

Aus:

HAGEN SCHÖLZEL

Guerillakommunikation

Genealogie einer politischen Konfliktform

Dezember 2012, 372 Seiten, kart., 33,80 €, ISBN 978-3-8376-2235-5

»Guerillakommunikation« – wovon ist die Rede, wenn diese Metapher gebraucht wird? Hagen Schölzel sucht nach Antworten in der Ideengeschichte dieser zeitgenössischen Erscheinung. Er analysiert die militärische Metaphorik anhand prominenter Konzepte des Guerillakriegs ebenso wie Theorieentwürfe und Vorgehensweisen verschiedener künstlerischer Avantgardebewegungen, die als Inspirationsquellen für kulturelle Guerillapraktiken dienen. Nicht zuletzt wird die scheinbare Gegensätzlichkeit der Programmatiken des Guerillamarketings und der Kommunikationsguerilla hinterfragt. Aus der theoretischen Perspektive der Untersuchung wird erkennbar, auf welche Weise kommunikative Verfahren politisch sein können.

Hagen Schölzel (Dr. rer. pol.) arbeitet als Politikwissenschaftler in Leipzig.

Weitere Informationen und Bestellung unter:

www.transcript-verlag.de/ts2235/ts2235.php

Inhalt

AUSGANGSLAGE

Einleitung: Politische Kommunikation als Irritation | 11

Kommunikation und Guerilla – Eine Spurensuche | 19

Umberto Ecos semiologische Guerilla | 20

Guerillamarketing und Kommunikationsguerilla | 22

Situationistische Internationale und künstlerischer Aktivismus | 26

Militanz und militärische Rhetorik | 28

Begriffliche und methodische Orientierung | 31

Strukturalistische Sprachtheorie und Kulturelle Grammatik | 32

Diskursanalyse und Kommunikationsguerilla | 36

Genealogische Perspektive und Guerillakommunikation | 41

MILITÄRISCHES DENKEN

Guerillakrieg als politischer Konflikt | 47

Der politische Charakter des Guerillakriegs | 52

Maos Ansichten zur Struktur und Dynamik eines Guerillakriegs | 59

Guevaras Konzept des *foco guerrillero* und der Übergang zum Volkskrieg | 66

Der transitorische Charakter der Guerilla | 71

Das politische Ende eines Guerillakriegs | 75

Zwischenfazit: Guerillakrieg und politische Kommunikation | 77

KUNSTAVANTGARDEN ALS KULTURGUERILLAS

Die Kunst der Revolte –

Guerillakommunikation *avant la lettre* | 85

Dada – Geburt eines leeren Signifikanten | 89

Innere Heterogenität und entfesselte Dynamik | 94

Organisation öffentlicher Präsenz | 97

(Anti-)Politischer Aktionismus und gesellschaftliche Wirksamkeit | 101

Sinnentleerung und Zufallskonstruktion | 107

Organisatorischer Zusammenbruch | 110

Dada und Guerillakommunikation | 113

Surrealismus – Psychologien der Revolte | 119

Exkurs: Edward Bernays' *Propaganda* | 123

Erforschung des Unbewussten und gesellschaftlicher Nonkonformismus | 127

Vom *Objektiven Zufall* zur *Kritischen Paranoia* | 133

Surrealismus und Kommunismus | 138

Die psychologische Struktur der Massengesellschaft | 142

Eine Wahlkampagne als surrealistischer Staatsstreich | 149

Surrealismus, Public Relations und Politik | 156

Situationistische Internationale –

Gegen die diskursive Ordnung des *Spektakels* | 163

Die Aufhebung der Kunst und der Übergang in die Politik | 167

Die diskursive Ordnung des *Spektakels* | 175

Exkurs: Kybernetik und Hyperrealität | 182

Die Methoden *détournement* und *dérive*

und die Konstruktion von Situationen | 196

Situationistische Internationale und Guerillakommunikation | 205

Zwischenfazit: Drei Guerillakonzepte gegen drei Formen Kultureller Grammatik | 211

ENTWICKLUNGSLINIEN DER GUERILLAKOMMUNIKATION

Kommerzielle Werbung oder politische Kritik? | 223

Guerillamarketing – Unternehmenspolitik zwischen Konkurrenzkampf und Kundenorientierung | 231

Kreativität, Innovation und Regelbruch

als kulturelle Merkmale des Guerillamarketings | 240

Effizienz und Effektivität des Guerillamarketings | 249

Virale Prozesse: Zur Emergenz der Guerillamarketing-Botschaften | 253

Zusammenfassung: Das Netzwerk als Strukturmerkmal
des Guerillamarketings | 260

Kommunikationsguerilla –

Irritation als Gesellschaftskritik | 265

Symbolische Kämpfe zwischen Alltagskreativität
und Strategie der Taktiken | 272

Aktionsräume der Kommunikationsguerilla | 277

Dimensionen der Kritik | 287

Die *Yes Men* – Transformationen einer Kommunikationsguerilla | 303

**Auf der Schwelle zu kommunikativen
Netz- und Schwarmkonflikten? | 311**

SCHLUSS

**Aussagen in Stellung bringen.
Rückblick und Perspektiven | 329**

Bibliographie | 341

Dank | 367

Einleitung:

Politische Kommunikation als Irritation

»Zur Auflösung [des] Paradoxes der Konfusion zweier Welten benötigt man Imagination oder kreative Anregungen, die sich zwar reflexiv auf den gerade erreichten Systemzustand beziehen, aber durch ihn nicht determiniert sind. Der Systemzustand geht als Irritation, als Überraschung, als Neuheit in die weitere Kommunikation ein, ohne dass dies Mysterium des Ursprungs, der Herkunft der Neuheit des Neuen mit den Operationen des Systems geklärt werden könnte.«¹

NIKLAS LUHMANN

Seit einigen Jahren geistert die Metapher der *Guerilla* in verschiedenen Varianten auffällig unauffällig in der Welt der Kommunikation umher. Zu erkunden, was sich hinter dieser Metapher verbirgt und insbesondere welche politischen Dimensionen sich mit diesem Begriff verbinden, ist das Ziel der folgenden Untersuchung. Im Internet existieren zahlreiche Spuren, die die massenmediale Wahrnehmung von Guerrillakommunikation in den vergangenen Jahren dokumentieren. Man findet bspw. Überschriften wie »Guerrilla gegen Google« (Stöcker 2008), »Achtung, Gag-Guerilla!« (Klawitter 2009), »Die konservative Klick-Guerilla« (Küchemann 2004), »Guerrilla-Gärtner: Kampf der Betonwüste« (Proganatz 2009), »Web-Guerilla erklärt dem Urheberrecht den Krieg« (Knoke 2009) oder »Studenten beim Guerilla-Training« (Roberts 2010), und die dazu gehörigen Artikel beschreiben unterschiedliche kommunikative oder symbolische Praktiken: provokative Suchanfragen zur Manipulation von Online-Suchmaschinen, Aktivismus gegen Konzerne und Institutionen, Online-Demonstrationen, illegales Bepflanzen oder Gestalten öffentlicher Flächen

1 | Luhmann 2004: 27.

und weitere Varianten. Die Attribute, die an diese Form von Kommunikation geknüpft werden, bilden eine lange, heterogene und scheinbar unabschließbare Liste. Begriffe wie Provokation, Anarchismus, Kampf, Ungehorsam oder Untergrund tauchen dort neben Originalität, Experiment oder Kreativität auf, Fälschung und Wahnsinn neben Aktivismus und Friedlichkeit. Erkennbar wird bereits anhand dieser kleinen Auswahl, dass die Praktiken der Guerillakommunikation offenbar durch eine Konfliktdimension geprägt sind, dass sie Interesse und Aufmerksamkeit aufgrund einer Abweichung vom Normalen und Alltäglichen zu erwecken vermögen und dass diese Form von Kommunikation ein weites Spektrum unterschiedlicher positiver oder negativer Bewertungen nach sich ziehen kann. Sie ist irgendwie »[v] erboten gut« (Jackisch 2010) – diese Feststellung wurde jedenfalls mit Blick auf Guerillamarketing geäußert, jener inzwischen recht weit verbreiteten Form der Guerillakommunikation in der Wirtschaft, auf die in dieser Arbeit ebenfalls einzugehen sein wird. Etwas allgemeiner und ohne Werturteil lässt sich sagen, dass Guerillakommunikation zunächst *Verunsicherung* hervorruft – auch hierbei handelt es sich um ein verbreitetes Attribut für diese Erscheinung.

Ein möglicher Bezug des Phänomens Guerillakommunikation zur Politik bzw. zur politischen Kommunikation wurde im Februar und März 2011 anhand der Affäre um die plagiierte Dissertation des damaligen Bundesverteidigungsministers Karl-Theodor zu Guttenberg deutlich. Ein Beitrag des Internetportals Spiegel Online bezeichnete die Konstellation, in welcher das Thema während der Zeit zwischen dem Bekanntwerden der ersten Vorwürfe und dem Rücktritt des Ministers in der massenmedialen Öffentlichkeit verhandelt wurde, als »Guerilla-Journalismus gegen Kampagnenjournalismus« (Stöcker 2011). Angesprochen war damit auf der einen Seite die Gruppe anonymer Freiwilliger, die in Kleinarbeit² jede einzelne Seite der Dissertation auf plagierte Stellen untersuchte und die Ergebnisse als differenzierte Auswertung im Internet³ veröffentlichte. Auf der anderen Seite wurde insbesondere die Bild-Zeitung angesprochen, die eine Unterstützungskampagne für Guttenberg unter dem Motto »Macht keinen guten Mann kaputt. Scheiß auf den Doktor« (Wagner 2011a) betrieben hatte. Der Autor des Artikels in Spiegel Online, Christian Stöcker, resümierte am Tag des Ministerrücktritts, dem 1. März 2011:

»Am heutigen Dienstag ist endgültig klar geworden: Gerhard Schröders altes Bonmot, zum Regieren brauche er nur ›Bild, Bams und Glotze‹ stimmt nicht mehr. Zumindest dann nicht, wenn sich jemand tatsächlich etwas hat zuschulden kommen lassen. Es gibt eine neue Öffentlichkeit da draußen, und die macht sich ihre eigenen Erregungszyklen. Hier geht es auch nicht um die immer wieder bemühte ominöse ›Netzgemeinde‹.« (Stöcker 2011)

2 | Das spanische Wort *guerrilla* bedeutet Kleinkrieg.

3 | Vgl. http://de.guttenplag.wikia.com/wiki/GuttenPlag_Wiki (26.03.2011).

Im Anschluss an Guttenbergs Rücktritt als Minister tauchte noch eine weitere »Guerilla gegen Guttenberg« in der Öffentlichkeit auf. Zwei Tage nach seiner Demission wurden in einer Nacht- und Nebelaktion durch eine anonyme Gruppe in München mehrere Dutzend Zeitungsstände der Bild-Zeitung mit gefälschten Schlagzeilen bestückt, die Guttenberg bspw. als Nachfolger von Thomas Gottschalk in der Moderation der Sendung *Wetten dass..?* ankündigten oder ein Interview mit einem angeblichen Ghostwriter des ehemaligen Ministers versprachen (Eisenack 2011). Anhand dieser Episode wird das Motiv der Verunsicherung, das hier die Anhänger und Unterstützer Guttenbergs treffen sollte, deutlich erkennbar. Aber auch der sog. Guerillajournalismus zur Aufklärung der Vorwürfe wurde als Verunsicherung der bekannten Prozesse politischer Kommunikation bewertet. Eine in diesem Sinne interpretierbare These Stöckers lautete: »Von dem Bild von den paar Irren da draußen im Reich des Digitalen, die man getrost ignorieren kann, muss sich die deutsche Politik schleunigst verabschieden« (Stöcker 2011). Außerdem wird in dieser These oder Aufforderung an die etablierte Politik auch das Anliegen dieser Arbeit am konkreten Beispiel formuliert: Es geht darum, ein Phänomen politischer Kommunikation, das bisher als vermeintliche Randerscheinung, als lustiges oder ärgerliches Nebenbei weitgehend ignoriert wurde, einer ernsthaften Betrachtung zu unterziehen.

Was aber ist gemeint, wenn von politischer Kommunikation die Rede ist? Bis zum heutigen Tag existiert dafür keine allgemein anerkannte Definition, und es spricht einiges dafür, dass eine solche Definition aus prinzipiellen Erwägungen heraus gar nicht möglich ist.⁴ Bereits vor einiger Zeit sprach Ulrich Saxer in diesem Sinne von einer »Grenzenlosigkeit und Hyperkomplexität« des Themas (Saxer 1998: 22), das zwei Begriffe – Politik und Kommunikation – zusammenführt, über deren Bedeutung ebenfalls kein Konsens herrscht. Inzwischen existieren eine Reihe unterschiedlicher Definitionen nebeneinander. Eine prominente Variante, jene von Otfried Jarren und Patrick Donges, fasst politische Kommunikation als den »zentrale[n] Mechanismus bei der Formulierung, Aggregation, Herstellung und Durchsetzung kollektiv bindender Entscheidungen« (Jarren/Donges 2006: 22). Neben dieser vergleichsweise präzisen und vor allem zielgerichteten Definition existieren aber auch andere Varianten. Ulrich Sarcinelli schlägt unter Hinweis auf Doris Graber folgende, vergleichsweise offene Bestimmung vor: »[P]olitische Kommunikation [beschäftigt sich] mit der Produktion, Mitteilung und Verbreitung von Kommunikationsbotschaften, die das Potential haben, substantiell – direkt oder indirekt – Effekte auf den politischen Prozess auszuüben« (Sarcinelli 2011: 19, vgl. Graber/Smith 2005: 479). Trotz aller Unterschiede und der Unklarheiten, die vielleicht ge-

4 | Buchstein/Jörke (2003: 470) argumentieren bspw., dass Begriffe, die ihren umstrittenen oder umkämpften Charakter verlieren, im selben Moment aus dem Bereich des Politischen herausfallen. Demnach wäre *politische Kommunikation* in dem Moment, da sich eine verbindliche Definition des Begriffs durchsetzen würde, nicht mehr *politisch*.

rade in solchen komplexen Definitionen bestehen bleiben, existiert dagegen relative Einigkeit in der Annahme, dass »politische Kommunikation nicht nur Mittel der Politik«, sondern »selbst auch Politik« sei (Jarren/Donges 2006: 22). Man könnte also anstatt von politischer Kommunikation auch von kommunikativer Politik sprechen.

Über die begriffliche Offenheit hinaus existieren weitere Schwierigkeiten im wissenschaftlichen Umgang mit dem Thema. Politische Kommunikation ist – je nachdem, was man darunter versteht – Untersuchungsgegenstand bzw. weckt Interesse in vielen verschiedenen sozial- und geisteswissenschaftlichen Teildisziplinen: von der Philosophie und Psychologie über Soziologie, Politik- und Kommunikationswissenschaft bis zu Kultur-, Literatur- und Theaterwissenschaft usw. Im engeren Feld jener Forschungen, die zwischen der Kommunikations- und der Politikwissenschaft angesiedelt werden können und die einen Großteil der wissenschaftlichen Studien zum Thema produzieren, wird darüber hinaus ein Übergewicht kommunikationswissenschaftlicher Fragestellungen konstatiert, während »zentrale politikwissenschaftliche Fragen [...] nicht bzw. nicht mehr gestellt werden« (Sarcinelli 2011: 20). Zweifel bestehen zudem daran, was genau eine »spezifisch politikwissenschaftliche Kommunikationsforschung zu den Kernfragen der Politikwissenschaft beizutragen hat und womit sie sich überhaupt beschäftigt« (Marcinkowski 2001: 238). Als Beispiel für diese Problematik mag die Beobachtung herhalten, dass ein beachtlicher Teil der dominierenden Forschung besonderes Interesse am Themenfeld massenmedialer Kommunikation bzw. inzwischen auch an den »neuen Medien« als medialen Kontexten für politische Kommunikation zeigt. Vermutet wird dabei ein Zusammenhang zwischen einer »dynamische[n] Veränderung im Mediensystem selbst und [den] daraus resultierenden Bedingungen für politische Kommunikation«, dem nachgegangen werden soll (Sarcinelli 2011: 22). Als weitere Schwierigkeit für die politische Kommunikationsforschung wird ein Mangel an geeigneten Theorieentwürfen zur Erforschung des Feldes konstatiert, die einen spezifisch politischen Blick ermöglichen würden: »Die meisten der theoretischen und konzeptionellen Arbeiten stammen von Soziologen und sind überwiegend systemtheoretisch »kontaminiert« (Sarcinelli 2011: 30).

Diese Probleme können im Rahmen dieser Arbeit freilich nicht gelöst werden, wengleich der hier in den Blick genommene Gegenstand weder eine kommunikationswissenschaftliche Schlagseite hat noch die Arbeit sich auf (massen-)mediale Phänomene konzentriert und auch kein systemtheoretischer Zugang gewählt wird. Vergleicht man jedoch noch einmal die o.a. Definitionen politischer Kommunikation mit den danach beschriebenen Schwierigkeiten der Forschung, dann fällt auf, dass ein wichtiger Begriff, der gerade aus systemtheoretischer Sicht im Zusammenhang mit massenmedialer Kommunikation eine Rolle spielen sollte, in den Definitionen offenbar keinerlei Niederschlag gefunden hat: der Begriff der *Irritation*. Niklas Luhmann, gleichsam der Übertäter der deutschsprachigen Systemtheorie, führte die Beobachtung in die Debatte ein, »dass die Funktion von Massenmedien in der ständigen Erzeugung und Bearbeitung von Irritation besteht – und weder in der

Vermehrung von Erkenntnis noch in einer Sozialisation oder Erziehung in Richtung auf Konformität mit Normen« (Luhmann 2004: 174). Zwar erzeugt nach Luhmann jedes System notwendig Irritationen für seine Umwelt (Luhmann 1995: 55ff.), jedoch besteht die Besonderheit der Massenmedien (und man könnte und sollte vielleicht sagen: jeder Form öffentlicher Kommunikation⁵) darin, dass sie die Irritation der Gesellschaft als ihre spezifische Funktion erfüllen: »Nur von den Massenmedien erwarten wir diese Sonderleistung jeden Tag« (Luhmann 2004: 175). Während das massenmediale System Irritation leistet, operiert das System der Politik aus Luhmanns Blickwinkel dagegen im Medium der Macht. Insofern könnte gerade eine systemtheoretische Definition politischer Kommunikation oder kommunikativer Politik deren spezifische Leistung im Grunde als ›mächtige Irritation‹ bzw. als ›irritierende Macht‹ begreifen.

Ohne in den Tiefen der Systemtheorie zu verschwinden, lassen sich bei oberflächlicher Betrachtung dieser Aussagen zwei Feststellungen treffen. Erstens scheint eine solche Vorstellung von politischer Kommunikation der o.a. Definition von Jarron und Donges genau entgegengesetzt zu sein, denn jene zielt auf kollektiv verbindliche Entscheidungen, das heißt auf eine Wirkung in Richtung gesellschaftlicher Normen, die Luhmann zwar als Funktion der Politik, explizit jedoch nicht als Wirkung massenmedialer Kommunikation beschreibt. Zweitens wird mit Irritation eine negative Größe der Eigenlogik von Systemen bezeichnet und damit genau jene Verunsicherung des ›Normalen‹, die oben bereits als Merkmal von Guerillakommunikation bezeichnet wurde: »Irritierbarkeit wird ja durch Erwartungshorizonte erzeugt, die entweder Normalitätserwartungen bereitstellen, die aber im Einzelfall durch Zufälle, Vorfälle, Unfälle durchbrochen werden können; oder durch Unbestimmtheitsstellen, die als laufend ausfüllungsbedürftig reproduziert werden« (Luhmann 2004: 150). Aus diesem Blickwinkel könnte man also sagen, dass das Thema der folgenden Untersuchung Erscheinungen politischer Kommunikation sind, die man als Irritation solcher Erwartungshorizonte der Gesellschaft begreifen kann und die in der Debatte der vergangenen Jahre unter dem Begriff der Guerillakommunikation zusammengefasst wurden.

5 | Zwar spricht Luhmann nur von massenmedialer Kommunikation, jedoch verwendet er dabei einen sehr weiten Begriff von Massenmedien: »Mit dem Begriff der Massenmedien sollen [...] alle Einrichtungen der Gesellschaft erfasst werden, die sich zur Verbreitung von Kommunikation technischer Mittel der Vervielfältigung bedienen« (Luhmann 2004: 10). Im Umkehrschluss könnte man behaupten, dass aus dieser Sicht die meisten Formen von Kommunikation, die nicht direkt oder technisch vermittelt nur zwischen zwei Personen stattfinden, massenmediale Kommunikation und damit Irritation sind. Massenmedien in diesem Sinne wären bspw. auch Schablonengraffiti oder Megaphone.

Da das Thema Guerillakommunikation als wissenschaftlicher Untersuchungsgegenstand kaum in Ansätzen existiert, widmet sich das folgende Kapitel *Kommunikation und Guerilla – Eine Spurensuche* zunächst einer ersten inhaltlichen Konturierung des Untersuchungsfeldes. Neben einer kurzen Bestandsaufnahme der bisherigen wissenschaftlichen Auseinandersetzungen geht es dabei vor allem um eine Begutachtung der Metapher Guerillakommunikation.⁶ Diese existiert in zwei unterschiedlichen Varianten, als Guerillamarketing in der Wirtschaft und als politische Kommunikationsguerilla. Ausgehend von diesen beiden Varianten eröffnet sich der Zugang zu zwei Teilaspekten, die für deren Verständnis bedeutsam sind. Einerseits handelt es sich um militärtheoretische Überlegungen zum Guerillakrieg als einer besonderen Konfliktform, andererseits um Ideen und Praktiken einiger künstlerischer Avantgardebewegungen des 20. Jahrhunderts, die sich in den Vorgehensweisen der Guerillakommunikation wiederfinden. Im darauf folgenden Kapitel *Begriffliche und methodische Orientierung* werden Überlegungen hinsichtlich des methodischen Vorgehens der Untersuchung angestellt. Erläutert wird die Anwendung einer Diskursanalyse in Anlehnung an Michel Foucault bzw. Philipp Sarasin sowie die Logik der genealogischen Perspektive, der die Untersuchung folgt. In diesem Kapitel wird zudem der Begriff der Kulturellen Grammatik, der theoretischen Überlegungen der Kommunikationsguerilla entnommen wird, präzisiert als Begriff zur Beschreibung der Strukturmerkmale eines Diskurses. Die Strukturmerkmale und inhaltlichen Aussagen eines Diskurses bilden den Interventionsraum für die diskursiven Praktiken der Guerillakommunikation. Die Kulturelle Grammatik und Guerillakommunikation als diskursive Praxis ihrer Irritation werden als das begriffliche Grundgerüst der Untersuchung vorgestellt. Im Anschluss an diese beiden einführnden Kapitel folgen die drei Hauptteile der Untersuchung. Im Abschnitt *Militärisches Denken* wird zunächst dem militärischen Phänomen des Guerillakriegs nachgegangen, wobei insbesondere auf die Überlegungen Mao Tse-tungs⁷ und Ernesto Guevaras eingegangen wird. Dabei zeichnet sich ab, dass diese Kriege Auseinandersetzungen um die politische Verfassung einer Gesellschaft sind, die mit unkonventionellen militärischen Mitteln ausgefochten werden. Im Gegensatz zu regulären Kriegen der klassischen Kriegstheorie drehen sie sich nicht um die Eroberung eines fremden Territoriums, sondern um die Zerstörung gegnerischer politischer Strukturen und den Neuaufbau eigener Strukturen bzw. um die politische Transformation einer Gesellschaft. Aus diesen Überlegungen lassen sich zahlreiche Analogien zur politischen Kommunikation ableiten. Im Abschnitt *Kunstavantgarden als Kul-*

6 | Vgl. zu einer ersten Betrachtung der Thematik auch den Aufsatz *Militärische Rhetorik und künstlerische Praxis. Bemerkungen zu Guerillakommunikation in der Politik* (Schölzel 2010a).

7 | Im Text wird für diesen Namen durchgängig anstatt der regulären Schreibweise *Mao Zedong* die ältere Schreibweise *Mao Tse-tung* genutzt, da in der zitierten Literatur diese Schreibweise dominiert.

turguerillas werden die drei künstlerischen Avantgardebewegungen Dada, Surrealismus und Situationistische Internationale diskutiert. Sie lassen sich als kulturelle Guerillabewegungen interpretieren, die analog zu militärischen Guerillabewegungen einen revolutionären Kampf um die politische Verfassung einer Gesellschaft führten. In allen drei Fällen lassen sich recht präzise Vorstellungen unterschiedlicher Kultureller Grammatiken herausfiltern, innerhalb derer diese Gruppierungen agierten und die sie mit ihren Praktiken zu überwinden trachteten. Die Avantgardebewegungen analysierten die politisch-kulturellen Verfassungen ihrer Zeit, entwickelten Vorstellungen von Subjekten und Organisationsformen sowie zahlreiche kulturelle und kommunikative Vorgehensweisen, welche die sozialen Strukturen ihrer Zeit in Frage stellten oder neue soziale Strukturen schaffen sollten und die deutlich auf Formen und Vorgehensweisen der Guerillakommunikation verweisen. Im Anschluss an diesen Teil der Untersuchung folgt im Abschnitt *Entwicklungslinien der Guerillakommunikation* die Diskussion der beiden Varianten des Guerillamarketings und der Kommunikationsguerilla. Deutlich wird, dass sich keine eindeutige Kulturelle Grammatik unserer Zeit ausmachen lässt, sondern je nachdem welche Konfliktkonstellation zur Debatte steht, verschiedene konkrete Vorgehensweisen und Praktiken der Guerillakommunikation erkennbar werden. Dennoch lassen sich gemeinsame allgemeine Merkmale dieser Varianten festhalten. Der Abschnitt mündet in die Beschreibung kommunikativer Netz- und Schwarmphänomene, die sich als Elemente einer möglicherweise im Entstehen begriffenen Kulturellen Grammatik der Gegenwart in den Formen der Guerillakommunikation abzeichnen.

Die Arbeit verfolgt das Ziel, das Phänomen der Guerillakommunikation, das als Metapher in der öffentlichen Debatte existiert und dort verschiedene konkrete Praktiken beschreibt, als wissenschaftlichen Untersuchungsgegenstand greifbar zu machen. Sie versucht dies in Form einer ideengeschichtlichen Auseinandersetzung, die der Entwicklungsgeschichte dieses politisch-kulturellen Phänomens auf die Spur zu kommen versucht. Als Untersuchungsmaterial werden programmatische Schriften herangezogen, die über Ideen und Vorstellungen ihrer Autoren Auskunft erteilen können. Im Teil *Militärisches Denken* handelt es sich dabei zumeist um militärtheoretische Überlegungen, die teilweise parallel zu realen Kampfhandlungen, teilweise auch mit etwas Abstand zu solchen Geschehnissen entstanden sind. Im Abschnitt *Kunstavantgarden als Kulturguerillas* besteht das Quellenmaterial vor allem aus einer Anzahl politisch-künstlerischer Schriften mit Manifestcharakter sowie einigen längeren theoretischen Abhandlungen der Protagonisten. Im Abschnitt *Entwicklungslinien der Guerillakommunikation* werden insbesondere handbuchartige, praxisorientierte Veröffentlichungen sowie Dokumentationen von Guerillakommunikation aus der Feder der beteiligten Praktiker_innen diskutiert. Neben diesem schriftlichen Quellenmaterial wird in den drei Hauptkapiteln in einigen Fällen Sekundärliteratur herangezogen, die für die hier interessierende Untersuchungsperspektive von Nutzen erscheint. Daneben wird dann und wann auf weitere Artefakte, bspw. Kunstwerke der Avantgarden oder Erzeugnisse der Guerillakommunikation, Bezug

genommen, insofern sie eine programmatische Idee illustrieren helfen. Obwohl die Untersuchung auf der Ebene von Ideen und Vorstellungen angesiedelt bleibt, finden sich doch an manchen Stellen Hinweise darauf, dass diese Ideen in die Praxis der Politik bzw. der politischen Kommunikation eingegangen sind. Und auch wenn ein Determinismus zwischen Ideen und Praktiken nicht begründet werden kann, bleibt doch der Ausgangspunkt dieser genealogischen Untersuchung ein praktisches Problem: die offensichtliche Existenz des Phänomens Guerillakommunikation als Praxis und Programm, in dem sich Spuren eines älteren Denkens abzeichnen.