

Einreichung für Track #4

Geschichte(n) zwischen Herrschaft und Subversion

Die Krise der Institutionen

Die Aufmerksamkeitsökonomie hat die Funktionsweise politischer Handlungsmuster und Kommunikationsweisen massiv verändert. 3,5 Stunden verbringen ÖsterreicherInnen heute durchschnittlich täglich vor dem Fernseher – das fünffache der Zeit, die in den 70er-Jahren vor dem Bildschirm verbracht wurde. Gleichzeitig stehen Parteien zig Kommunikationskanäle zur Verfügung – von billiger Hauspost über die klassischen Medien bis zur großen weiten Welt des Web 2.0.

PolitikerInnen stehen heute im Match um mediale Aufmerksamkeit nicht mehr nur in Konkurrenz zu anderen PolitikerInnen, sondern zum Kapitän des Fußballnationalteams, zur neuesten Affäre des Popsternchens und zu anderen Absurditäten aus aller Welt. Das führt einerseits dazu, dass sich PolitikerInnen weit aus dem Fenster lehnen, was unseriöse Medienauftritte betrifft – vom ehemaligen deutschen Bundeskanzler Schröder bei „Gute Zeiten, schlechte Zeiten“ bis zum ehemaligen Außenminister Westerwelle im „Big Brother“-Haus. Das kostet Seriosität – aber es vermittelt Volksnähe und es bringt in großem Maße das, worauf PolitikerInnen immer noch am meisten angewiesen sind, aber wofür sie immer härter kämpfen müssen: Mediale Aufmerksamkeit.

Gleichzeitig nimmt die Öffentlichkeit ein Auseinanderdriften von politischen Entscheidungen breiter repräsentativ-demokratischer Mehrheiten und dem hegemonialen WählerInnenwillen wahr. Vom Elitenprojekt Europa, gegen das sich in Österreich seit dem Jahrtausendwechsel breite Mehrheiten finden bis zur deutschen AKW-Laufzeitverlängerung gegen 80% der Deutschen vor der Katastrophe von Fukushima ist eine Funktionskrise der repräsentativen Demokratie festzumachen.

Parteiliches Engagement wird immer weniger attraktiv, kurzfristig-spontanes Engagement für 'causes' oder längerfristiger Aktivismus bei NGOs wächst ungebremsst. Parteimitgliedschaften nehmen ebenso wie die Parteibindungen ab. Immer weniger Menschen wollen mit politischen Parteien in Verbindung gebracht werden. In starkem Gegensatz dazu

steht die persönliche Unterstützung eines Kandidaten oder einer Kandidatin: „I'm not a democrat, but I'm for Obama“ ist im US-Präsidentenwahlkampf 2008 zur stehenden Wendung geworden. Österreichische Landeshauptleute affizieren ihre Wahlplakate ohne oder nur mit winzigen Parteilogos, weil sie als Personen größere Zustimmungsraten verbuchen können. Ganz neu ist dieses Phänomen freilich nicht: „Lasst Kreisky und sein Team arbeiten“ ist ein ganz klassisches Beispiel für Entparteiopolitisierung der Wahlwerbung – und fast 40 Jahre alt.

Die drei genannten Tendenzen – die auf Personen konzentrierte Aufmerksamkeitsökonomie, die Krise der repräsentativ-demokratischen Institutionen und die postmoderne Kurzfristigkeit politischen Engagements – stärken politische AnführerInnen nicht nur in ihrer Außenwahrnehmung, sondern vor allem gegenüber ihren Parteien. Der lauter werdende Ruf nach einem Ausbau des Persönlichkeitswahlrechts, das in US-Bundesstaaten so skurrile Figuren wie einen ehemaligen Wrestler und einen ehemaligen Mister Universe zu Spitzenpolitikern werden hat lassen, passt in den Tenor.

Diese Arbeit will folgenden Fragen auf den Grund gehen:

- Handelt es sich bei der Personalisierung von Politik und ihren in aller Kürze beschriebenen Konsequenzen um ein Phänomen in der gesamten westlichen Welt, oder nur um einen westeuropäischen Ausschnitt?
- Was bedeuten stärkere ParteiführerInnen bei gleichzeitiger Schwächung der innerparteilichen Gremien und Institutionen demokratietheoretisch?
- Gibt es andere Rezepte, als ein stärkeres Persönlichkeitswahlrecht, um das Auseinanderdriften des parteipolitischen Elitenkonsenses und dem Willen breiter Mehrheiten der Bevölkerung entgegenzuwirken?