

Kampagnen statt Politik? Nachrichten aus einer närrischen Kampagnenkultur

Alle Jahre wieder, zur Winterszeit, werden die rheinländischen Provinzen bis ins Hessenland hinein in einer großen friedlichen Kampagne vereint. Sie wird von den Narren des Karnevals in Szene gesetzt. Und sie erreicht ihren dreitägigen närrischen Höhepunkt auf den Straßen am "dominica ante carnes tolendas" also wörtlich am "Sonntag vor der Fleischenthaltung". Am Aschermittwoch ist dann alles vorbei.

Die darauf folgende Fastenzeit mit ihrer "Fleischfortnahme" - denn das bedeutet ja "carne-levale" - wird in diesem Jahr etwas leichter fallen als sonst. Die Fleischenthaltung begann diesmal schon vor Weihnachten und wurde durch eine Kampagne ganz eigener Art auf den Weg gebracht. Die Rede ist von der nicht nur rinderwahnsinnigen BSE-Krise. Diese führte - wie wir jetzt wissen - nicht nur zur Sorge um unsere Gesundheit und zur Abdankung etlicher Minister. Sie bewirkte die Blitzerziehung der Deutschen zu fleischhungrigen Vegetariern. Und sie führte zur Erzeugung von Massenhysterie als populistischer Voraussetzung einer ganz anderen Kampagne. Auf die kommt es jetzt an: Dabei geht es einerseits um die sinnvolle Umschulung von industriellen Viehzüchtern zu ökologisch wirtschaftenden Bauern und andererseits um die Legitimation der grausigen Vermüllungskampagne gegen mehr als eine Million europäischer Rinder zur "Marktberreinigung". Die besteht in der brutalstmöglichen "Fleischfortnahme" und führt zu den erwünschten Fleischpreissteigerungen sowie zur weiteren Aushungerung der ärmsten Menschen in südlichen Ländern durch verordnete Nahrungsverweigerung. Die Leistung der bedauernden Akteure dieser Kampagne besteht nun darin, uns die Rinderkeulung - welch ein Wort - als wirksamen "Verbraucherschutz" glaubwürdig weißzumachen.

Gleichzeitig - und während die Regierung unbemerkt hätte Politik machen können - liefen und laufen noch einige andere Kampagnen. Beispielsweise ging es um die Propagierung einer deutschen Leitkultur, um die Demontage noch nicht einmal achtundsechzig jähriger Politiker, um die Etablierung eines Neuen Marktes, um Oelpreiskämpfe für und wider eine Ökosteuer und so weiter. Viele solcher Kampagnen erleben ihren Aschermittwoch allerdings schon vor der Zeit oder verebben einfach im Sand. Dort hinterlassen sie eine kleine Mulde und machen Platz für neue Kampagnen: eine dümmer als die andere.

Wahrlich, wir leben in einer Kampagnenkultur.

Was aber ist eine Kampagne?

Die Kampagne ist ursprünglich die Ebene, das flache Feld, der Campus als Platz des Kampfes. Darauf finden heute nicht nur die Feldzüge der mächtigen Gockelhähne und ihrer Angestellten gegen den Rest der Welt statt, sondern auch die Aktionen derer, die sich dagegen wehren - oder sich als Narren darüber lustig machen.

Als Kampagnen bezeichnet man jetzt gemeinschaftliche Aktionen einer Gruppe, Partei oder Vereinigung für oder gegen eine Sache, Person oder Gruppe. Durch sie sollen praktische, politische oder auch nur ideologische Ziele zur Geltung gebracht oder durchgesetzt werden.

Die Akteure solcher Kampagnen können Campagneros genannt werden. Sie sind in fast allen Bereichen des öffentlichen Lebens tätig.

In der saisonabhängigen Landwirtschaft arbeiten in Zeiten intensiver Ernteeinsätze die Landarbeiter in Kampagnen. Da gibt es Zuckerrüben-, Oliven- oder Teekampagnen. Doch bezeichnet die letztere auch ein Geschäft alternativer Teehändler zur Verminderung der Ausbeutung von Teebauern.

In der kapitaleigenen Wirtschaft geschieht die Anbietung oder Abwehr neuer, flüssiger und überflüssiger Produkte oder Strategien durch konzertierte Werbekampagnen der konkurrierenden Campagneros auf den Märkten die jetzt die Welt bedeuten sollen. Auf diesen scheuen sie nicht einmal vor dem Einsatz der Pädagogik zurück. So veranstalten sie beispielsweise obligatorische Alphabetisierungskampagnen zur Durchsetzung ihrer Produkte in der digitalen Vernetzung all derer die es sich leisten können müssen.

Als Kampagnen gelten auch symbolische Aktionen von Gruppen, Bürgerbewegungen oder Medien. Sie sollen als Manifestationen ein Zeichen setzen, auch wenn damit und unmittelbar an der Sache die verändert werden soll nichts geändert werden kann. In dieser Rubrik veranstaltet man beispielsweise Lichterketten, Castor-Blockaden, Häuserkämpfe, Demonstrationen; aber auch Unterschriften-, Presse-, Plakat- oder Anzeigenkampagnen.

In der öffentlichen Politikdarstellung der Parteien erscheinen Kampagnen gegenwärtig vor allem als Ersatzhandlungen auf dem ideologischen Feld. Sie werden häufig anstelle einer problemlösenden Politik inszeniert- zu der diese Politiker offenbar nicht fähig oder bereit sind. *Davon* wollen sie ablenken und das öffentliche Interesse auf Nebengleise abschieben. Oder geht es um mehr?

Vielleicht kommen wir einer Antwort näher, wenn einige Funktionen der Kampagnen auf dem politischen Campus beleuchtet werden:

Kampagnen dienen den politischen Campagneros vor allem als Mittel zum Zweck der öffentlichen Durchsetzung ihrer eigenen Macht-Interessen. Sie funktionieren aber nur unter der Behauptung eines angeblichen Gemeininteresses ohne dessen Beschwörung kein Mensch zuhören oder gar mitmachen würde. Als Beispiel kann die Unterschriftenkampagne gegen die doppelte Staatsbürgerschaft gelten.

Kampagnen werden eingesetzt, zur Herstellung oder Wiedergewinnung einer Hegemonie - also Vorherrschaft - im Bereich der ideologischen Rädelsführerschaft, indem sie Begriffe und Themen besetzen sollen. Ein besonders dummes Beispiel für eine sprachliche Besetzungskampagne ist der an uns Bürgern gescheiterte Versuch, den Begriff einer "deutschen Leitkultur" durchzusetzen, um damit die Vorstellung einer demokratisch-kulturellen Vielfalt auszumerzen. (Als Lehrmeister für hegemoniale Strategien im kulturellen Bereich hätte übrigens der längst verstorbene italienische Kommunist Antonio Gramsci aushelfen können. Doch ist anzunehmen, dass die Laiendarsteller der Leitkulturkampagne auch von seinen Gefängnistagebüchern keine Ahnung gehabt haben.)

Kampagnen dienen häufig als Politikersatz durch die Problemverlagerung oder Ablenkung von wichtigen Fragen in klatschrächtig-harmlose, persönlich-biographische oder kriminell-

verdächtige, aber immer vulgäre Bereiche, die in meist schamlosen Attacken populär gemacht werden können.

In diesem Sinne taugen sie auch als Methode zur Verächtlichmachung oder Herabsetzung des politischen Gegners durch seine plakative Darstellung in moralisch verwerflich erscheinenden Situationen oder Zusammenhängen. Mitunter erreichen diese Aktionen den Charakter von Hass-, Vernichtungs oder Hetzkampagnen. Durch eine giftige Mixtur aus Affären mit *Sex, Crime and Drugs*, aus Intimität und Öffentlichkeit, aus Dichtung und Wahrheit soll die moralische Tauglichkeit des Gegners als Repräsentant des Staates, einer Institution oder überhaupt nachhaltig in Frage gestellt werden. Ein entsprechendes Schauspiel bot die Sexaffärenkampagne gegen den letzten US-Präsidenten. Als jüngste Beispiele können hier auch die gestoppte Plakataktion gegen den im Fahndungsbild dargestellten Bundeskanzler gelten, sowie die Abrechnungskampagne im Verein mit der Springerpresse gegen die Achtundsechziger, den Außen- und den Umweltminister, in der sogar mit manipuliertem Fotomaterial und etlichen Falschmeldungen gearbeitet wurde.

Kampagnen sind unentbehrlich zur Durchsetzung eines Ziels, Produkts oder Themas, wenn es so unpopulär oder gar schlecht ist, dass es der Reklame bedarf. In diese Rubrik fallen auch die regelmäßigen Propagandakampagnen der Wahlkämpfer. "Kampa" nannte unser aller Bundeskanzler fast liebevoll die für ihn veranstalteten Werbefeldzüge im Wahlkampf. Das sagte er sicher ohne an den gleichnamigen Indianerstamm der Aruak im westlichen Amazonastiefland zu denken, deren Namen er unwissend mißbrauchte. Eine der jetzt in Mode gekommenen Distanzierungs- oder Entschuldigungsforderungen ist von den "Kampas" offenbar noch nicht eingegangen.

Kampagnen werden inszeniert. Sie dienen der Darstellung einer Glaubwürdigkeit für die manchmal unglaubliche Politik der "brutalstmöglichen" Rollenspieler auf der politischen Kasperle-Bühne. Hier geht es auch um die Kunst der Gegenkampagne. Sie besteht beispielsweise in dem Versuch, sich aus dem Sumpf einer "Spenden-Affäre", in der man Täter war am eigenen Schopf herauszuziehen. Dazu läßt man sich als tapferes Opferlein durch willfährige Schreiberlein darstellen. Oder man startet eine Entlastungskampagne gegen einen anderen Sünder.

Wenn alle diese schäbigen Versuche mit untauglichen Mitteln am untauglichen Objekt mißlingen, dann ist das nur den aufmerksamen Skeptikern im Lande zu verdanken. Vielleicht sind es noch zu wenige. Aber das sind Leute wie du und ich, die sich nicht mehr an der Nase herumführen lassen wollen. Die haben sie nämlich voll von diesen Kampagnen, von der allseits geheuchelten Anständigkeit gegenüber Affären und Skandalen in denen die Campagneros verwickelt sind. Sie haben genug von diesen Ritualen der Entrüstung, der Distanzierung, Entschuldigung und der beliebten Verantwortungsübernahme für das Unverantwortbare das die Herrschaften gemacht haben - vor ihrer Rücktrittskampagne in die reichlich alimentierte Pension.

Sicher, Kampagnen sind eine uralte Erscheinung in den Niederungen der Politik. Schon der als Götterlästerer und Jugendverführer diffamierte und dann hingerichtete Sokrates dürfte einer solchen zum Opfer gefallen sein. Doch haben die heutigen Kampagnen eine neue Qualität:

Johannes Beck

Allgemeine Pädagogik, Institut für Kulturforschung und Bildung, Universität Bremen

Interview für den Hessischen Rundfunk: Vom Geist der Zeit, Februar 2001

durch die Geschwindigkeit und Steuerung ihrer massenhaften Verbreitung,
durch ihre meist aggressive Machart als medial konsumierbare Waren,
durch ihre demoralisierenden Wirkungen auf unser Gemeinwesen, sowie
durch ihren Beitrag zur Verlüderung der Campagneros selbst und der politischen Kaste
überhaupt.

Wie die Kampagnen auch enden, es bleibt immer etwas hängen und zurück. Und sei es ein Gerücht oder eine kleine Mulde im Gehirn.

Da loben wir doch die Kampagnen der Narren. Die sind was sie sind, also närrisch.

Und am Aschermittwoch ist alles vorbei: Helau!