

ommunikationsguerilla

Kommunikationsguerilla ist eine Theorie und Praxis → subversiver Kommunikation, die sich von klassischen Konzepten der → Gegenöffentlichkeit, aber auch von den »eigenen« Medien der Binnenkommunikation → sozialer Bewegungen unterscheidet – nicht nur im Hinblick auf die Formen politischer Artikulation, sondern auch in der ihnen immanenten Weltsicht. Während traditionelle, an der Aufklärung orientierte »Gegeninformation« nach wie vor auf eine Expertenstrategie und auf die Kraft des besseren Arguments vertraut, stellt sich die Kommunikationsguerilla in radikaler Weise der Frage: »Warum hört mir keine/r zu?« Wo Netzwerke wie Attac mit wissenschaftlichem Beirat auf akademisch begründete Kritik als politisches Projekt vertrauen, insistieren Kommunikationsguerillas auf eine simple Erkenntnis: Nur weil ich die Wahrheit sage, brauchen mir die Leute noch lange nicht zu glauben. Einer der Stichwortgeber hierfür war Umberto Eco mit seiner Kritik an einem verkürzten aufklärerischen Sender-Empfänger-Kommunikationsmodell und seiner Erkenntnis, dass es nicht genüge, Sendestationen zu besetzen, sondern ebenso darauf ankomme, mit in der ersten Reihe im Publikum zu sitzen, um den Modus der Rezeption zu beeinflussen. Sein Vorschlag für eine »semiologische Guerilla« beeinflusste das Konzept der Kommunikationsguerilla entscheidend. Neben Ansätzen der 1968er Spaßguerilla und den italienischen *Indiani Metropolitani* (Stadtindianern) der 1970er Jahre sind auch die zahlreichen Praktiken des *Culture Jamming* (USA), Situationismus, Dadaismus oder die Spontis in die Ausarbeitung des Konzeptes eingeflossen.

Kommunikationsguerilla geht davon aus, dass die gesellschaftlichen Verhältnisse zwar sozial konstruiert sind, in der alltäglichen Kommunikation wie im Alltagsbewusstsein der Individuen aber als quasi naturgegeben erscheinen. Es geht darum, diese Selbstverständlichkeit von Machtverhältnissen, sozialer Ungleichheit oder gesellschaftlicher Ausgrenzung anzugreifen und ihre vermeintliche Normalität in Frage zu stellen. Hierzu analysiert Kommunikationsguerilla die kulturelle Grammatik der Machtbeziehungen, die Art und Weise, wie sie in alltägliche Handlungsmuster, Sprechweisen und Kommunikationsformen eingeschrieben sind. Dieses Wissen macht Kommunikationsguerilla in einem subversiven Sinne produktiv, indem sie Repräsentationen erzeugt, die im Sinne der hegemonialen kulturellen Grammatik dysfunktional wirken, also Irritationen und Unbehagen erzeugen. Wo der Schleier der Selbstverständlichkeit zerrissen ist, so die Grundidee, wer-

den die Absurditäten und Widersprüche der kapitalistischen Gesellschaftsformationen sichtbar und damit angreifbar.

Hierbei bedient sich die Kommunikationsguerilla der Camouflage und des Fakes. Sie operiert nicht offen als Propaganda- oder Agitationseinheit oder versucht gar eine letzte Schlacht zu gewinnen. Vielmehr bewegen sich die Kommunikationsguerillas wie »semiotische Heckenschützen« im Dschungel der Zeichen, verbreiten im Namen und mit der Stimme ihrer Gegner verfremdete und ins Absurde verzerrte Botschaften. Ihre Überzeugung ist, dass die »beste Subversion« darin liegt, die »Codes zu entstellen, statt sie zu zerstören« (Roland Barthes). Im Unterschied zu Satire und Parodie agieren die Kommunikationsguerillas dabei nicht im geschützten Raum einer Kleinkunstbühne, Comedyshow oder Satirezeitschrift, sondern tragen die Auseinandersetzung in den gesellschaftlichen Alltag.

In diesem Sinne ist Kommunikationsguerilla keine »große Politik«, keine »Frühjahrsoffensive« und auch keine Kampagne. Sie funktioniert oft am besten in einzelnen oder als Abfolge mehrerer kleiner Aktionen. Sie ist Mikropolitik, angebunden an den Alltag ihrer Akteurinnen, und ihre Aktionen speisen sich aus dem Blick auf alltägliche Ohnmachtsituationen, in denen gesellschaftliche Machtverhältnisse lokal zum Ausdruck kommen. Durch diesen kritischen Blick entfaltet sie eine politische Praxis, die Handlungsmöglichkeiten eröffnet und zum Handeln ermächtigen möchte.

Kommunikationsguerilla ist in gewisser Hinsicht ein Frontalangriff auf die herrschenden Verhältnisse – auch wenn dieser Angriff eher einer Folge von Nadelstichen gleichen mag. Im postfordistischen kognitiven Kapitalismus ist die Fähigkeit zur Analyse und zum Gebrauch von Zeichen bzw. Symbolen und die Technologie zu deren Verbreitung nicht nur Teil des Arbeitsalltags immer größerer Teile der Bevölkerung (durch ihre immaterielle oder mentale Arbeit), sondern sie prägt zunehmend auch die Freizeitpraktiken. Imageproduktion, symbolische Repräsentation, Affekterzeugung rücken in das Zentrum der Wertschöpfung. Images, also Zeichen und Symbole, sind nicht mehr nur variables, sondern avancieren zugleich ins fixe Kapital. Wer eine verkürzte → Kapitalismuskritik vermeiden will, muss genau hier ins Kapitalverhältnis eingreifen. Kommunikationsguerilla ist in diesem Sinne auf der Höhe der Zeit.

autonome a.f.r.i.k.a.-gruppe

Zum Weiterlesen

autonome a.f.r.i.k.a.-gruppe/Blissett, Luther/Brünzels, Sonja (2002): Handbuch der Kommunikationsguerilla. Hamburg/Berlin/Göttingen.