kommerziellen TV- und Filmbusiness in die Politik eröffnet. Zunächst aber ein paar Worte zum Aufbau des Klassenschemas selbst.

Das EGP-Klassenschema zielt grundsätzlich auf eine Klassendifferenzierung ab, in der Positionen im Verhältnis zu Beschäftigungsverhältnissen klassifiziert und mithin „Personen in ähnlichen Markt- und Arbeitssituationen“ elektisch zusammengefasst werden (Erikson und Goldthorpe 1992, 37, Fn. 9). Insofern verstehen die Autoren die soziale Klassenzugehörigkeit von Personen als Produkt ihrer Marktlage und ihrer Beschäftigungsverhältnisse. Auf Basis dieser Unterscheidung ergibt sich die primäre Drei-Teilung von Beschäftigten-Hauptklassen nach *Arbeitgebern*, *Selbstständigen* und *Arbeitnehmern* (ebd., 37, 40). Diese drei Hauptklassen gliedern sich ferner in Fraktionen von Beschäftigten, wobei für unsere Zwecke vor allem die Klasse der Arbeitgeber und die der Arbeitnehmer von Relevanz ist. So gliedert sich die Klasse der Arbeitgeber zum einen in Großunternehmer und führende Industrielle – die Klasse der „größeren Eigentümer“ (I) – und zum anderen in die Kleingewerbetreibenden (IVa + IVc) – die Klasse der kleineren Eigentümer (vgl. ebd., 40; vgl. auch Fig. 2.1 in ebd., 36, 38-39). Die Klasse der Arbeitnehmer wird demgegenüber nach der konkreten Art der Regulierung des Beschäftigungsverhältnisses differenziert, woraus die Unterscheidung zwischen Arbeitnehmern mit klassischem Arbeitsvertrag und Arbeitnehmern im Dienstverhältnis gewonnen wird (ebd. 41-42). Die im Dienstverhältnis beschäftigten Arbeitnehmer gliedern sich wiederum in Fachkräfte, Verwaltungsangestellte und Beamte im höheren Dienst (I) oder im unterem Dienst (II) (vgl. Fig. 2.1 ebd., 36, 38-39) und bilden die „Dienstklasse“ (ebd., 42), wobei die Mitglieder der obersten Dienstklasse (I) gemeinsam mit den größeren Eigentümern (I) an der Spitze des EGP-Klassenschemas stehen. In der Arbeitnehmerklasse mit Arbeitsvertrag, die der Lohnarbeiterklasse nahe kommt, werden die manuell arbeitenden Facharbeiter des Handwerks (VI) sowie die einfachen manuellen Arbeiter in Industrie und Landwirtschaft (VIIa + VIIb) unterschieden (vgl. Fig. 2.1 in ebd., 36, 38-39). Zwischen der idealtypischen Arbeitssituation der Dienst- und Arbeiterklasse werden schließlich die Arbeitnehmer im Angestelltenverhältnis platziert (vgl. ebd.), die wiederum in nicht-manuell Beschäftigte des höheren und unteren Dienstes (IIIa + IIIb) und Techniker der unteren Ebene (V) untergliedert werden (ebd.).

Wenn wir nun danach fragen, welche Erkenntnisse das EGP-Schema zur Zirkulation Schwarzeneggers und Selenskyjs aus dem Mediengeschäft in die Politik liefert, gilt es zunächst die Klassenpositionen zu bestimmen, zwischen denen beide Protagonisten zirkuliert sind. Dahingehend lässt sich konstatieren, dass Schwarzenegger und Selenskyj sowohl während ihrer Erwerbstätigkeit im TV- und Filmbusiness als auch in Bezug auf die Ausübung ihrer politischen Ämter der oberen Dienstklasse (I) zuzuordnen sind. Während bei den Exekutivämtern, die beide Protagonisten in der Zielposition bekleidet haben bzw. bekleiden, die Klassenzuordnung unumstritten ist, bedarf die Einordnung ihrer Tätigkeit im Schauspiel-, Kabarett- und Produktionsgewerbe zur Dienstklasse I näherer Erläuterung.[[3]](#footnote-4) So kann als erstes gesagt werden, dass Schwarzenegger und Selenskyj als „Film- und Fernsehschaffende“ aufgrund ihrer unzähligen Zirkulationen von Film- und TV-Projekt zu Film- und TV-Projekt zweifellos die obersten „Ränge“ des TV- und Filmgewerbes erreicht haben (Friedman und Laurison 2019, 266). Von dort aus haben jene Akteure, so Friedman und Laurison weiter, „einen unverhältnismäßigen Zugang zu genau der Art von ‚Schlüsselpositionen‘“, die gemeinhin mit der Elite assoziiert sind (ebd.).[[4]](#footnote-5) Zweitens spricht dafür, dass sie „einen bedeutenden Einfluss auf das öffentliche Leben aus[üben] und […] eine zentrale Rolle bei der Gestaltung der kulturellen Identität der Nation durch Film, Medien und darstellende Künste [spielen]“ (ebd.). Drittens spricht dafür, dass Schwarzenegger und Selenskyj über ihre Zirkulation von einem zum nächsten Film- und TV-Projekt ein sehr hohes Einkommen erzielt haben. Und schließlich führen die Autoren an, dass die Kultur- und Kreativberufe „zu den wettbewerbsintensivsten aller […] Eliteberufe“ gehören und diese sehr begehrt sind, weil sie „Selbstdarstellung und Glamour versprechen“ – oder in einem Wort: Attraktivität (ebd.).

Mit Blick auf diese Einordnung der Positionsumstellung, die von Schwarzenegger und Selenskyj zwischen dem Medienbusiness und der Politik realisiert wird, lässt sich auf Basis des EGP-Klassenschemas Folgendes hervorheben. Zunächst einmal ist festzustellen, dass die Zirkulation unserer beiden Protagonisten mittels des EGP-Schemas als soziale Mobilität von einer Führungsposition zu einer anderen Führungsposition zu verstehen ist, d. h. als eine Positionsumstellung innerhalb der obersten Dienstklasse der Führungskräfte, Verwaltungsangestellten und Beamten. Entsprechend bleibt diese Bewegung entweder vollständig unsichtbar und kann mit dem EGP-Klassenstrukturkontext nicht adäquat erfasst werden, oder sie würde – so der Markt der Erwerbstätigkeit in der Analyse der obersten Dienstklasse Berücksichtigung findet – als horizontale Mobilität zwischen äquivalenten Führungspositionen verstanden werden. Ersterer Lesart würde damit die soziale Mobilität von Schwarzenegger und Selenskyj zwischen zwei Märkten entgehen. Letzterer leistet der Auffassung Vorschub, als gäbe es lediglich einen marginalen Unterschied zwischen dem Bekleiden eines Exekutivamtes und den Tätigkeiten und Einflussnahmemöglichkeiten einer Führungskraft im medialen Film- und TV-Geschäft. Das heißt wiederum, dass sich klassenstrukturelle Kontexte im Allgemeinen und das EGP-Schema im Besonderen zur Untersuchung der sozialen Mobilität von Schwarzenegger und Selenskyj als eher ungeeignet erweisen, so deren Positionsumstellung innerhalb der oberen Dienstklasse weder als Wechsel der Beziehung zum Arbeitsmarkt noch als Regulationsveränderung der Beschäftigung bestimmt wird.

Das EGP-Schema bietet somit eine eher unzureichende Erklärungsgrundlage, zumal unklar ist, wie mit der doppelten Verankerung der oberen Dienstklasse I in der Klasse sowohl der Arbeitgeber als auch der Arbeitnehmer umzugehen ist. Diesbezüglich wäre für unsere beiden Protagonisten herauszustellen, dass sie nicht nur der Arbeitnehmer-Klasse I angehören, sondern parallel dazu auch der Arbeitgeber-Klasse I bzw. der größeren Eigentümerklasse und zwar vor wie nach ihrer Zirkulation in die Politik.[[5]](#footnote-6) Selbstredend wird Schwarzenegger trotzdem Gouverneur von Kalifornien, weil Mitte des Jahres 2003 einem Bürgerbegehren zur Amtsenthebung (*Recall*) von Gouverneur Davis stattgegeben wird (Mathews 2003). Zugleich können Schwarzenegger und Selenskyj aber auch der Klasse der größeren Eigentümer (I) zugeordnet werden, auch wenn sie darin ein „abnormales Element“ bilden (Erikson und Goldthorpe 1992, 40). So ist Schwarzenegger u. a. in Investment-Geschäfte in Immobilien, in Einkaufszentren, einen Weinberg, ins Flugzeugleasing oder den Investmentfond *Dimensional Fund Advisers* (vgl. Schwarzenegger 2014, 442, 444–447) ebenso involviert, wie in den Onlinehandel (Deutsches Patent- und Markenamt 2024). Ähnlich gestaltet es sich bei Selenskyj, der vor der Präsidentschaft auch als Drehbuchautor und Produzent für *Studio Kwartal 95* und die Medienholding 1+1 des Oligarchen Ihor Kolomojskyj tätig war (vgl. Nelles 2019). Zugleich ist er zu 25 Prozent Miteigentümer und Geschäftsführer der Produktionsfirma *Studio Kwartal 95* (Durot 2022; Trubetskoy 2021), wobei um *Studio Kwartal 95* seit 2012 ein Geflecht aus über zehn Offshore-Firmen auf den Jungferninseln, Zypern und in Belize aufgebaut wurde (vgl. Belford et al. 2021; Trubetskoy 2021; Lysenko 2021). Im Zentrum dieses Briefkastenfirmen-Geflechts steht die *Maltex Multicapital Corp.*, die bis kurz vor dem ersten Wahlgang zu 25 Prozent Selenskyj gehört (ebd.). Ferner besitzt Selenskyj eine Reihe von Immobilien und ist im Aktiengeschäft tätig (Ukrinform 2019a; Ukrinform 2019b; Ukrinform 2021). Insofern gehören also Schwarzenegger und Selenskyj sowohl der obersten Dienstklasse der Arbeitnehmer als auch der Arbeitgeberklasse der größeren Eigentümer an. Wir wenden uns daher jetzt den hierarchischen Kontexten der sozialen Mobilitätsforschung zu, um in exemplarischer Form zu fragen, welche Erkenntnisse uns diese für die Analyse der Zirkulation Schwarzeneggers und Selenskyjs von der Medienbusiness in die Politik liefern kann.

### *1.2.* *Soziale Mobilität in hierarchischen Kontexten und der internationale sozio-ökonomische Index des beruflichen Status (ISEI-08)*

Die nach kontinuierlichen Kontexten (Ganzeboom et al. 1992, 3ff.) verfahrende Mobilitätsforschung beruht auf den Kriterien *Berufsprestige* und *sozio-ökonomischer Berufsstatus* (vgl. Erikson und Goldthorpe 1992, 29). Entsprechend bezeichnet soziale Mobilität hier die Positionsumstellung von Individuen zwischen hierarchisch gegliederten Aggregaten innerhalb eines gesamtgesellschaftlichen Prestige- oder Statusgruppengefüges. Damit ist für berufliche Prestige- bzw. Statusmobilität die Annahme tragend, dass jede Berufsposition mit einem bestimmten gesellschaftlich zugeschriebenen Ansehen (vgl. Hoffmeyer-Zlotnik und Geis, 125; Treiman 1975; Treiman 1977; Ganzeboom und Treiman 2003, 162) bzw. einem bestimmten sozio-ökonomischen Status (vgl. Duncan 1961; Blau und Duncan 1967; Featherman, Jones und Hauser 1975; Ganzeboom et al. 1992; Ganzeboom und Treiman 1996) verbunden ist. In hierarchischen Kontexten kommt also dem Indikator *Beruf* eine prioritäre Bedeutung zu, die auf der Einsicht beruht, „dass die Arbeitsteilung der Kern sozialer Ungleichheit ist“ (erste Überlegungen hierzu vgl. Durkheim 1983, 273–290). Insofern leitet diese Mobilitätsforschung „aus Informationen über Berufe Maße für den sozialen Status“ und das soziale Prestige ab (Ganzeboom und Treiman 2003, 159) und überführt diese auf Basis der *I*nternational *S*tandard *C*lassification of *O*ccupations (ISCO) in standardisierte Skalen (ebd.).

Der wohl elaborierteste hierarchische Kontext der beruflichen Mobilitätsforschung ist der *I*nternational *S*ocio-*E*conomic *I*ndex of Occupational Status (ISEI), der in der neuesten Fassung aus dem Jahr 2008 vorliegt. Diesen wollen wir nun daraufhin befragen, welche Perspektiven er uns auf die Positionsumstellung Schwarzeneggers und Selenskyjs vom kommerziellen TV- und Filmbusiness in die Politik eröffnen kann. Zuvor jedoch ein paar Worte zur Konzeption des internationalen sozio-ökonomischen Index des beruflichen Status von 2008 (ISEI-08).

Der ISEI-08 soll „soziale und wirtschaftliche Ressourcen [erschließen], die den Statuserwerb in der Gesellschaft beschleunigen“ (ebd., 5), wobei „der berufliche Status als der Mechanismus konzeptualisiert wird, der Bildungsnachweise in Einkommen umwandelt“ (ebd., 11). Der Beruf ist also als „Zwischenstation“ modelliert, der „die wichtigste Ressource einer Person (Bildung) in die wichtigste Vergütung einer Person (Einkommen) transformier[t]“ (Ganzeboom et al. 1992, 9). Die Codierung des ISEI-08 basiert auf der internationalen Standarsberufsklassifikation in der neuesten Fassung von 2008. Somit ist für den ISEI-08 – in Parallelität zur ISCO-08 – eine deduktiv-hierarchisch skalierte Berufssystematik tragend, die ausgehend von zehn beruflichen Hauptgruppen über 44 berufliche Unterhauptgruppen und 120 berufliche Nebengruppen bis hin zu 403 beruflichen Einheitsgruppen zunehmend detaillierter organisiert ist (Ganzeboom und Treiman 2010, 6).[[6]](#footnote-7) Anschließend wurde für alle 507 codierten Berufsgruppen und Berufe auf der Datenbasis des *I*nternational *S*ocial *S*urvey *P*rogramm (ISSP) ein eigener Statuswert berechnet bzw. geschätzt (ebd., 12).[[7]](#footnote-8) Insofern besteht also ein wesentlicher Vorteil des sozio-ökonomischen Index des Berufsstatus darin, dass nicht nur 507 Berufsgruppen und Berufe unterschieden werden können, sondern ihnen gleichsam ein eigener Statuswert zugeordnet ist (vgl. Ganzeboom 2010; vgl. auch Erikson und Goldthorpe 1992, 31). Der höchste Statuswert des ISEI-08 beträgt 89 und kommt der Nebenhauptgruppe der „Ärzteschaft“ (Ziffer 2210) bestehend aus den Einheitsgruppen der „Allgemeinmediziner“ und der „Fachärzte“ (Ziffer 2211-2212) zu, die wiederum in der Unterhauptgruppe der „akademischen und verwandten Gesundheitsberufe“ (2200) angesiedelt sind und zur Hauptgruppe der „akademischen Berufe“ gehören (vgl. Ganzeboom 2010, 3; vgl. auch Bundesamt für Statistik der Schweizerischen Eidgenossenschaft 2017). Der niedrigste Statuswert beträgt 10 (Ganzeboom 2010, 9). Er drückt den Berufsstatus der Unterhauptgruppe – bestehend aus vier Nebengruppen (Ziffer 6310-6340) – der „Landwirte, Fischer, Jäger und Sammler für den Eigenbedarf“ (Ziffer 6300) aus, die ihrerseits zur Hauptgruppe der „Fachkräfte in Land- und Forstwirtschaft und Fischerei“ gehören (ebd.; vgl. auch Bundesamt für Statistik der Schweizerischen Eidgenossenschaft 2017). Im Folgenden werden wir nun die von Schwarzenegger und Selenskyj vollzogenen Positionswechsel mit dem ISEI-08 in den Blick nehmen und auf jeder Aggregationsebene die Bewegung zwischen beiden Positionen als auf- bzw. absteigende vertikale Mobilität bestimmen.

Wenn wir nun danach fragen, welche Erkenntnisse der ISEI-08 hinsichtlich der Zirkulation Schwarzeneggers und Selenskyjs aus dem TV- und Filmgeschäft in den Politikbetrieb liefert, so zeigt sich auf der Ebene der vier Berufsgruppen folgendes Bild. Auf der Ebene der Hauptgruppen lässt sich zunächst feststellen, dass der Weg vom Star zum politischen Anführer Kaliforniens bzw. der Ukraine im ISEI-08 als ein Positionswechsel von der Hauptgruppe der „Fachkräfte“ (Ziffer 2000) in die der „Führungskräfte“ (Ziffer 1000) zu verstehen ist (Ganzeboom 2010, 1, 2; vgl. International Labour Office 2012). Dieser hauptberufliche Wechsel entspricht im ISEI-08 einer vertikalen Mobilität in absteigender Richtung, weil Schwarzenegger und Selenskyj eine Berufshauptgruppe mit dem Statuswert 65 für eine mit dem Wert 62 verlassen und dabei drei Statuswertpunkte einbüßen (Ganzeboom 2010, 1, 4). Diese Richtungseinschätzung vertikaler Mobilität ändert sich jedoch, wenn wir zu den Ebenen der beruflichen Unterhaupt-, Neben- und Einheitsgruppen weitergehen. So gelingt Schwarzenegger und Selenskyj auf der Ebene der beruflichen Unterhauptgruppe mit dem Wechsel von der Berufsgruppe der „juristischen, sozialen und kulturellen Fachkräfte“ (Ziffer 2600) in die der „Geschäftsführer, Vorstände, leitenden Verwaltungsbediensteten und Angehörigen gesetzgebender Körperschaften“ (Ziffer 1100) ein Aufstieg um drei Statuspunkte, da sie von einer Position mit Statuswert 66 in eine mit dem Wert 69 zirkulieren (ebd.). Besonders ausgeprägt ist diese aufsteigende Mobilität jedoch auf der Ebene der Berufsnebengruppen. Hier ist Schwarzenegger und Selenskyj ausgehend von der Nebengruppe der „kreativen und darstellenden Künstler“ mit einem Statuswert von 53 (Ziffer 2650) der Sprung in die Nebengruppe der „Gesetzgeber und hohen Beamten“ geglückt, für die der ISEI-08 einen Statuswert von 68 (Ziffer 1110) schätzt (ebd.). Entsprechend haben beide Protagonisten auf dieser Aggregationsebene einen beachtlichen Aufstieg um 15 Statuswertpunkte realisiert, dessen Ausmaß sich jedoch nicht auf der Ebene der Berufseinheitsgruppen widerspiegelt. Hier sind Schwarzenegger und Selenskyj ausgehend von ihrer Haupttätigkeit als Schauspieler (Ziffer 2655) des Film- bzw. Serienbusiness’ zwar immer noch aufsteigend in die Position eines „Gesetzgebers“ (Ziffer 1111), d. h. in das Amt eines Gouverneurs bzw. das Präsidentschaftsamt der Ukraine, zirkuliert (ebd.). Hierbei sind beide Protagonisten jedoch nur von einer Position mit dem Statuswert 64 in eine Position mit dem Statuswert 66 gewechselt, wodurch sie ihren beruflichen Status lediglich um zwei Punkte gesteigert haben. Stellen wir für Selenskyj gleichsam seine Tätigkeit als Produzent von Filmen und Serien und seine Geschäftsführertätigkeit für die Anstalt *Kwartal 95* in Rechnung (vgl. Nelles 2019), so kann für Selenskyj ein Statuszugewinn von drei Punkten festgestellt werden, da für diese Augangsposition im ISEI-08 ein Statuswert von 63 geschätzt wurde (Ganzeboom 2010, 4).

Vor diesem Hintergrund lässt sich hervorheben, dass der ISEI-08 im Unterschied zum EGP-Klassenschema in der Lage ist, sowohl die berufliche Mobilität Schwarzeneggers und Selenskyjs zu erfassen als auch als vertikale Mobilität zu behandeln und auf Basis der entsprechenden positionalen Statuswerte Aussagen über die Richtung der beruflichen Mobilität auf den vier Aggregationsebenen zu treffen. Zugleich ist aber auch hervorzuheben, dass Schwarzenegger und Selenskyj auf der Ebene der Berufshauptgruppen eine absteigende, auf den drei detaillierteren Aggregationsebenen jedoch jeweils eine aufsteigende Mobilität vom Star zum politischen Anführer vollzogen haben. In Bezug auf die aufsteigende Mobilität ist ferner zu sagen, dass der Statusgewinn von Aggregationsebene zu Aggregationsebene stark variiert und von dem Befund der absteigenden Mobilität auf der Ebene der Berufshauptgruppen konterkariert wird.

Ferner lässt sich festhalten, dass der hierarchische Kontext des ISEI-08 die berufliche Mobilität Schwarzeneggers und Selenskyjs vornehmlich als eindimensionales, auf das Ordnungsprinzip des sozio-ökonomischen Berufsstatus verengtes Phänomen behandelt (vgl. Ganzeboom et al. 1992, 7). Bezüglich der konzeptionellen Grundlagen des ISEI-08, ist zudem zu beanstanden, dass sich berufliche Statusmobilität – verstanden als Umwandlungsmechanismus der Bildungsnachweise von Schwarzenegger und Selenskyj in deren jeweiliges Einkommen (vgl. Ganzeboom und Treiman 2010, 11) – vornehmlich auf der Individualebene abspielt. Dies leistet nicht nur der Auffassung Vorschub, als läge es allein in der Hand der Akteure, ihre vertikale Zirkulation zwischen zwei Statuspositionen zu beeinflussen. Die Individualisierung beruflicher Statusmobilität vernachlässigt auch die institutionelle Ebene, die für die Realisierung vertikaler Mobilität ebenso unerlässlich ist, wie das Zutun der Akteure. Damit bleibt der ISEI-08 nicht zuletzt hinter Sorokins Mobilitätsverständnis zurück, der erklärt, dass es, damit die vertikale Mobilität in jeder Gesellschaft funktioniere, in den „Membranen“ zwischen den Stratifikationsebenen einer Gesellschaft „Fahrstühle“ oder „Kanäle“ geben müsse, die es den Individuen ermöglichen, sich von Startifikationsebene zu Stratifikationsebene auf- und abwärts zu bewegen (Sorokin 1959, 164). Als „Kanäle“ oder „Fahrstühle“ fungieren dabei „verschiedene[n] soziale[n] Institutionen“ und Organisationen (vgl. hierzu ebd., 164-177), die die Durchführung vertikaler Mobilität unterstützen und befördern – ein Punkt, dem die Theorie der Relation über das Konzept der doppelten Einschreibung Rechnung trägt (vgl. Papilloud und Schultze 2022, 34–58).

Insgesamt lässt sich also für die berufliche Mobilität Schwarzeneggers und Selenskyjs vom Medienbusiness in die Politik feststellen, dass der ISEI-08 zwar die Zirkulation beider Protagonisten als vertikale Mobilität klassifizieren kann. Er liefert jedoch keine Erklärung dafür, wie Schwarzenegger und Selenskyj der Sprung vom Film- und Fernsehgeschäft in das Gouverneurs- bzw. Präsidentschaftsamt gelungen ist, welche Strukturen bzw. Pfade einen solchen Wechsel begünstigen, welche Rolle dabei der Zugang zu institutionellen Instanzen spielt und, welche Bedeutung der Ausgangsposition bei der Realisierung dieser transversalen Mobilität zukommt.

## 2. Die Zirkulation Schwarzeneggers und Selenskyjs in die Politik aus der Perspektive der Theorie der Relation

Wie wir bis hierher gesehen haben, geben uns die gängigen Ansätze sozialer Mobilitätsforschung nicht das nötige Instrumentarium an die Hand, um die von Schwarzenegger und Selenskyj vollzogene Zirkulation aus der Position eines hoch dekorierten Schauspielers des kommerziellen Film- und TV-Business in das höchste Amt Kaliforniens bzw. der Ukraine hinlänglich zu erklären. Wir wenden uns daher nun der Zirkulation Schwarzeneggers und Selenskyjs aus der Perspektive der Theorie der Relation zu. Zu diesem Zweck werden wir zuerst den von Schwarzenegger und Selenskyj beschrittenen Zirkulationsweg, dessen Richtung wir oben bereits als aufsteigend beschrieben haben, genauer beleuchten. Mit Blick auf das Trias Einschreibung, Widerstand und Reziprozität, von dem jeder erfolgreiche Wechsel der Relation qua Position abhängt, wenden wir uns dem Wahlkampfstab Schwarzeneggers und Selenskyjs als Instanz der doppelten Einschreibung in der politischen Relationsstruktur zu. Wir weisen auf deren Bedeutung als Resozialisierungsinstanzen des Politikbetrieb hin. Im Anschluss daran rekurrieren wir auf die Rolle der Medien. Dabei erklären wir, wie die Verwendung von Medien, die vornehmlich aus dem Tätigkeitsrepertoire der medialen Relationsstruktur stammen, es Schwarzenegger und Selenskyj ermöglicht haben, ein Verhältnis zwischen sich als politische Anführer und ihrer jeweiligen Wählerschaft herzustellen. Wir beginnen mit dem ersten Punkt.

### *2.1.* *Die Zirkulation in die Politik auf dem Weg der Kandidatur und deren Bekanntgabe als Coup Schwarzeneggers und Selenskyjs*

Ausgangspunkt der Zirkulation in die Politik bei Schwarzenegger und Selenskyj bildet die Kernsequenz Attraktivität der medialen Relationsstruktur. So hat Schwarzenegger Ende Juli 2003, als er erfahren hat, dass es zu Abberufungs- und Neuwahlen um das Gouverneursamt in Kalifornien kommt, gerade seine Promotion-Tour für *Terminator 3* (Repräsentation), der mit dessen Erscheinen (Verwirklichung) die Nummer 1 an den Kinokassen (Attraktivität) war, abgeschlossen (Schwarzenegger 2014, 514; vgl. auch Girls Defiant Ones Media Group 2023). Auch Selenskyj hat Ende 2018 gerade die Arbeit an der dritten Staffel der Erfolgsserie *Diener des Volkes* abgeschlossen, deren Erstausstrahlung eine Woche vor der ersten Runde der Präsidentschaftswahlen am 31. März 2019 beginnt (Attraktivität; vgl. Iwański 2019). Zuvor war er mit der Idee, dem Drehbuch und den Dreharbeiten in der Hauptrolle des ukrainischen Präsidenten Wassyl Holoborodko, d. h. dem *Diener des Volkes* (Investition), ebenso betraut, wie mit der Vermarktung (Repräsentation) und dem Verkauf an die Medienholding 1+1 (Materialität).

Aus dieser Position heraus, wäre es für Schwarzenegger und Selenskyj ein Kinderspiel gewesen, sich einem neuen Projekt zuzuwenden, dieses zu realisieren, zu promoten, zu vermarkten und sich über das Erscheinen erneut als Superstars der kommerziellen Medienindustrie zu stilisieren. Ihr über die Jahre gewachsener Widerstand *für* die Attraktivierung der Repräsentation von Kollektiven, die für die politische Relationsstruktur mit Kernsequenz Repräsentation zentral ist, übt jedoch eine größere Anziehungskraft auf beide Protagonisten aus. Deshalb kehren sie der medialen Relationsstruktur im Widerstand *gegen* die Kernsequenz Attraktivität den Rücken. Dieses Widerstandsprofil zeigt, dass Schwarzenegger und Selenskyj sich keineswegs *per se* im Widerstand *gegen* die Sequenz Attraktivität befinden. Vielmehr entwickelt sich wie natürlich der Fokus dessen, was es zu attraktivieren gilt, von der Anziehungskraft des Stars zur Anführerkraft von Repräsentanten. Anders formuliert, geht es beiden Akteuren zwar immer noch um die Repräsentation der Attraktivität ihrer selbst, allerdings immer weniger als Ikonen des Aktionfilm- und Seriengenres oder des politisch-satirischen Kabaretts, und immer mehr als Repräsentanten der Bevölkerung Kaliforniens bzw. der Ukraine. Entsprechend liegt sowohl Schwarzenegger als auch Selenskyj daran, die Tätigkeitsentwicklung in der Sequenz Attraktivität im Dienst der Kernsequenz Repräsentation der politischen Relationsstruktur aufzugreifen, um sich für die Verwirklichung von Investitionen beispielsweise in die Vorreiterstellung Kaliforniens bei erneuerbaren Energien (vgl. Bustillo und Cone 2003; CNN International 2003b) oder im Kampf gegen die Korruption in der ukrainischen Politik (vgl. Goncharenko 2019a; Anonym 2019) einsetzten zu können. Eingedenk dieses Widerstands wagen Schwarzenegger und Selenskyj den Sprung in die Politik, indem sie zuallererst ihre Kandidatur für das Amt des Gouverneurs von Kalifornien respektive für das Prädidentschaftsamt der Ukraine öffentlich bekannt geben, wobei dieses Ereignis jeweils einer medialen Sensation gleichkommt. Sehen wir uns also zuerst an, mit welchen Mitteln die zwei Protagonisten ihre Kandidaturbekanntgabe mediatisieren, bevor wir uns anschließend den damit einhergehenden Zirkulationsweg genauer ansehen.

Schwarzenegger fasst bereits im Juni 2003, entgegen aller Skepsis, die ihm vonseiten der Traumfabrik entgegenschlägt (Girls Defiant Ones Media Group 2023), den Plan, dem amtierenden Gouverneur Davis den Rang abzulaufen (Schwarzenegger 2014, 512, 513). Bekannt gibt er seine Kandidatur für die republikanische Partei, deren Mitglied er seit seiner Einbürgerung 1983 ist, jedoch weder unmittelbar nachdem Ende Juli öffentlich wird, dass es zu Abberufungs- und Neuwahlen im Bundesstaat Kalifornien kommen wird (Mathews 2003), noch gegenüber der Presse (Schwarzenegger 2014, 511). Als Bühne für die Kandidaturbekanntgabe wählt Schwarzenegger vielmehr das Format einer Unterhaltungssendung, bei der er am 06. August 2003 zu Gast ist: *The Tonight Show* (Girls Defiant Ones Media Group 2023). Dort von Moderator Jay Leno gefragt, ob er zur Wahl um das Gouverneursamt antreten werde, sorgt Schwarzenegger für Furore als er verkündet, dass er deshalb kandidiere, weil Gray Davis, der die Menschen so enttäuscht habe, abgewählt werden müsse (Schwarzenegger 2014, 519). Damit sorgt er nicht nur aufseiten Lenos und einiger seiner Schauspielkollegen für Fassungslosigkeit, die seine Kandidatur als „eine hirnverbrannte Idee“ bezeichnen (Linda Hamilton nach Girls Defiant Ones Media Group 2023). Er ruft auch positive Reaktionen hervor, etwa von James Cameron, der sagt, dass sich Schwarzenegger all die Zeit auf seine größte Rolle vorbereitet habe (ebd.).

Mit einem noch größeren Paukenschlag beginnt Selenskyj, unterstützt von seinem Kwartal-Team, den Präsidentschaftswahlkampf. Dabei geht es Selenskyj mehr noch als Schwarzenegger darum, das Leben auf der Leinwand in das echte Leben zu verwandeln, d. h. die von Selenskyj verkörperte Attraktivität als *Diener des Volkes*, der trotz aller Widerstände gegen die Korruption der Kiewer Politik vorgeht, in die Attraktivität Selenskyjs als präsidialen Repräsentanten der Ukraine umzumünzen. Als Rahmen hierfür wählt Selenskyj die Comedysshow *Vecherniy Kvartal* (Abendkwartal), die als beliebtestes Unterhaltungsprogramm im ukrainischen Fernsehen gilt (Prensario International 2016) und am Silvesterabend 2018 auf 1+1 ein Millionenpublikum erreicht (Rogacin 2022, 123). Neben diesem satirisch-politischen Erfolgsformat, in dem Selenskyj „die herrschende Klasse […] ins Lächerliche [zieht]“ (Iwański 2019), bedient er sich zur Bekanntgabe seiner Präsidentschaftskandidatur aber auch aus dem Mediationsreportoire der Politik, indem er die Neujahresansprache des amtierenden Präsidenten adaptiert. Für die Ausstrahlung der Neujahresansprache, die zum Jahreswechsel 2018/2029 Petro Poroschenko an das ukrainische Volk richtet, unterbrechen üblicher Weise „[a]lle ukrainischen Fernsehsender […] das Programm“ (Rogacin 2022, 123). Entsprechend unterbricht auch der Sender 1+1 um Mitternacht das Format *Vecherniy Kvartal*, sendet jedoch zur Überraschung der gesamten Zuschauerschaft eine kurze Neujahresansprache Selenskyjs (ebd.; vgl. auch Iwański 2019). Darin wendet er sich an das ukrainische Volk als seine „Freunde“ und präsentiert sich als Kandidat eines dritten Weges, der in dem Versuch bestehe, selbst in der Ukraine etwas zu verändern (Selenskyj zit. nach Rogacin 2022, 123). Anschließend erzählt der Showmaster, dass er anders als die Politiker der Ukraine nicht etwas verspreche und dann nicht Wort halte (ebd.), und kündigt an: „Liebe Ukrainer, ich verspreche euch, dass ich als Präsident der Ukraine kandidiere. Und ich erfülle sofort mein Versprechen: Ich kandidiere als Präsident der Ukraine. Ich stelle mich zur Wahl. Kommt, lasst uns das gemeinsam machen! Auf das neue Jahr! Auf den neuen Diener des Volkes!“ (ebd., 123f.).

Vor diesem Hintergrund lässt sich sowohl für Schwarzenegger als auch für Selensky festhalten, dass die Kandidaturbekanntgabe einem medialen Coup gleicht, wenngleich Selenskyj mit seiner Bekanntmachung eine ungleich größere theatralische Meisterleistung geglückt ist. So spricht nicht etwa der amtierende, sondern der Präsident aus dem Fernsehen zum Volk. Dies zeugt gleichsam davon, dass sich Selenskyj die große Popularität der beiden ersten Staffeln von *Diener des Volkes* insofern zunutze zu machen weiß, als sich sein Publikum längst „an die politische Rolle der Hauptfigur gewöhnt [hat]“ (Iwański 2019). Zudem hat Selenskyj bis zur letzten Minute vor Ablauf der Nominierungsfrist für eine Präsidentschaftskandidatur am 31. Dezember 2018 gewartet, um mit dem größtmöglichen Überraschungseffekt sowohl aufseiten der ukrainischen Bevölkerung als auch der der oligarchischen Politikerriege in das Rennen um das Präsidentschaftsamt einzusteigen. Um einen medialen Coup handelt es sich im Falle Schwarzeneggers und Selenskyjs aber auch deshalb, weil beide für die Bekanntgabe ihrer Kandidatur auf kommerzielle Unterhaltungsformate zurückgreifen und sich nicht für eine Pressekonferenz entscheiden, auf der sie gegenüber einer Reporterschaft des politischen Journalismus ihre Absichten zu erklären und gegebenenfalls Fragen zu ihrem Wahlprogramm zu beantworten hätten.

Die Bekanntgabe der Kandidatur für das Gouverneursamt von Kalifornien respektive das Präsidentschaftsamt in der Ukraine ist jedoch nicht nur als ein medialer Coup zu verstehen. Sie zeugt auch von der erfolgreichen Zirkulation beider Protagonisten vom Medienbusiness in die Politik, d. h. von der Kernsequenz Attraktivität der medialen Relationsstruktur in die Sequenz Attraktivität der politischen Relationsstruktur. Dieser Wechsel der *Relation* durch Position bedeutet ferner einen Positionswechsel, wenngleich Schwarzenegger und Selenskyj dabei nicht etwa die Akteurkategorie, sondern lediglich die Schicht ihrer Akteurkategorie gewechselt haben. So haben beide Protagonisten zum einen die Kernsequenz Attraktivität der medialen Relationsstruktur ausgehend von der ersten Schicht der ersten Akteurkategorie als Relationspuristen verlassen. Zum anderen sind sie in die Sequenz Attraktivität der politischen Relationsstruktur zirkuliert, wo sie als Neulinge des Politikbetriebs und entsprechend ihrer formal als legitim anerkannten Kandidaturnominierung eine Position in der dritten Schicht der ersten Akteurkategorie beziehen (Papilloud und Schultze 2022, 187).[[8]](#footnote-9) Diese Ankunftsposition in der Sequenz Attraktivität der politischen Relationsstruktur ergibt sich daraus, dass Schwarzenegger und Selenskyj als ehemalige Relationspuristen des Mediengeschäfts zuerst eine Resozialisation auf das Widerstandsprinzip der Ankunftssequenz und -relationsstruktur zu durchlaufen haben (ebd.). Dabei ist die Resozialisation auf die Sequenz Attraktivität der politischen Relationsstruktur für Schwarzenegger und Selenskyj deshalb notwendig, um ihre Auffassungen über Erwartungen und Erwartungen auf Erwartungen auf die politische Relationsstruktur umzustellen und sich Zirkulationsmöglichkeiten in und zwischen Sequenzen der poltischen Relationsstruktur vom Standpunkt der Repräsentation zu verschaffen (ebd.). Die Resozialisation sieht also vor, dass sich sowohl Schwarzenegger als auch Selenskyj – gemäß dem Schmetterlingspfad der Sequenz Attraktivität (vgl. Abb. 3.7 in ebd., 102) – voll und ganz auf die Repräsentation ihrer Investition in die Verwirklichung der Attraktivierung ihrer selbst als Repräsentanten von Kollektiven konzentrieren (vgl. ebd., 125).

Dass sich Schwarzenegger und Selenskyj zuerst auf das Widerstandsprinzip der Attraktivität vom Standpunkt der Repräsentation resozialisieren, bedeutet jedoch nicht, dass sie hierfür gänzlich auf Medien verzichten müssen. Entsprechend geht es bei der Resozialisation vor allem darum, die kommerzielle Popularität eines Protagonisten, die wiederum über eine Vielzahl von Zirkulationen in der medialen Relationsstruktur erworben wurde (ebd., 186), in der politischen Relationsstruktur in die Attraktivität als Repräsentant von Kollektiven desselben Protagonisten umzuwandeln. Dies verdeutlicht zugleich, dass die transversale Mobilität von Akteuren nicht unbedingt eine Veränderung von Tätigkeiten verlangt, sondern lediglich zu einem anderen Bezug auf diese Tätigkeiten – im Falle Schwarzeneggers und Selenskyjs von der Attraktivierung ihrer selbst als Stars, als Entertainer etc. hin zur Attraktivierung ihrer selbst als Repräsentanten Kaliforniens bzw. der Ukraine – führt (vgl. ebd., 181). Dieselbe Tätigkeit wird also lediglich von einem anderen Standpunkt, d. h. vom Standpunkt der Kernsequenz der Ankunftsrelationsstruktur, aufgegriffen. Dies erklärt auch, warum Akteure einen Wechsel der Relationsstruktur im Sinne von „Transversalverlagerungen“ (Bourdieu 2012, 220, 210–221) nicht zwischen beliebigen Sequenzen zweier Relationsstrukturen vornehmen können. Vielmehr ist jeder Wechsel der Relationsstruktur – aufgrund des Wechselspiels zwischen zirkulatorischen und strukturellen Determinanten in den Relationsstrukturen (Papilloud und Schultze 2022, 188) – nur über die Zirkulation zwischen gleichen Sequenzen zweier Relationsstrukturen möglich.

Allein der Rückgriff auf Medien aus der Trickkiste des Showgeschäfts reicht allerdings nicht aus, um Erwartungen und Erwartungen auf Erwartungen, die dem Widerstandsprinzip der Sequenz Attraktivität vom Standpunkt der Repräsentation konform sind, auszubilden. Schwarzenegger und Selenskyj benötigen gleichsam Zugang zu geeigneten gesellschaftlichen Instanzen der Politik. Wenn ihnen der Zugang zu diesen Instanzen verwehrt bleibt, dann müssen sie eigene Instanzen gründen, um sich Zirkulationsmöglichkeiten in der Politik zu verschaffen und ihre Zirkulation zu stabilisieren. Zuvor geht es jedoch darum, dass die Instanzen beide Protagonisten in ihrem Wahlkampf unterstützen und gleichsam mit dafür Sorge tragen, dass sich Schwarzenegger und Selenskyj im Falle eines Wahlsieges erneut in der politischen Relationsstruktur einschreiben können (vgl. ebd., 34-58) und im Zuge dessen in die Position eines Relationspuristen zurückzukehren. Diesen Aspekt werden wir im Folgenden unter Rekurs auf den Wahlkampfstab beider Protagonisten konkretisieren.

### *2.2.* *Der Wahlkampfstab des Governator und des Diener des Volkes als Resozialisations- und Förderinstanzen des Politikbetriebs*

Die Resozialisation Schwarzeneggers und Selenskyjs setzt voraus, dass es beiden Protagonisten gelingen muss, die Wählerschaft von deren Attraktivität als politische Anführer zu überzeugen, um dann auf dieser Grundlage die von ihnen angestrebten politischen Ämter zu gewinnen. Um dies sicherzustellen, kommen Schwarzenegger und Selenskyj nicht umhin, erstens in ihre Attraktivität als charismatische Führungspersönlichkeiten zu investieren beispielsweise über die Entwicklung einer politischen Agenda (ebd.). Zweitens müssen diese Investitionen in ihre Attraktivität als Repräsentanten Kaliforniens und der Ukraine aber auch an Repräsentation gewinnen (ebd., 125), damit sich ihre Attraktivität als politische Anführer verwirklicht bzw. sich im Wahlsieg materialisiert. Hierfür bedarf es jedoch geeigneter Vermittlungsinstanzen, die Schwarzenegger und Selenskyj bei der Repräsentation der Investitionen in die Verwirklichung ihrer Attraktivität als Gouverneur von Kalifornien und Staatspräsident der Ukraine unterstützen. Diese Instanzen entsprechen dem Wahlkampfstab, der sowohl von Schwarzenegger als auch von Selenskyj mobilisiert wird, um zu gewährleisten, dass die Attraktivierung als politische Schwergewichte gelingt und sich die Zirkulation von der US-amerikanischen bzw. ukrainischen Traumfabrik in die Politik stabilisiert.

Für den Fall Schwarzeneggers lässt sich diesbezüglich zunächst einmal hervorheben, dass er über einen exklusiven Zugang zu politischen Experten und Expertinnen verfügt. Sie verfügen über eine große Expertise in Fragen des politischen Wahlkampfs und der Regierungstätigkeit, und sie werden sowohl von Schwarzenegger persönlich als auch entlang der „weak ties“ (Granovetter 1973) bzw. des Sozialbilitätsnetzwerks von Schwarzenegger (vgl. Abb. 7.1 in Papilloud und Schultze 2022, 310) rekrutiert. Diese Rekrutierung und mithin die Gründung einer „eigene[n] Organisation“ (Schwarzenegger 2014, 491) setzt bei Schwarzenegger bereits weit über zwei Jahre vor seinem Wahlsieg am 07. Oktober 2003 ein. So fasst Schwarzenegger nicht nur zu Beginn des Jahres 2001 den Vorsatz, seine „Chancen […] für eine Kandidatur zum Gouverneur“ zu ermitteln (ebd., 489), sondern er heuert dafür auch ein 6-köpfiges politisches Beratungsteam an (ebd., 489-492). Dieses Beratungsteam markiert den Beginn der Gründung einer für Schwarzeneggers Kandidatur zuständigen politischen Instanz. Diese Instanz soll insofern die Grundlagen zur Verwirklichung der Attraktivität Schwarzeneggers als zukünftigen Gouverneur erarbeiten, als Schwarzenegger den Auftrag erteilt, eine Wahlkampfkampagne mit einer politischen Agenda, mit Slogans und einem Fundraisingkonzept sowie eine Wahlkampfstrategie auszuarbeiten (ebd., 490-491, 511-512; vgl. auch Barabak 2013).

Das 6-köpfige Team rekrutiert sich dabei, wie auch dessen Ausdehnung im August 2003, vollständig aus dem inneren Kreis desjenigen Beratungsteams, das einst den Republikaner Peter „Pete“ Wilson in politische Ämter auf Landes- und Bundesebene gehoben hat (vgl. Schwarzenegger 2014, 497; vgl. auch Desert News 2003; Leduff 2003). Allen voran sind hier Bob White und George Gorton zu nennen, wobei White während der Wahlkampfs von Schwarzenegger „das Tagesgeschäft der Kampagne [leitet]“ und Gorton „Schwarzeneggers Chefstratege [ist]“ (Leduff 2003). White war zuvor drei Jahrzehnte für Wilson „als Stabschef in der Staatsversammlung Kaliforniens, im Büro des Bürgermeisters von San Diego, im US-Senat in Washington D.C. und im Büro des Gouverneurs in Sacramento tätig“ (California Strategies 2024). Demgegenüber leitete Gorton „alle erfolgreichen Gouverneurs- und US-Senatswahlen von Gouverneur Pete Wilson“ und ist ein erstklassiger „politischer Berater der Republikanischen Partei“ (Wallace 1994; vgl. auch Bennett und Bennett 2008b).[[9]](#footnote-10) Gorton war zudem „in den nationalen Wahlkampfteams der Präsidenten Nixon, Ford und Reagan tätig“ und leitete bereits nationale Wahlkampagnen „in Russland, Panama, Rumänien, der Tschecheslowakei“ und „Kanada“ (Wallace 1994). Über Gorton konnte Schwarzenegger zudem auf die zwei Partner Joe Shumate und Dick Dresner zurückgreifen, mit denen Gorton seit dessen „Beteiligung an der Wiederwahlkampagne von Boris Jelzin“ zusammenarbeitet (ebd.). Shumate fungierte im Wahlkampf Schwarzeneggers als Chefstratege (Desert News 2003) und betreut während des Wahlkampfes „Umfragen und Fokusgruppen“ (Marin Independent Journal 2010), wohingegen der „hoch angesehene Meinungsforschungsguru“ (Hamilton 2003) Dresner als Meinungsforscher im Wahlkampf tätig ist (Desert News 2003). Auch mit an Bord ist in dieser frühen Phase der Kampagnenentwicklung der republikanische PR-Berater und „Experte für politische Slogans“ Donald Sipple (Schwarzenegger 2014, 497), der im Gouverneurswahlkampf für Wahlwerbespots zuständig ist (Leduff 2003). Sipple „[gilt] als einer der effektivsten Werbefachleute in der Politik“ aus dem Lager der Republikaner (Leduff 2003) und hat die „Wahlkampagnen von […] George Bush und seinem Sohn George W. Bush […] entworfen“ (Blow 1997). Schließlich gehört auch der Ex Gouverneur Kaliforniens Pete Wilson zu diesem 6-köpfigen Politberatungsteam, der „als einer der Co-Vorsitzenden des Wahlkampfs“ Schwarzeneggers fungiert (Leduff 2003).

Mit Bekanntgabe der Kandidatur Schwarzeneggers um das Amt des Gouverneurs kam es dann zu einer Erweiterung des Wahlkampfstabs durch weitere Politikexperten, auf die Schwarzenegger durch seine engen Kontakte einerseits zu führenden Politikern der Republikanische Partei und andererseits zur Gönnerschaft der politischen Wohltätigkeitsarbeit des Kennedy-Shriver-Clan zurückgreifen konnte. Zu diesem Personenkreis gehören David Dreier, Co-Vorsitzender der Kampagne Schwarzeneggers (ebd.; vgl. auch Schwarzenegger 2014, 528), und Patricia Clarey, die „die Logistik [leitet]“ und „als Bindeglied zu Schwarzeneggers Frau Maria Shriver [gilt]“ (Leduff 2003). Ebenfalls zu diesem Kreis gehören Sean Walsh, einer der „Wahlkampfsprecher“ (ebd.), Dick Riordan, Darrell Issa und Ed Leamer, die Schwarzenegger Themenseminare geben (Schwarzenegger 2014, 528), sowie Abel Maldonado, ebenfalls Co-Vorsitzender der Kampagne und „Sprecher in Sachen Einwanderung“ (Leduff 2003). Ferner seien noch Martin Wilson, „Co-Manager der täglichen Wahlkampftätigkeit“ (ebd.), Mike Murphy, auch Chefstratege des Wahlkampfs (Girls Defiant Ones Media Group 2023; vgl. auch Schwarzenegger 2014, 530) und natürlich seine Ehefrau Maria Shriver, die „zwei Generationen Autorität und Erfahrung ein[brachte]“ (Schwarzenegger 2014, 525), zu nennen.[[10]](#footnote-11)

Hieran wird deutlich, dass das Wahlkampfteam Schwarzeneggers nicht nur aus „‚kampferprobten‘ alten Hasen des ehemaligen Gouverneurs Pete Wilson“ besteht (Desert News 2003), sondern sich hauptsächlich aus Angehörigen und Verbündeten aus dem Lager der republikanischen Partei speist. Dies ist keineswegs Zufall. Es trägt vielmehr die Früchte zur Schau, die Schwarzenegger zum Zeitpunkt seines Wahlkampfes deshalb zu ernten imstande ist, weil er spätestens seit seiner Einbürgerung selbst bekennender Republikaner ist (Schwarzenegger 2014, 303, 309). Zudem pflegt er sehr enge Kontakte – allen voran zu Ex-Gouverneur Wilson und Ex-Präsident Bush Senior (ebd., 381ff., 421f.) – zur Republikanischen Partei sowohl in Sacramento als auch im Weißen Haus (ebd., 384, 407ff.) und unterstützt mit seiner Starpower immer wieder republikanische Spitzenpolitiker im Wahlkampf (ebd., 307, 384ff.).[[11]](#footnote-12)

Über eine derart stark ausgeprägte Rückendeckung durch Mitstreiter einer politischen Partei verfügt Selenskyj nicht, was sich ebenso auf die Bildung seines Wahlkampfstabs auswirkt, wie die Mittel tangiert, mit denen er seinen Wahlkampf bestreitet. Dieser als Nachteil erscheinende Umstand erklärt sich damit, dass in der Zeit, als sich Selenskyj für das Präsidentschaftsamt bewirbt, die Oligarchen der Ukraine nicht nur „weite Teile der ukrainischen Wirtschaft“ und „der ukrainischen Medien“ kontrollieren, sondern auch „[weite Teile] […] des gesamten ukrainischen Staatsapparates“ (Much 2021). Die Zerschlagung jener Seilschaften gehört, neben der Befreiung des Donbas, zu den obersten Zielen, die sich mit Selenskyjs Präsidentschaftskandidatur und dessen politischer Agenda verbinden (Iwański 2019; vgl. auch Anonym 2019; Abteilung für ausländische Zielgruppen 2019). Vor diesem Hintergrund ist es nur allzu verständlich, dass weder Selenskyj den Anschluss an eine in der *Werchowna Rada*, dem Parlament der Ukraine, vertretene Partei sucht, noch die Mitglieder der ukrainischen Parteiinstanzen einen Präsidentschaftskandidaten nominieren würden, der ihnen allen in einer solchen Deutlichkeit den Kampf erklärt hat (Anonym 2019). Entsprechend ist Selenskyj gezwungen, seine eigene politische Parteiinstanz zu gründen, um für eine formale Grundlage seiner etwaigen Kandidatur Sorge zu tragen und sich für die Wählerschaft in glaubwürdiger Weise von der „herrschende[n] Klasse“ abzusetzen (Iwański 2019). Dabei handelt er ganz so wie der Held der Serie *Diener des Volkes* Wassyl Holoborodko, dessen Leinwand-Präsidentschaft ganz im Zeichen des Kampfes gegen die Korruption steht (ebd.). Insofern besteht also für Selenskyj und dessen engsten Kreis der Produktionsfirma *Studio Kwartal 95* die erste Herausforderung darin, eine eigene Partei zu gründen, als deren Präsidentschaftskandidat Selenskyj dann in Erscheinug treten kann.

Auf die Notwendigkeit einer Parteigründung wird Selenskyj vonseiten des Anwalts Andrij Bohdan hingewiesen, der ihn Anfang des Jahres 2016 im Auftrag des Oligarchen Kolomojskyj konsultiert, um ihn davon zu überzeugen, 2019 für das Amt des Staatsoberhauptes zu kandidieren (Rogacin 2022, 126). Kurz darauf, im April 2016, wird die „*Partei des entschlossenen Wandels* unter dem Vorsitz von Iwan Bakanow offiziell registriert“ (Sluga Narodu 2024) und im Dezember 2017 in *Diener des Volkes* umbenannt (Rudenko 2022, 130). Damit hat Selenskyj nicht nur eine eigens für ihn geschaffene politische Instanz gegründet, die ihn im Januar 2019 offiziell als Spitzenkandidat nominiert (Sluga Narodu 2024). Den Parteivorsitz übernimmt auch der Leiter des *Studio Kwartal 95* und Jugendfreund Selenskyjs Iwan Bakanov (IMI 2020; Iwański 2019), der 2016/2017 mit der „Bildung des Parteiteams“ beginnt (Sluga Narodu 2024).

Neben der Partei *Diener des Volkes* unterstützen zwei weitere politische Instanzen die Vorbereitungen der Präsidentschaftskandidatur Selenskyjs: Einerseits der engste Kreis des *Studio Kwartal 95* und andererseits der Oligarch Kolomojskyj, der Selenskyj von jeher „massiv gefördert“ hat (Hassel 2019), seine Kandidatur jedoch vorwiegend aus dem Off fördert (Rudenko 2022, 49).[[12]](#footnote-13) Bohdan selbst kannte sich im ukrainischen Politikbetrieb bestens aus. Er kandidierte zwei Mal erfolglos als Abgeordneter der *Werchowna Rada*, wobei er das zweite Mal für den „Block Petro Poroschenko“ angetreten ist, um dann von demselben Block unrechtmäßig von der Liste gestrichen zu werden (Rudenko 2022, 48–49). Zuletzt war er als politischer Berater von Gouverneur Kolomojskyj und für dessen „Privat-Gruppe“ tätig (ebd., 48f.).

Neben Kolomojskyj und Bohdan, die mittelbar als politische Instanzen der Kandidaturvorbereitungen Selenskyjs fungieren, beginnen Selenskyj und sein Kwartal Team im Herbst 2018 mit der Bildung eines Wahlkampfstabs, um die doppelte Einschreibung in die politische Relationsstruktur zu gewährleisten (Rogacin 2022, 131). Hierfür gewinnen sie zuerst „einen der vielversprechendsten jungen Politiker der Ukraine“, Dmytro Rasumkow (ebd., 132), der als Wahlkampfstratege tätig ist. Im Mai 2019 übernimmt er in der Nachfolge von Bakanow den Parteivorsitz (Sluga Narodu 2024), während Bakanow in die Position des Leiters des Sicherheitsdienstes der Ukraine weiterzirkuliert (IMI 2020; vgl. auch Rudenko 2022). Auch mit an Bord ist der Medien- und Politikexperte Mykyta Porturajew, der für die Wahlkampfkampagne und deren Programmatik sowie für Fragen der internationalen Politik zuständig ist, heute als *Diener des Volkes*-Abgeordneter in der *Werchowna Rada* sitzt und dort stellvertretend den Vorsitz für Humanitäres und Informationspolitik innehat (OSCE PA 2023).

Darüber hinaus sind eine ganze Reihe von Mitwirkenden aus dem Studio Kwartal für den Wahlkampfstab Selenskyjs tätig (Rogacin 2022, 131). So sind nicht nur die Co-Vorsitzenden von *Studio Kwartal 95*, d. h. die Gebrüder Shefir, in die Wahlkampfaktivitäten eingebunden (Rudenko 2022, 123; vgl. auch Iwański 2019). Es ist vielmehr anzunehmen, dass ein Großteil der 36 Personen, die vor der Präsidentschaft nachweislich für *Studio Kwartal 95* gearbeitet haben und nach der Präsidentschaftswahl mit Selenskyj bis in höchste Regierungskreise transversal aufsteigend zirkuliert sind, bereits mit Tätigkeiten in Selenskyjs Wahlkampf betraut waren.[[13]](#footnote-14) Unter ihnen befinden sich beispielsweise Wolodymyr Woronow, „Parlamentsabgeordneter“ von *Diener des Volkes* und ehemals bei Kwartal-Konzert, Andrij Jermak, Leiter des Präsidentenbüros und ehemals Anwalt von *Studio Kwartal 95*, sowie Maksym Tkatschenko, „Berater des Nationalen Sicherheits- und Verteidigungsrats“ und ehemals „Geschäftsführer“ von Kwartal-Konzert, um nur einige wenige zu nennen (Rudenko 2022, 97–92). Der Wahlkampfstab Selenskyjs umfasst ebenso „viele junge Freiwillige“, die die sozialen Medien betreuen, den Wahlkampf auf Social-Media-Plattformen bestreiten (Iwański 2019; Kellermann 2019b) und maßgeblich dazu beigetragen haben dürften, dass Selenskyjs Wahlkampfstab auf gut 500 Personen angewachsen ist (Rogacin 2022, 131).

Wir sehen also, dass Schwarzenegger und Selenskyj keineswegs als Einzelkämpfer ihrer Resozialisation auf die Sequenz Attraktivität in der politischen Relationsstruktur zu betrachten sind, sondern umfangreich von eigens dafür zusammengestellten bzw. eingerichteten politischen Instanzen unterstützt wurden. Diese Instanzen bilden einerseits die entsprechenden Parteien, unter deren Flagge die Kandidaturen beider Protagonisten offiziell und formal stehen. Andererseits fungieren aber auch die eigens für die Unterstützung des Wahlkampfs gebildeten Stäbe als politische Instanzen und zwar mit dem Ziel, die Attraktivierung beider Kandidaten als politische Anführer mit Blick auf möglichst alle Wähler bzw. Wählergruppen zu fördern (vgl. Iwański 2019; Schwarzenegger 2014, 490, 497). Entsprechend arbeiten die Kandidaten und deren Wahlkampfstäbe während des 9- bzw. 16-wöchigen Wahlkampfes unermüdlich daran, in die Attraktivität Schwarzeneggers und Selenskyjs als charismatische Führungspolitiker zu investieren, diese Investition unter der Wählerschaft sichtbar zu machen und auf diese Weise zu verwirklichen. Dies hat in beiden Fällen Erfolg. Denn der Wahlsieg Schwarzeneggers und Selenskyjs bedeutet nicht nur, dass beiden Protagonisten mit ihren Wahlkampfstäben erneut die doppelte Einschreibung in der Sequenz Attraktivität der politischen Relationsstruktur geglückt ist. Er bedeutet auch, dass Schwarzenegger und Selenskyj von dieser Sequenz in die nächste Sequenz der Investition weiterzirkuliert sind und unmittelbar vor einer weiteren Zirkulation in die Sequenz Repräsentation stehen. Im Folgenden wenden wir uns noch einmal der Grundlage dieser Zirkulation mit besonderer Berücksichtigung der verwendeten Mediationen zu.

### *2.3.* *Die Mediationen der Attraktivierung von Governator Schwarzenegger und dem Diener des Volkes Selenskyj*

Die mediale Relationsstruktur zeichnet sich grundsätzlich dadurch aus, dass Akteure wie Schwarzenegger und Selenskyj bei der Investition in relationale Ereignisse sparen, um anstelle solcher Ereignisse selbst im Zentrum der Zirkulationsdynamik zu stehen (Papilloud und Schultze 2022, 112). Zu diesem Zweck beziehen die Akteure vermehrt Medien, die ihre Legitimität steigern und sie schneller und einfacher in der medialen Relationsstruktur zirkulieren lassen (ebd., 115, 119), was zugleich die Grundlage der Macht dieser Akteure bildet (ebd., 116).

Am besten wissen sich dabei die Relationspuristen, wie sie von Schwarzenegger und Selenskyj verkörpert werden, diese Medien, die von den medialen Instanzen eingesetzt werden, um möglichst viele Individualitäten ihrer Akteure zu adressieren, für sich und ihre stetige Zirkulation zu nutzen. So akkumulieren sie nicht nur über jede Zirkulation – d. h. mit jedem vollendeten Film-, Serien-, Entertainmentprojekt – immer mehr Medien. Relationspuristen arbeiten auch im Zuge dessen stets mit medialen Instanzen an den akkumulierten Medien, wodurch sie eine bedeutende Kontrolle über alle möglichen Medien generieren (ebd.). Diese Kontrolle lässt sich allerdings auch zweckentfremden und zur Attraktivierung von Akteuren außerhalb der medialen Relationsstruktur einsetzen. Die Kandidaturbekanntgabe für das Gouverneursamt bzw. das Präsidentschaftsamt wirft ein erstes Schlaglicht auf die Expertise im Umgang mit Medien aufseiten der Kandidaten und ihrer politischen Instanzen. Dieses Bild soll nun mit Blick auf die kollektive Wahlkampftätigkeit geschärft werden. Dabei wird sich zeigen, wie über den primären Rekurs auf mediale Register der Tätigkeitsentwicklung im Rahmen der Wahlkampfgestaltung das Prinzip der Verführung Einzug in die politische Relationsstruktur hält.

Für die Wahlkampfkampagne Selenskyjs ist charakteristisch, dass sein Wahlkampfstab fast vollständig auf bewährte Tätigkeitsregister politischer Attraktivierung, wie „floskelhafte[n] Reden“, „Besuche[n] in Städten“ (Iwański 2019), politische Diskussionen, kritische Interviews (Kellermann 2019b), Pressekonferenzen oder Besuche bei Talk Shows verzichtet. Stattdessen kommen bei der Wahlkampftätigkeitsentwicklung zur Attraktivierung Selenskyjs als politischen Anführer vermehrt Medien wie Videobotschaften und -clips zum Einsatz (Kellermann 2019b; Kellermann 2019a), die Selenskyj entweder selbst „mit dem Smartphone auf[nimmt]“ (Kellermann 2019b) oder die in Begleitung eines Kamerateams entstehen (Nelles 2019). Dies hat zur Folge, dass Selenskyj zwar kaum *en persona* in der Öffentlichkeit präsent ist (Stewart 2019), dafür aber in den Medien regelrecht allgegenwärtig ist. Hierzu trägt auch bei, dass sein Wahlkampfstab zur Verbreitung der Videoclips und -botschaften diese über den Social-Media-Kanal Instagram mit 2,6 Mio. Followern, den YouTube-Kanal von *Quartal95* mit 2,3 Mio. Abonnenten (vgl. Nelles 2019) und die 550.000 userstarke Kampagnen-Webseite (Anonym 2019) lanciert.

Entsprechend erfolgt die Entwicklung jeglicher Wahlkampftätigkeit verstärkt über die von Selenskyjs Wahlkampfstab und von Selenskyj selbst akkumulierte Kontrollmacht über Medien, die in der medialen Relationsstruktur angehäuft wurde, und nun in der politischen Relationsstruktur zum Zweck der Attraktivierung des Präsidentschaftskandidaten zum Einsatz kommt. Dabei erlaubt das hohe Aufkommen an Medien, die Wählerschaft effektiv im Sinne eines Konglomerats aus unterschiedlichen Einzelakteure anzusprechen, unter Berücksichtigung ihrer unzähligen Individualitäten gleichzeitig zu adressieren (vgl. dazu Papilloud und Schultze 2022, 291) und so für die Wahl Selenskyjs zu gewinnen. Damit wird gleichsam das für die Politik tragende Prinzip der Vertretung von Kollektiven außer Kraft gesetzt. Das heißt, die Wählerschaft wird nicht als aus Kollektiven und Wählergruppen bestehend verstanden, sondern als Zusammenstellung von Einzelakteuren, die mit Medien als Instanzen der Vermittlung zwischen Selenskyj und dem Wähler erreicht werden (ebd., 116). Durch diese Individualisierung der Wahlberechtigten hält das in der medialen Relationsstruktur charakteristische Prinzip der Verführung Einzug in die Politik. Dies spiegelt sich zum einen darin, das es dem Wahlkampfstab Selenskyjs nicht nur gelungen ist, „die sonst eher passiven jungen Ukrainer im Osten zu mobilisieren“ (Goncharenko 2019b), indem über jene Medien ein „Modell des Patriotismus“ verbreitet wird, das sowohl auf die „Ukranisierung des öffentlichen Raums“ als auch eine „antirussische[n] Rhetorik“ verzichtet (Iwański 2019). Es ist ihm auch gelungen, konservative Wählergruppen ebenso zu gewinnen, wie Jungwähler und gesellschaftliche Gruppen mittleren Alters, und zwar ungeachtet ihrer politischen Haltung (ebd.; vgl. auch Goncharenko 2019b). Zum anderen spiegelt sich dies aber ebenso in dem exorbitanten Wahlerfolg Selenskyjs wider, der sich zur Stichwahl am 21. April 2019 mit einem Stimmanteil von 73,2 Prozent gegen Amtsinhaber Poroschenko durchsetzt (Bundeszentrale für politische Bildung 2019a).

Mit der Theorie der Relation ließe sich also konstatieren, dass die primäre Wahlkampfstrategie von Selenskyjs Wahlkampfstab darin besteht, das Prinzip der Vertretung dem Prinzip der Verführung unterzuordnen, um die Vertretungsmacht Selenskyjs in der Politik auf dessen medialer Verführungsmacht zu gründen. In der Folge kommt es dadurch zu einer Schwächung des Vertretungsprinzips in der Politik und zwar infolge der Monopolisierung einer akteurzentriert verstandenen und adressierten Wählerschaft. Zu dieser Schwächung trägt letztlich ebenso bei, dass die Verbreitung der Attraktivität Selenskyjs als politischer Anführer auch auf der Grundlage seiner Attraktivität als Entertainer und Leinwand-Präsident vorangetrieben und unterstützt wird. Konkret heißt das, dass sich Selenskyj nicht nur bis kurz vor der ersten Wahlrunde mit seiner Kabarettisten-Gruppe *Kwartal 95* auf Tournee befindet (Goncharenko 2019b) und eine Woche vor der Wahl die dritte Staffel von *Diener des Volkes* – „der größte Erfolg in der Geschichte des ukrainischen Fernsehens“ – auf Sendung geht (vgl. Iwański 2019). Vielmehr betreibt auch der Oligarch Kolomojskyj mittelbar Wahlkampf für Selenskyj, indem auf den fünf Sendern der Medienholding 1+1 „ausschließlich positiv über Selenskyj und seine Auftritte berichtet“ wird und vermehrt Aufzeichnungen von Selenskyjs politischen Satiresendungen ausgestrahlt werden (Nelles 2019; Abteilung für ausländische Zielgruppen 2019). Es ist daher keineswegs Zufall, dass Medienberichterstatter von einem „[s]kurrilen Wahlkampf“ (Kellermann 2019b) oder „einer ungewöhnlichen Kampagne“ sprechen (Iwański 2019). Was also so aussieht, als habe sich Selenskyj über den Rekurs auf Medien und in seiner Rolle als Leinwand-Präsident für die Wählerschaft erkennbar von der politischen Klasse der Ukraine abgehoben, hat in der politischen Relationsstruktur letztlich eine Schwächung des Repräsentationsprinzips einerseits und die Fragmentierung bestehender Kollektive andererseits zur Folge.

Demgegenüber sorgt der Wahlkampfstab Schwarzeneggers nicht nur dafür, dass ihr Kandidat während des gesamten Wahlkampfes in der Öffentlichkeit omipräsent ist. Er sorgt auch dafür, dass Schwarzenegger über klassische Mediationsformate und Register der Wahlkampfentwicklung in der politischen Relationsstruktur attraktiviert wird, ehe diese Attraktivität über die mediale Relationsstruktur an Verbreitung gewinnt. Im Falle Schwarzeneggers folgt die Verwendung politischer Tätigkeitsregister und Mediationsformate zwar streng dem Schmetterlingspfad der Sequenz Attraktivität in der politischen Relationsstruktur. Ihre Verbreitung verläuft jedoch, wie schon bei Selenskyj, primär über die bewusste Indienstname der medialen Relationsstruktur.

So wird im ersten Schritt jeder Wahlkampftätigkeit zuerst in die Entwicklung von Wahlprogrammen und die Erarbeitung einer politischen Agenda des Kandidaten *investiert*. Anschließend sorgt der Wahlkampfstab Schwarzeneggers dafür, dass die Investition in das politische Profil ihres Kandidaten an *Repräsentation* gewinnt. Um dies zu gewährleisten, wird zwar auf probate Mediationsformate und Tätigkeitsregister der Politik zurückgegriffen. Zu nennen wären hier Pressekonferenzen zur wirtschafts- und umweltpolitischen Agenda Schwarzeneggers (Feldman und Conder 2003; Spiegel 2003; CNN International 2003b), oder Formate wie Pressemitteilungen, Wahlwerbespots (Voice of America 2003) und Radiointerviews (CNN International 2003a). Hierzu gehören aber auch staatstragende Großveranstaltungen, wie das Gipfeltreffen des *Rates zur wirtschaftlichen Erholung Kaliforniens* (vgl. Feldman und Conder 2003) bestehend aus dem demokratisch-republikanischen Vorstandsduo Warren Buffett und George Schultz und einem hoch prominenten „23-köpfigen“ Wirtschaftsgremium (Mulligan und Hirsch 2003). Daneben bemüht Schwarzeneggers Wahlkampfstab aber auch das Tätigkeitsrepertoire der medialen Relationsstruktur, indem Kampagnen einem Hollywood-Spektakel gleich so inszeniert werden, dass die Medienanstalten kaum umhinkommen, darüber zu berichten. Exemplarisch sei hier einerseits auf die Tournee der Bus-Karawane namens „Arnold Express“ verwiesen (Sullivan 2003; vgl. auch Los Angeles Times Archives 2003; Campbell 2003), deren zwei „Hauptbusse“ nach den „Actionfilmen ‚Running Man‘ und ‚Total Recall‘ benannt [waren]“ (Sullivan 2003). Jede Kundgebung der Bus-Tour folgt zudem einem von Murphy festgelegtem Skript (ebd.): „knackige Pointen, ein zwei witzige Sprüche (wie bspw. „Hasta la vista Davis“, „I’ll be back“ und „Hasta la vista car tax“; vgl. Girls Defiant Ones Media Group 2023; Megerian 2003), kurze Attacke, die Menge zum Kochen bringen, Geschenke werfen, nächster Termin“ (Murphy zit. nach Girls Defiant Ones Media Group 2023). Andererseits sei hier aber auch auf eine Wahlkampfveranstaltung hingewiesen, bei der Schwarzenegger „die Aufmerksamkeit der Menge auf einen Kran lenkt, der eine Abrissbirne auf einen Buick fallen ließ, der mit ‚Davis Car Tax‘ besprüht war“ (Newman 2003), um anschließend zu erklären: „Gray Davis hat Arbeitsplätze terminiert, Unternehmen terminiert […] Jetzt ist es an der Zeit, Gray Davis zu terminieren“ (Schwarzenegger zit. nach Newman 2003).

Dies zeigt, dass es im Wahlkampf Schwarzeneggers zwar primär „um große Projekte und grundlegende Reformen“ (Schwarzenegger 2014, 513f.) bzw. um die Entwicklung einer politischen Agenda und eines überparteilichen Profils Schwarzeneggers geht (Schwarzenegger 2014, 513f.). Daneben besteht jedoch ein weiteres Wahlkampfkalkül darin, sich unter Rekurs auf den „Ronald-Reagan-Faktor“ Schwarzeneggers (ebd., 490), d. h. dessen Star-Appeal, die mediale Relationsstruktur zum Zweck der Verbreitung der „‚Schwarzenegger for Governator‘-Kampagne“ (ebd., 524) dienstbar zu machen. Oder um es mit dem Chefstrategen des Wahlkampfs Mike Murphy auszudrücken: „Die Medien kommen, wenn man ihnen etwas bietet, das Klicks und Einschaltquoten bringt“ (Murphy zit. nach Girls Defiant Ones Media Group 2023). Es ist daher wenig verwunderlich, dass die Abberufungs- und Neuwahl um das Gouverneursamt nicht nur in den „abendlichen Nachrichtensendungen auf NBC, ABC und CBS“ mit „127 Minuten“ Sendezeit „stärker beachtet wird, als das Präsidentschaftsrennen“ (Los Angeles Times Archives 2003). Dieser Verbreitungsstrategie und der Unterstützung der Attraktivität Schwarzeneggers durch Mediationsformate des Spektakels folgend, haben vielmehr auch die digitalen Medien, die sich zu jener Zeit „kaum mit Wahlen befassen“, „im Rennen um das Gouverneursamt in Kalifornien etwas gefunden, das sie wirklich schätzen: eine Reality-TV-Show mit einem bewährten Quotenbringer als Star“ (Nicholas und Garvey 2003). Und schließlich erstatten selbst „Unterhaltungsnachrichtensendungen wie […] ‚Entertainment Tonight‘ – befreit vom Gebot der Chancengleichheit zwischen den Kandidaten – Bericht über die Wahlkampagne des ‚Governators‘“ (ebd.).

Vor diesem Hintergrund lässt sich also festhalten, dass Schwarzeneggers Wahlkampftätigkeit zwar im Einklang mit dem für die Politik tragenden Prinzip der Vertretung entwickelt wird, wozu auch die Mobilisation von neuen und bestehenden Kollektiven *für* die Wirtschafts- und Umweltpolitik Schwarzeneggers und das Ausmachen bestimmter Fokusgruppen gehört. Zugleich wird dieses Prinzip politischer Praxis aber auch vonseiten Schwarzeneggers Wahlkampfstab durch den Rekurs auf das in der medialen Relationsstruktur dominante Prinzip der Verführung gestützt. Das Ziel besteht dabei darin, über das Verführungsprinzip erstens Schwarzeneggers Vertretungsmacht in der Politik zu stärken und zweitens die Verbreitung der Attraktivität von Schwarzenegger als politisches Schwergewicht über die Indienstnahme freier Medienanstalten zu gewährleisten. Dies hat nicht nur zur Folge, dass die Abberufungswahl in „ein nationales Spektakel“ verwandelt wurde (CNN International 2003c), sondern ganz und gar „in eine globale Mediengeschichte“ (Nicholas und Garvey 2003), die durchaus „als Vorlage für ein Hollywood-Drehbuch dienen“ konnte (O’Leary 2003), zugleich aber auch „alle alten Regeln über die Art und Weise, wie ein Rennen um ein Wahlamt geführt“ und „wie ein politisches Amt gewonnen [wird]“, in Frage stellt (Nicholas und Garvey 2003).

Insgesamt lässt sich also hervorheben, dass bei Selenskyjs und Schwarzeneggers Kampagne weniger die Frage im Zentrum steht, wie Wahlversprechen und -programme (Investition in die Repräsentation der Ukrainer bzw. Kalifornier) in die Tat umgesetzt werden (Materialität) und ob diese Art der Realisierung mehrheitsfähig ist (Attraktivität) (vgl. Abb. 3.5 in Papilloud und Schultze 2022, 96). Es geht vielmehr um die Frage, wie medienwirksam und spektakulär die Wahlversprechen – abseits ihrer Realisierungsmöglichkeiten – inszeniert und ob diese weit genug transportiert werden, um die Wählerschaft von der Attraktivität eines Repräsentanten zu überzeugen (Materialisierung von Investition in die Repräsentation der Attraktivität von Selenskyj bzw. Schwarzenegger). Diese Gegenüberstellung veranschaulicht, dass die Sequenz Attraktivität der politischen Relationsstruktur, so sie als Ausgangspunkt repräsentativer Tätigkeitsentwicklung fungiert, der wunde Punkt des Tätigkeitsspektrums in der Politik darstellt. Konkret spiegelt sich dies in der Umkehrung des Verhältnisses zwischen Investition und Materialität einerseits und zwischen Repräsentation und Attraktivität andererseits wider, wonach nicht mehr die Investition in die Repräsentation von Kollektiven vorrangig ist, sondern die Materialität der Attraktivität von Monopol- bzw. von Einzelakteuren im Fokus steht. Oder anders formuliert: Wenn – wie im Falle Selenskyjs und Schwarzeneggers – die Attraktivität als Zielstellung politischer Tätigkeitsentwicklung dient, so dient die Repräsentation wie auch jedwede Investition lediglich der Verwirklichung der Attraktivität von einzelnen Repräsentanten, wodurch die Attraktivität die Repräsentation subvertiert (ebd., 125).

Diese Umkehrung der Verhältnisse im Bereich der Politik spiegelt sich auch in der Verhältnisbestimmung zwischen dem Prizip der Vertretung einereits und dem Prinzip der Verführung andererseits wider. Diesbezüglich haben wir für Selenskyjs Wahlkampf gezeigt, dass dessen Wahlkampfstab die Vertretungsmacht Selenskyjs in der Hauptsache auf einem medialen Tätigkeitsrepertoire, medialen Verbreitungstechniken und der Indienstnahme von Medieninstanzen gründet, wodurch schließlich das Prinzip der Verführung das Prinzips der Vertretung ersetzt. Dies zieht eine Schwächung der politischen Relationsstruktur nach sich, die zumindest so lange anhält, wie der neue Präsident bei Amtsantritt über keinen Rückhalt und keinen einzigen Abgeordneten seiner Partei *Diener des Volkes* in der *Werchowna Rada* verfügt (Rogacin 2022). Erst im Zuge der vorgezogenen Parlamentswahl am 21. Juli 2019 kommt es zu einer Re-Stabilisierung der politischen Relationsstruktur, bei der Selenskyjs Partei die absolute Mehrheit der Sitze im Parlament erringt und erstmals in das ukrainische Parlament einzieht (Bundeszentrale für politische Bildung 2019b). Demgegenüber beruht der Wahlkampf Schwarzeneggers zwar maßgeblich auf dem Prinzip der Vertretung, was sich im Rekurs auf politisch erprobte Tätigkeitsregister und Mediationsformate zeigt. Dieses Prinzip wird jedoch gleichzeitig von der Indienstnahme der medialen Relationsstruktur und durch die Verführungsmacht Schwarzeneggers als Ikone des Actionfilmgenre zum Zweck der Steigerung und Verbreitung der Attraktivität Schwarzeneggers als politisches Schwergewicht satellisiert. Obgleich also das Vertretungsprinzip im Falle Schwarzeneggers nicht dem Verführungsprinzip untergeordnet wird, sorgt Schwarzeneggers Wahlkampfstab mittelbar für eine Stärkung der Satellisierungsstrategie der medialen Relationsstruktur in Richtung des Politikbetriebs. In der Folge wächst damit nicht nur die Einflussnahme von Medieninstanzen auf politische Wahlen, sondern es wird auch die Zirkulation von Medienschaffenden in die Politik, wie im Falle Selenskyjs 2019 und in einer weiteren Steigerung im Falle Trumps 2025, erleichtert.

## 3. Schlusswort

In diesem Kapitel haben wir uns mit dem Fall des Wechsels der Relationsstruktur beschäftigt und am Beispiel der Zirkulation von Arnold Schwarzenegger und Wolodymyr Selenksyj vom TV- und Film-Gewerbe in die Politik veranschaulicht. Dabei haben wir diese Zirkulation zunächst als aufsteigend transversale Mobilität bestimmt, um sie anschließend mit den zwei paradigmatischen Ansätzen der beruflichen Mobilitätsforschung zu erklären. Diesbezüglich hat sich vor dem Hintergrund von klassenstrukturellen Kontexten wie dem EGP-Klassenschema gezeigt, dass die Zirkulation Schwarzeneggers und Selenskyjs als berufliche Mobilität innerhalb der obersten Dienstklasse der Führungskräfte zu verstehen ist. Jedoch kann eine solche horizontale Mobilität zwischen äquivalenten Führungspositionen nur dann bestimmt werden, wenn der Markt der Erwerbstätigkeit bzw. der Wechsel der Beziehung zum Arbeitsmarkt in der Analyse mitberücksichtigt wird. Im Unterschied dazu konnte für hierarchische Kontexte am Beispiel des internationalen sozio-ökonomischen Index des beruflichen Status (ISEI-08) gezeigt werden, dass dieser zwar die Zirkulation Schwarzeneggers und Selenskyjs vom Medienbusiness in die Politik zu erfassen und als vertikale Berufsmobilität zu klassifizieren imstande ist. Jedoch greift der ISEI die berufliche Mobilität in der Hauptsache als eindimensionales Phänomen eines Statuserlangungsprozesses von Akteuren auf (Ganzeboom und Treiman 2010, 11, 13). Dies leistet nicht nur einer Individualisierung beruflicher Mobilität Vorschub, sondern es hat auch zur Folge eine Vernachlässigung der institutionellen Ebene, d. h. der „Kanäle“ vertikaler Mobilität (Sorokin 1959, 164–177). Deshalb bietet der hierarchische Kontext des ISEI-08 weder eine Erklärung dafür, wie Schwarzenegger und Selenskyj der Sprung vom Film- und TV-Gewerbe in ihre politischen Ämter gelungen ist, noch dafür, welche Bedeutung dabei institutionellen Instanzen zukommt.

Angesichts dieser Befundlage haben wir die berufliche Mobilität Schwarzeneggers und Selenskyjs vom Medienbusiness in die Politik aus der Perspektive der Theorie der Relation aufgegriffen. Dabei konnten wir zeigen, dass ein Wechsel der *Relation* qua Position nur zwischen zwei gleichen Sequenzen erfolgt und Relationspuristen in der Ankunftsrelationsstruktur zunächst eine Anwärterposition beziehen. Ferner haben wir deutlich gemacht, dass die Stabilisierung der Zirkulation in der neuen Relationsstruktur und mithin die Möglichkeit der Weiterzirkulation zwischen den Sequenzen derselben Relationsstruktur erst dann möglich ist, wenn die entsprechenden Akteure innerhalb ihrer Ankunftssequenz erneut in die Position eines Relationspuristen aufsteigen. Wie jeder Positionswechsel in und zwischen Relationsstrukturen, setzt dies jedoch voraus, dass den Akteuren mit Instanzen der neuen Relationsstruktur die doppelte Einschreibung gelingt, was dann problematisch ist, wenn Akteure keine geeigneten Instanzen erreichen und selbst Instanzen gründen müssen, um diesen Mangel zu beheben. Diese politischen Instanzen entsprechen am Beispiel Schwarzeneggers und Selenskyjs einerseits den politischen Parteien, unter deren Flagge die Kandidatur beider Protagonisten offiziell und formal firmiert, und im Falle Selenskyjs die Neugründung der Partei *Diener des Volkes* notwendig macht. Andererseits fungieren aber die zur Unterstützung der Wahlkampftätigkeit eigens eingerichteten Wahlkampfstäbe beider Kandidaten als politische Instanzen der doppelten Einschreibung, deren primäres Ziel in der Resozialisation der Newcomer auf die neue Relationsstruktur und in der Attraktivierung der Kandidaten als politische Anführer besteht. Damit ist deutlich, dass berufliche Mobilität von ,Spitzenposition‘ zu ,Spitzenposition‘ keineswegs einem individuellen Statuserlangungsprozess entspricht (vgl. Ganzeboom und Treiman 2010, 12), sondern vielmehr immer die Unterstützung vonseiten geeigneter Instanzen voraussetzt, die im Zweifelsfall erst neu gebildet werden müssen.

Anschließend haben wir die Register und Mediationsformate der Wahlkampftätigkeit, die einer kollektiven Arbeit der Kandidaten und ihrer Wahlkampfstäbe entspricht, rekonstruiert. Dabei hat sich gezeigt, dass Selenskyjs Wahlkampf hauptsächlich unter Rekurs auf ein mediales Tätigkeitsrepertoire, mediale Verbreitungstechniken und die Indienstnahme von Instanzen der medialen Relationsstruktur entwickelt wird. Schwarzeneggers Wahlkampf setzt vorrangig auf Sensation und Spektakel, um sich die mediale Relationsstruktur dienstbar zu machen. Daraus ergibt sich, dass das für politische Tätigkeiten und Tätigkeitsbereiche charakteristische Prinzip der Vertretung von Kollektiven durch das mediale Prinzip der Verführung geschwächt (Schwarzenegger) bzw. gestört (Selenskyj) wird. Dies hat nicht nur zur Folge, dass zunehmend Medien und Mediationsformate der medialen Relationsstruktur Einzug in die Politik halten, was sich nicht zuletzt an der erleichterten Zirkulation von Medienschaffenden in das politische Geschehen manifestiert. Es hat auch einen Bedeutungsverlust und eine Individualisierung von Wählergruppen zur Folge, was deren Monopolisierung durch einen Repräsentanten erheblich erleichtert.

Daran zeigt sich, dass es bei der Antwort auf die Frage, wie viel Medienbusiness die Politik enthält (Seeßlen 2017), nicht damit getan ist, keine „große[n] Gräben“ sehen zu wollen, oder die Verbindung zwischen Traumfabrik und Politik als einen „Brei aus Unterhaltung, Wirtschaft und Politik“ zu verharmlosen (Scheller zit. nach Cicero 2024). Vielmehr werden über den Rekurs auf die Populärkultur Verhältnisse in der Politik implementiert, die eher der Attraktivität von hochrangigen Amtsträgern dienen als der politischen Repräsentation mannigfaltiger Kollektive. Damit wird sowohl das Prinzip politischer Praxis ausgehebelt als auch die politische Relationsstruktur sowie ihre Instanzen subvertiert. Mit der Theorie der Relation gesprochen, geht es also dabei weniger um Populismus als Politik als vielmehr um Politik *durch* Populismus und Populärkultur, wovon auch das, was wir heutzutage gemeinhin als Trumpismus bezeichnen, die Stabilisierung darstellt.

## Literatur

Abteilung für ausländische Zielgruppen. 2019. Selenskyjs Antrittsrede, Auflösung des Parlaments, Kolomojskyj zurück in der Ukraine und weitere Themen (Оригінал статті - на сайті Українського кризового медіа-центру). *Ukraine Crisis Media Center* (20. Mai). (zugegriffen: 6. September 2024).

Anonym. 2019. Передвиборча програма кандидата на пост Президента України Володимира Зеленського (Wahlprogramm des Kandidaten für das Amt des Präsidenten der Ukraine Wolodymyr Zelenskij). (zugegriffen: 4. September 2024).

Barabak, M. Z. 2013. From the Archives: How the 2003 gubernatorial recall changed California. *Los Angeles Times* (6. Oktober). (zugegriffen: 21. August 2024).

Belford, A., M. Gibbs, L. Harding und S. Goodley. 2021. Pandora Papers Reveal Offshore Holdings of Ukrainian President and his Inner Circle. Investigation. *Organized Crime and Corruption Reporting Project (OCCRP)* (3. Oktober). (zugegriffen: 17. September 2024).

Bennett, K. und D. Bennett. 2008a. From San Diego to Moscow: George Gorton’s Strange and Wild Assignments. *Voice of San Diego* (23. Juni). (zugegriffen: 17. August 2024).

\_\_\_\_. 2008b. Battling Oligarchs and Parkinson’s: The Great Resurrections of George Gorton. *Voice of San Diego* (24. Juni). (zugegriffen: 17. August 2024).

Blau, P. M. und O. D. Duncan. 1967. *The American Occupational Structure*. New York: Free Press.

Blow, R. 1997. The True Character of a Spin Doctor? *Mother Jones* October/September. (zugegriffen: 19. August 2024).

Bourdieu, P. 2012. *Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft*. Berlin: Suhrkamp.

Brauns, H., S. Steinmann und D. Haun. 2000. Die Konstruktion des Klassenschemas nach Erikson, Goldthorpe und Portocarero (EGP) am Beispiel nationa ler Datenquellen aus Deutschland, Großbritannien und Frankreich. *ZUMA-Nachrichten* 26/46.

Breen, R. 2005. Foundations of a Neo-Weberian class analysis. In: *Approaches to class analysis*, hg. von E. O. Wright, 31–50. New York: Cambridge University Press.

Bundesamt für Statistik der Schweizerischen Eidgenossenschaft. 2017. *ISCO 08 (International Standard Classification of Occupations), deutsche Fassung der Sektion Arbeit und Erwerbsleben*. <https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/arbeit-erwerb/nomenclaturen/isco-08.assetdetail.4082534.html> (zugegriffen: 12. Juli 2024).

Bundeszentrale für politische Bildung. 2019a. Selenskyj wird Präsident der Ukraine. Bundeszentrale für politische Bildung, 5. Februar. <https://www.bpb.de/kurz-knapp/hintergrund-aktuell/288321/selenskyj-wird-praesident-der-ukraine/>.

\_\_\_\_. 2019b. Parlamentswahlen in der Ukraine. Bundeszentrale für politische Bildung. <https://www.bpb.de/kurz-knapp/hintergrund-aktuell/294069/parlamentswahl-in-der-ukraine/>.

Bustillo, M. und M. Cone. 2003. Schwarzenegger Sows Doubt Among State Environmentalists. *Los Angeles Times* (3. Oktober). (zugegriffen: 29. August 2024).

California Strategies. 2024. People: Bob White. Founder and Chairman. *California Strategies*. (zugegriffen: 16. August 2024).

Campbell, D. 2003. Never mind groping tales and Hitler taunts - it’s car tax that counts, say Arnie’s fans. Schwarzenegger shrugs off latest claims as election bus stays on road towards victory. *The Guardian* (4. Oktober). (zugegriffen: 28. August 2024).

Cicero. 2024. Phänomen Arnie - „Ein pragmatischer Performance-Populist“. Interview von Daniel Martienssen mit Jörg Scheller. *Cicero. Magazin für politische Kultur*. (zugegriffen: 27. August 2024).

CNN International. 2003a. Schwarzenegger on abortion, gays, environment. *CNN International: Inside Politics* (28. August). (zugegriffen: 27. August 2024).

\_\_\_\_. 2003b. Schwarzenegger outlines environmental plan. Actor would promote hydrogen fuel, oppose offshore drilling. *CNN International: Inside Politics* (22. September). (zugegriffen: 29. August 2024).

\_\_\_\_. 2003c. Davis concedes, Schwarzenegger wins. California governor-elect thanks voters for their trust. *CNN International: Inside Politics* (8. Oktober). (zugegriffen: 29. August 2024).

Crowe, D. 2011. Regency Club to Close. *Los Angeles Business Journal* (23. Februar). (zugegriffen: 15. August 2024).

Desert News. 2003. Schwarzenegger gets experienced team, but they face challenges. *Associated Press* (10. August). (zugegriffen: 22. August 2024).

Deutsches Patent- und Markenamt. 2024. Arnold Schwarzeneggers 75. Geburtstag. Karriere eines Kraftlackls, oder: Der Terminator und die Marken. *Deutsches Patent- und Markenamt* (24. Juli). (zugegriffen: 11. September 2024).

Duncan, O. D. 1961. A Socioeconomic Index for all Occupations. In: *Occupations and Social Status*, hg. von A. J. jr. Reiss, 109–138. New York: Free Press of Glencoe.

Durkheim, É. 1983. *Der Selbstmord*. Frankfurt/M.: Suhrkamp.

Durot, M. 2022. President Zelensky Is Not A Billionaire. So How Much Is He Worth? *Forbes Magazine* (22. April). (zugegriffen: 16. September 2024).

Erikson, R. und J. H. Goldthorpe. 1992. *The Constant Flux. A Study of Class Mobility in Industrial Societies*. Oxford: Clarendon Press.

Featherman, D. L. und R. M. Hauser. 1978. *Opportunity and Change*. New York: Academic Press.

Featherman, D. L., F. L. Jones und R. M. Hauser. 1975. Assumptions of social mobility research in the U. S.: The case of occupational status. *Social Science Research* 4, Nr. 4: 329–360.

Feldman, C. und C. Conder. 2003. Schwarzenegger taps George Shultz for economic council. Former secretary of state to co-chair with Warren Buffett. *CNN. Inside Politics. Los Angeles Bureau* (15. August). (zugegriffen: 23. August 2024).

Friedman, S. und D. Laurison. 2019. *The Class Ceiling. Why It Pays to Be Privileged*. Bristol: Bristol University Press.

Ganzeboom, H. B. G., P. M. De Graaf, D. J. Treiman und J. De Leeuw. 1992. A standard international socio-economic index of occupational status. *Social Science Research* 21, Nr. 1: 1–56.

Ganzeboom, H. B. G. 2010. International Standard Classification of Occupations. ISCO-08 with ISEI-08 scores: 1–13. (zugegriffen: 7. August 2024).

Ganzeboom, H. B. G. und D. J. Treiman. 1996. Internationally Comparable Measures of Occupational Status for the 1988 International Standard Classification of Occupations. *Social Science Research* 25, Nr. 3: 201–239.

\_\_\_\_. 2003. Three Internationally Standardised Measures for Comparative Research on Occupational Status. In: *Advances in Cross-National Comparison. A European Working Book for Demographic and Socio-Economic Variables*, hg. von J. H. P. Hoffmeyer-Zlotnik und C. Wolf, 159–193. New York: Springer Sciences+Business Media.

\_\_\_\_. 2010. Occupational Status Measures for the New International Standard Classification of Occupations ISCO-08. With a Discussion of the New Classification: 1–29. (zugegriffen: 2. August 2024).

Girls Defiant Ones Media Group. 2023. Arnold: Der Amerikaner, Teil 3. Netflix.

Goldthorpe, J. H., C. Llewellyn und C. Payne. 1987. *Social Mobility and Class Structure in Modern Britain*. Oxford: Clarendon Press.

Goldthorpe, J. H. und A. McKnight. 2006. The Economic Basis of Social Class. In: *Mobility and Inequality: Frontiers of Research in Sociology and Economics*, hg. von S. L. Morgan, D. B. Grusky, und G. S. Fields, 109–136. Stanford: Stanford University Press.

Goncharenko, R. 2019a. Wolodymyr Selenskyjs rasanter Aufstieg. *Focus online* (4. Frühjahr).

\_\_\_\_. 2019b. Wolodymyr Selenskyjs rasanter Aufstieg. *Focus Online* (21. April). (zugegriffen: 5. September 2024).

Granovetter, Mark. 1973. The Strength of Weak Ties. *American Journal of Sociology* 78, Nr. 6: 1360–1380.

Hamilton, B. 2003. Schwarzforce; Arnold Taps Apple Power Duo for Run. *New York Post* (17. August). (zugegriffen: 17. August 2024).

Hassel, F. 2019. Der volksnahe Millionär und Komiker. Wolodimir Selenski wird Präsident der Ukraine. Er machte mit Komik Karriere und überzeugte nun mit einfachen Botschaften. *Der Bund* (21. April). (zugegriffen: 3. September 2024).

Hoffmeyer-Zlotnik, J. H. P. und A. J. Geis. Berufsklassifikation und Messung des beruflichen Status/Prestige. *ZUMA Nachrichten* 27, Nr. 52: 125–138. (zugegriffen: 15. August 2024).

IMI. 2020. More than 30 „Quarter 95“-fellows and their friends took public positions under Zelensky’s presidency – Committee of Voters of Ukraine. *IMI*. (zugegriffen: 3. September 2024).

International Labour Office. 2012. *International Standard Classification of Occupations. ISCO-08. Volume 1: Structure, Group Definitions and Correspondence Tables*. Genf: International Labour Organization. (zugegriffen: 9. August 2024).

Iwański, T. 2019. Zelenskiy: Anatomy of a success (Commentary). *OSW. Center for Eastern Studies.* (3. April). (zugegriffen: 1. September 2024).

Kellermann, F. 2019a. Vor den Wahlen in der Ukraine. Der Komödiant und die Oligarchen. *Deutschlandfunk. Europa heute (Archiv)* (29. März). (zugegriffen: 4. September 2024).

\_\_\_\_. 2019b. Skurriler Wahlkampf zwischen Oligarch und Fernsehstar. *Deutschlandfunk. Europa heute (Archiv)* (18. April). (zugegriffen: 3. September 2024).

Leduff, C. 2003. An Outsider Candidate Who Favors Insider Advice. *The New York Times* (26. August). (zugegriffen: 19. August 2024).

Los Angeles Times Archives. 2003. Schwarzenegger Plans Road Trip. *Los Angeles Times Archives* (30. September). (zugegriffen: 27. August 2024).

Lysenko, Y. 2021. Offshore-Geschäfte: Selenskyj und Kolomojskyj in den Pandora-Papers. *Ukraine-Analysen. Zukunftsperspektiven* 256 (15. Oktober). (zugegriffen: 16. September 2024).

Marin Independent Journal. 2010. Joe Shumate Obituary. *Marin Independent Journal*. (zugegriffen: 17. August 2024).

Mathews, J. 2003. Little-Known Activist Is Recall Powerhouse. *Los Angeles Times* (14. Juli). (zugegriffen: 21. August 2024).

Mazumder, B. 2005. Fortunate Sons: New Estimates of Intergenerational Mobility in the United States Using Social Security Earnings Data. *The Review of Economics and Statistics* 87, Nr. 2: 235–255.

Megerian, C. 2003. Schwarzenegger ally has second thoughts on cutting car tax. *Los Angeles Times* (14. August). (zugegriffen: 28. August 2024).

Much, F., M. und Obermaier. 2021. Pandora Papers: Präsident mit Oligarchennähe. *Süddeutsche Zeitung* (3. Oktober). (zugegriffen: 1. September 2024).

Mulligan, T. S. und J. Hirsch. 2003. Actor Names Economic Team. *Los Angeles Times* (21. August). (zugegriffen: 26. August 2024).

Nelles, M. 2019. Die Stunde des Außenseiters: Ein Komiker hat beste Chancen, der nächste Präsident der Ukraine zu werden. *Ukraine verstehen. Zentrum Liberale Moderne* (29. Februar). (zugegriffen: 4. September 2024).

Newman, D. 2003. Front-runner rallies at the fair. *Daily Pilot* (3. Oktober). (zugegriffen: 28. August 2024).

Nicholas, P. und M. Garvey. 2003. Campaign Is the Ultimate Reality Show. *Los Angeles Times* (9. August). (zugegriffen: 28. August 2024).

Nobel, T. 1979. In Pursuit of Pure Mobility. *Sociology* 13, Nr. 3: 483–495.

O’Leary, K. 2003. Campaign Is the Ultimate Reality Show. *Time Magazine* (1. November). (zugegriffen: 28. August 2024).

OSCE PA. 2023. Home. Members. Member Countries. Ukraine Mr. Mykyta Poturaiev. (zugegriffen: 17. September 2024).

Papilloud, C. und E.-M. Schultze. 2022. *Skizze einer Theorie der Relation*. Wiesbaden: VS-Verlag. doi: [10.1007/978-3-658-37922-3](https://doi.org/https://doi.org/10.1007/978-3-658-37922-3),.

Prensario International. 2016. Kvartal 95, the best partner in Ukraine. *Prensario International* (24. Juni). (zugegriffen: 1. September 2024).

Rogacin, W. 2022. *Selenskyj: Die Biografie*. München: Europa Verlag.

Rudenko, S. 2022. *Selenskyj: Eine politische Biografie*. München: Carl Hanser Verlag.

Schwarzenegger, A. 2014. *Total Recall: Die wahre Geschichte meines Lebens*. München: Wilhelm Heyne Verlag.

Seeßlen, G. 2017. *Trump! Populismus als Politik*. Berlin: Bertz+Fischer.

Sluga Narodu. 2024. About Sluga Narodu. Historiia Partii Sluha Narodu. *Sluga Narodu*. (zugegriffen: 3. September 2024).

Sørensen, A. B. 1977. The Structure of Inequality and the Process of Attainment. *American Sociological Review* 42, Nr. 6: 965–978.

Sorokin, P. A. 1959. *Social and Cultural Mobility*. Chicago: Free Press of Glencoe.

Spiegel. 2003. Wirtschaftsberater: Schwarzenegger holt Warren Buffett in sein Team. *Spiegel* (14. August). (zugegriffen: 26. August 2024).

Stewart, S. 2019. Neuer Präsident der Ukraine: Risiko und Hoffnung zugleich. *Stiftung Wissenschaft und Politik. Deutsches Institut für Internationale Politik und Sicherheit* (24. April). (zugegriffen: 6. September 2024).

Sullivan, J. 2003. With The ‚Running Man‘ on the ‚Total Recall‘ Bus Tour. *The Digital Jounalist*. (zugegriffen: 27. August 2024).

Treiman, D. J. 1975. Problems of Concept and Measurement in the Comparative Study of Occupational Mobility. Social Science Research. *Social Science Research* 4, Nr. 3: 183–230.

\_\_\_\_. 1977. *Occupational Prestige in Comparative Perspective*. New York: Academic Press.

Trubetskoy, D. 2021. Die zwei Gesichter des Wolodymyr Selenskyj. *Ukraine verstehen. Zentrum Liberale Moderne* (6. Oktober). (zugegriffen: 16. September 2024).

Ukrinform. 2019a. Präsidentschaftskandidat Selenskyj legt sein Vermögen offen. *Ukrinform* (25. Januar). (zugegriffen: 16. September 2024).

\_\_\_\_. 2019b. Villa in Italien, Hotelzimmer in Georgien: Selenskyj veröffentlicht aktualisierte Vermögensdeklaration. *Ukrinform* (20. Mai). (zugegriffen: 16. September 2024).

\_\_\_\_. 2021. Vermögensdeklaration: Präsident Selenskyj legt sein Einkommen 2020 offen. *Ukrinform* (1. April). (zugegriffen: 16. September 2024).

Voice of America. 2003. California Recall And Arnold Schwarzenegger. *Voice of America* (27. August). (zugegriffen: 26. August 2024).

Wallace, A. 1994. The Mystic Behind Wilson’s Mystique : Politics: Adviser met with guru before agreeing to run reelection bid. *Los Angeles Times* (12. Oktober). (zugegriffen: 17. August 2024).

Wright, E. O. 1979. *Class Structure and Income Determination*. New York: Academic Press.

Yaish, M. und V. Klaus. 2020. On Class and Earnings Trajectories: The Use of Class and Earnings to study Intergenerational Mobility. *Research in Social Stratification and Mobility* 70: 1–8.

1. Bei sozialer Mobilität handelt es sich also um ein abgeleitetes Forschungsprogramm, da es unmöglich ist, Positionsumstellungen von Individuen oder sozialen Gruppen zu erfassen, ohne diese zuvor in Strukturen, d. h. in Klassen oder Status- und Berufsgruppen, untergliedert zu haben (vgl. Nobel 1979, 483; vgl. auch Goldthorpe, Llewellyn und Payne 1987, 28–29; Yaish und Klaus 2020, 1). [↑](#footnote-ref-2)
2. Bei der Einkommensmobilität wird angenommen, dass soziale Mobilität über die einkommensspezifische Ressourcenausstattung von Individuen vermittelt wird (Yaish und Klaus 2020, 1–2, vgl. auch Mazumder 2005). [↑](#footnote-ref-3)
3. Hier orientieren wir uns an Friedman und Laurison, die in ihrer Studie *The Class Ceiling* explizit die berufliche Mobilität von Erwerbstätigen in Kultur- und Kreativberufen auf Basis des EGP-Klassenschemas untersuchen (vgl. Friedman und Laurison 2019). [↑](#footnote-ref-4)
4. Die Autoren liefern jedoch keine Erklärung für dieses Phänomen. Mit der Theorie der Relation ließe sich diesbezüglich sagen, dass Relationspuristen in jeder Relationsstruktur stärker den zirkulatorischen als den positionellen Determinanten unterliegen, weshalb sie unmittelbar die *Relation* statt ihre Position bevorzugen, so ihnen die doppelte Einschreibung in der Ankunftsrelationsstruktur gelingt, von „Spitzenposition“ zu „Spitzenposition“ zirkulieren können. [↑](#footnote-ref-5)
5. Für die Einstufung zur Arbeitnehmerklasse I spräche ein vertragsrechtliches Argument, das Schwarzenegger anführt. So konnte er weder zu den Vorwahlen noch zur regulären Gouverneurswahl im November 2002 gegen den amtierenden Gouverneur Gray Davis antreten, weil die Zeit des Wahlkampfes mit den Dreharbeiten zu *Terminator 3* kollidiert sind, zu denen er vertraglich verpflichtet war (Schwarzenegger 2014, 493f.; vgl. auch Girls Defiant Ones Media Group 2023). [↑](#footnote-ref-6)
6. Dieses System aus 4 Berufsgruppen entspricht wiederum „der Anzahl der informativen Ziffern […], die zur Codierung eines Berufs oder einer Berufsgruppe verwendet werden“ (Ganzeboom und Treiman 2010, 6). [↑](#footnote-ref-7)
7. Die Datenbasis stammt „aus den kombinierten 2002-2007 Runden“ des ISSP und umfasst „198.000 Männer und Frauen aus über 42 Ländern“ (Ganzeboom und Treiman 2010, 12). [↑](#footnote-ref-8)
8. Die Prüfung und Annahme der Kandidatur und die Zulassung Schwarzeneggers und Selenskyjs zu den entsprechenden Wahlen entspricht hierbei der ersten doppelten Einschreibung mit den zuständigen Instanzen der politischen Relationsstruktur (Papilloud und Schultze 2022, 187). [↑](#footnote-ref-9)
9. Chef-Stratege Gorton soll Schwarzenegger bereits im Jahr 2000 als ersten Politikberater engagiert haben (Bennett und Bennett 2008a). [↑](#footnote-ref-10)
10. Selbstredend ist nicht davon auszugehen, dass sich das Wahlkampfteam Schwarzeneggers lediglich auf diese 16 Personen reduziert. Es ist allerdings anzunehmen, dass diese Experten den festen Kern des Wahlkampfteams Schwarzeneggers gebildet und die Tätigkeiten der weiteren Wahlhelferschaft koordiniert haben. [↑](#footnote-ref-11)
11. Der *Regency Club*, ein nobler „Zufluchtsort für die Business-Elite“ von Los Angeles (Crowe 2011), dürfte der wichtigste Ausgangspunkt für Schwarzeneggers Verbindungen in konservative Kreise darstellen. Hier gingen sowohl „[v]iele konservative Geschäftsleute“ (Schwarzenegger 2014, 304) als auch namhafte Landes- und Bundespolitiker der Republikaner ein und aus. Unter ihnen etwa „[e]influssreiche Leute aus der Regierung Reagan“ (ebd., 305), aber auch Wilson, langjähriger Bekannter von Richard Nixon. Der Regency Club war auch ein beliebter Ort, um Fundraising-Parties für Großspender zur Unterstützung von Wahlkampfkadidaten wie Schwarzenegger auszurichten (ebd., 305, 525). [↑](#footnote-ref-12)
12. So habe Selenskyj bis zur Entscheidung über seine Kandidatur im Herbst 2018, und zwar stets in Begleitung seines wichtigsten „Vertrauten“ Bohdan, der sich im Wahlkampf im Hintergrund hält (ebd.), Kolomojskyj mindestens 14 Mal in Genf und Israel besucht (ebd., vgl. auch Hassel 2019). [↑](#footnote-ref-13)
13. Jene 36 Personen wurden laut Presserecherchen zu „Assistenten, Stellvertretern und Leitern des Präsidialamtes ernannt“, zirkulierten in „Positionen in den Sicherheitsorganen der Ukraine und in zentralen Exekutivorganen“ oder wurden „Mitglieder von Aufsichtsräten und Ausschüssen“ sowie „zu Abgeordneten der Ukraine gewählt“ (IMI 2020; vgl. auch Rudenko 2022, 97–99). [↑](#footnote-ref-14)