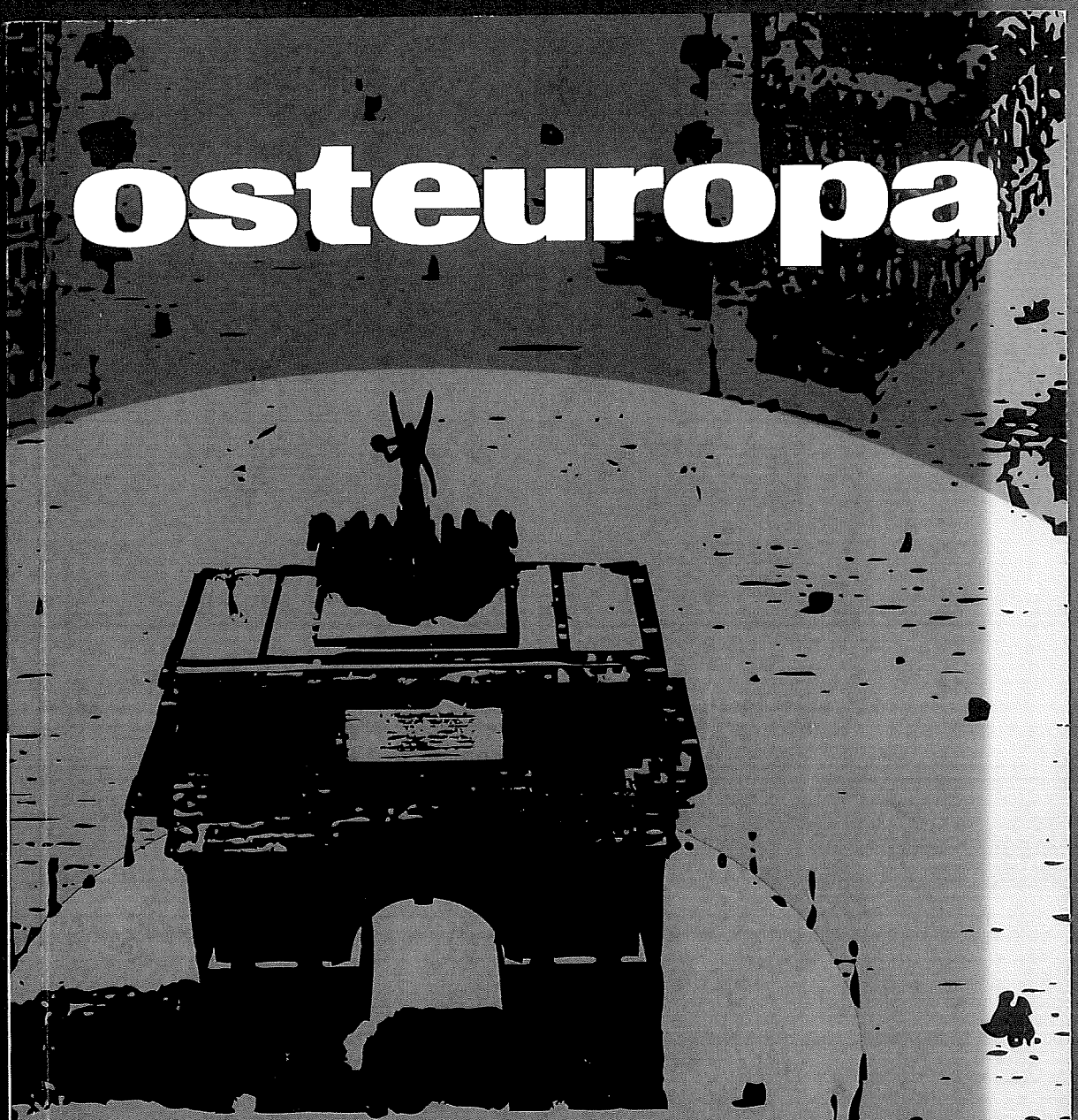
osteuropa



Krisenbogen

Russland, Belarus, Polen

Osteuropa ist eine interdisziplinäre Monatszeitschrift zur Analyse von Politik, Wirtschaft, Gesellschaft, Kultur und Zeitgeschichte in Osteuropa, Ostmitteleuropa und Südosteuropa.

Osteuropa is member of *eurozine* network: www.eurozine.com **ISSN** 0030-6428 (Print) **ISSN** 2509-3444 (Online)

Osteuropa wird in folgenden Datenbanken ausgewertet: European Bibliography of Slavic and East European Studies, International Bibliography of the Social Sciences, International Political Science Abstract, Journal Articles Database, Periodicals Index Online, Public Affairs Information Service, Scopus, Social Science Citation Index, Worldwide Political Science Abstracts

Redaktion: Dr. Manfred Sapper, Dr. Volker Weichsel, Margrit Breuer, Olga Radetzkaja, Dr. Andrea Huterer, Ansgar Gilster, Lara Rindt.

Adresse: Schaperstraße 30, 10719 Berlin, 030/30 10 45 81 und 30 10 45 82
Fax 030/21 47 84 14; osteuropa@dgo-online.org; <www.osteuropa.dgo-online.org>

Herausgeber: Deutsche Gesellschaft für Osteuropakunde e.V. (DGO).

Vorstand: Ruprecht Polenz (Präsident), Dr. Sabine Fischer, Prof. Dr. Caroline von Gall, Prof. Dr. Jan Kusber, Prof. Dr. Alexander Libman, Prof. Dr. Gwendolyn Sasse, Bärbel Schmidt-Šakić, Michael Thumann, Prof. Dr. Anja Tippner, Dr. Susann Worschech

Geschäftsführung: Dr. Gabriele Freitag, Schaperstraße 30, 10719 Berlin, 030/21 47 84 12
info@dgo-online.org; <www.dgo-online.org>
Konto: DGO, DE85 1008 0000 0414 8630 00, DRES DE FF 100. Spenden sind steuerlich abzugsfähig.

Erscheinungsweise: monatlich. **Bezug:** über den Verlag, den Buchhandel und die DGO. Das Abo gilt für ein Jahr und verlängert sich, wenn nicht 6 Wochen vor Ablauf des Kalenderjahres schriftlich beim Berliner Wissenschafts-Verlag gekündigt wird.

Preise: Jahresabo 98,00 €, für Mitglieder der DGO & Studierende 55,00 € (plus Porto), Einzelheft 10,00 €, Themenhefte je nach Umfang zwischen 15,00 € und 32,00 €.

Versandkosten für ein Abo in Deutschland 15,50 €; im Ausland 36,50 €.
für Einzelhefte/Themenhefte in Deutschland je nach Umfang 3,00/4,50 €.
für Einzelhefte/Themenhefte ins Ausland je nach Umfang 4,00/8,00 €.

Verlag & Vertrieb: Berliner Wissenschafts-Verlag, Behaimstraße 25, 10585 Berlin, 030/84 17 70 11, vertrieb@bwv-verlag.de

Manfred Sapper, Volker Weichsel (Hg.):
Krisenbogen
Russland, Belarus, Polen
Berlin 2021 [Osteuropa, 8–9/2021]
272 Seiten, 22 Abb., eine Karte
Preis: 18,00 €, ISBN 978-3-8305-5121-8

Titelbild: Jan Philipp Fiedler und Ansgar Gilster

Druck: Friedrich Pustet GmbH & Co. KG

Wir bemühen uns, die Urheber- und Reproduktionsrechte zu wahren. Sollte dies nicht in jedem Falle gelungen sein, so bitten wir Rechteinhaber um Kontaktaufnahme, um Ansprüche abzugelten.

© **Osteuropa/DGO** Alle Rechte vorbehalten. Kein Teil der Zeitschrift darf ohne schriftliche Genehmigung der Redaktion vervielfältigt und verbreitet werden. Unter dieses Verbot fallen die gewerbliche Vervielfältigung per Kopie, die Aufnahme in elektronische Datenbanken und die Vervielfältigung über CD-Rom und andere elektronische Datenträger.

osteuropa

71. JAHRGANG / HEFT 8–9 / 2021

Krisenbogen

Gewalt und Unrecht im Osten Europas

Editorial Krisenbogen 3

Marta Bucholc, Maciej Komornik Spinnrad im Dauerbetrieb
Der Justizumbau in Polen 5

Piotr Buras Polen wirft den Fehdehandschuh
Eskalation des Rechtsstaatlichkeitskonflikts 25

Kai-Olaf Lang Migranten und Soldaten
Die Krise an der polnisch-belarussischen Grenze 39

Ansgar Gilster „Recht wird an inhumane Praxis angepasst"
Die EU-Ostgrenze und das Asylrecht 53

Andreas Umland Kein fauler Kompromiss!
Der Donbass, die Ukraine und der Westen 61

Andrej Močalov „Der Willkür sind keine Grenzen gesetzt"
Politische Prozesse in Belarus. Ein Gespräch 69

Dokumentation Die Menschenrechtslage in Belarus 77

Dokumentation Verbotene NGOs in Belarus 85

Krisenherd Russland

Dietrich Beyrau Im Kreislauf der Geschichte
Die Macht und ihre Widersacher in Russland 113

Frithjof Benjamin Schenk „Kampf im Westen, Demut im Osten"
Aleksandr Nevskij in Russland 137

Aleksej Levinson, Stepan Gončarov Loyalitätsrituale
Russland: Das Volk, die Wahl und das Regime 163

Ekaterina Šul'man — Januskopf Staatsduma. Akteur und Verwaltungsorgan — 181

Silvia von Steinsdorff — Mehr als ein Schattenparlament? Russlands Duma im autokratischen Staat — 193

Sabine Fischer, Jens Siegert — Überleben in der Autokratie. Russlands Zivilgesellschaft unter Druck — 203

Ulrich Schmid — Anatomie einer Diskreditierung. Russlands Staatsmedien und *Memorial* — 225

OVD-Info Dokumentation — Diskriminierung auf ganzer Linie. Russlands Gesetz über „ausländische Agenten" — 241

Dokumentation — „Ausländische Agenten" und „unerwünschte Organisationen" in Russland — 249

Karte: Polens Ostgrenze

Abstracts — **269**

Ulrich Schmid

Anatomie einer Diskreditierung

Russlands Staatsmedien und *Memorial*

Das Verbot der Menschenrechtsorganisation *Memorial* wurde in Russlands staatsnahen Medien von langer Hand vorbereitet. Die Fernsehsender *NTV* und *Rossija* griffen Projekte und Exponenten von *Memorial* in propagandistischen Beiträgen an. Sie setzten dabei zahlreiche Kunstgriffe aus der politischen PR ein. Die Instrumente stammen aus einem universalen Werkzeugkasten, der in vielen Staaten der Welt verwendet wird – seien sie nun demokratisch oder autokratisch. Die transportierten Inhalte sind jedoch spezifisch für die russländische Geschichtspolitik: Es geht um die Deutungshoheit über ein heroisches Geschichtsbild, das mit allen Mitteln der Propagandakunst durchgesetzt werden soll.

Im Jahr 2005 erschien in Moskau das Handbuch *Operationen in psychologischen Informationskriegen*. In entwaffnender Offenheit empfiehlt der Verlag diese Publikation für eine einschlägige Leserschaft, unter anderem „für Staatsbeamte, die an der Ausarbeitung und Umsetzung der staatlichen Informationspolitik beteiligt sind, für Mitarbeiter der Geheimdienste, der Polizei- und Ermittlungsbehörden". Die einzelnen Einträge beschreiben mögliche Strategien in Informationskriegen. Dabei heben die Autoren hervor, dass die verbreitete Information wie eine „unsichtbare Strahlung" wirke. Die Bevölkerung merke gar nicht, dass sie beeinflusst wird, und schalte deshalb ihre Selbstschutzmechanismen gar nicht ein. Das Buch hat mittlerweile die vierte Auflage erreicht.[1]
Das Moskauer Handbuch präsentiert sich als Gebrauchsanleitung im Kampf um die Seelen der eigenen Bürger. Aus analytischer Sicht beschreibt der britische Medienexperte Peter Pomerantsev dasselbe Phänomen. In seinem Buch *This is not Propaganda* zeigt er auf, wie in der postmodernen Informationsflut Propaganda immer weniger als solche erkennbar ist und wie die Wirklichkeit hinter dem Bild versinkt, das bestimmte Informationskanäle von ihr zeichnen. Pomerantsev warnt vor der allgegenwärtigen medialen Beeinflussung der Bevölkerung:

Ulrich Schmid (1965), Dr. phil., Slavist, Professor für Kultur und Gesellschaft Russlands, Universität St. Gallen
Von Ulrich Schmid erschien in OSTEUROPA zuletzt: Der Abgeordnete des russischen Waldes. Leonid Leonovs Engagement für den Umweltschutz, in: OE, 7–9/2020, S. 91–101. – Romantik und Politik. Stanisław Srokowski und das patriotische Narrativ der PiS, in: OE, 3–4/2020, S. 179–192. – Heidegger in Russland. Rezeptionslinien und Aktualisierungen, in: OE, 1–2/2020, S. 61–83. – Kandor, Kobra, Kalligaro. György Konráds Autobiographien, in: OE, 12/2019, S. 91–110. – Ein eigener Ton. Svetlana Aleksievič, das Belarussische und die russische Kultur, in: OE, 1–2/2018, S. 135–148.

[1] V.G. Veprincev, A.V. Manojlo, A.I. Petrenko, D.B. Frolov: Operacii informacionno-psichologičeskoj vojny. Kratkij ėnciklopedičeskij slovar'-spravočnik. Moskva 2005.

OSTEUROPA, 71. Jg., 8–9/2021, S. 225–240 doi: 10.35998/oe-2021-0073

> Wir leben in einer Welt von Informationsangriffen, die Amok gelaufen ist, in der die Manipulationsmittel hochentwickelt und vervielfacht wurden, einer Welt von Dark ads, Psy-ops, Hacks, Bots, Soft facts, Fake news, Deep fakes, Brainwashing, Trolls, ISIS, Putin, Trump.[2]

Zweifellos herrscht heute in der russländischen Öffentlichkeit ein Informationskrieg. Die staatsnahen Fernsehsender versetzen ihr alterndes Publikum in einen geistigen Belagerungszustand. Die Medien zeichnen das beunruhigende Bild eines aggressiven Westens, der Russland seine eigenen Werte und Geschichtsinterpretationen aufdrängen will. Diese explizite Abwehr einer angeblichen fremden Beeinflussung verdeckt die Tatsache, dass die eigentliche Manipulation von der eigenen Regierung kommt.

Nicholas O'Shaughnessy unterscheidet in der politischen Propaganda drei Dimensionen: die Rhetorik, den Mythos und den Symbolismus.[3] Rhetorische Figuren dienen dazu, dem Publikum ein mit Gefühlen aufgeladenes Verständnis eines Sachverhaltes nahe zu bringen. Der geballte Einsatz rhetorischer Mittel soll emotionale Effekte wie Empörung oder Abscheu erzielen. Eine häufig eingesetzte Leitmetapher kann das gesamte Vorverständnis eines Ereignisses prägen. Wenn etwa in der kremltreuen Berichterstattung regelmäßig vom „Skandal um *Memorial*" die Rede ist, dann wird suggeriert, dass der „Skandal" im Verhalten der Menschenrechtsorganisation liege und nicht in der Drangsalierung durch die staatlichen Organe.[4] Die politisch aufgeladene Rhetorik schafft eine eigene ideologische Sprache, deren Lexikon genau definierte Werte transportiert. Damit tritt die kritische Analyse bei der Bewertung eines konkreten Einzelfalls in den Hintergrund. Viel öfter wird das Publikum auf eine vertraute Sprachregelung eingeschworen. Die politische Wirklichkeit kann dann in der medialen Darstellung fragmentiert werden: Bequemes wird in den vertrauten rhetorischen Kategorien präsentiert, Unbequemes ausgeblendet.

Rhetorische Versatzformeln verbinden sich zu einem Mythos, der sich in immer neuen Aktualisierungen und Variationen äußert, aber im Grunde genommen eine konstante Struktur aufweist. Keine Nation kommt ohne Mythen aus. Besonders deutlich zeigt sich das etwa in den USA, wo sich eine Grundform des nationalen Mythos im Filmgenre des Westerns ausgeprägt hat. Der amerikanische Mythos erzählt von der Etablierung einer Rechtsordnung unter liberal-demokratischen und kapitalistischen Bedingungen. Dabei muss sich der martialische Held unter erheblichen psychischen Kosten in einen Bürger verwandeln.[5] In Russland steht nach über zwei Jahrzehnten von Putins Herrschaft folgender Mythos im Vordergrund: Die russische Nation kann auf eine tausendjährige Geschichte mit glorreichen Errungenschaften zurückblicken. Innere und äußere Feinde fordern diese Grundauffassung heraus. Es gilt nun, solche Angriffe abzuwehren.

[2] Peter Pomerantsev: This is not propaganda. Adventures in the war against reality. New York 2019, S. xi.

[3] Nicholas Jackson O'Shaughnessy: Politics and Propaganda. Weapons of Mass Seduction. Manchester 2004, S. 65–109.

[4] Skandal vokrug Memoriala. Za čto genprokuratura trebuet likvidirovat' NKO-inoagenta. 12.11.2021, <www.ntv.ru/novosti/2633102/>. Dieser Beitrag ist mit deutschen Untertiteln versehen dokumentiert im „Fokus Memorial" von OSTEUROPA: <https://zeitschrift-osteuropa.de/blog/hetzkampagne_gegen_memorial_dokumentation/>.

[5] Robert B. Pippin: Hollywood Westerns and American Myth. The importance of Howard Hawks and John Ford for Political Philosophy. New Haven, London 2010, S. 20.

Die rhetorische Präsentation des Mythos muss für Propagandazwecke leicht wiedererkennbare Symbole schaffen. Symbole sparen kognitive Energie, weil sie als selbstgenügsame Repräsentationen eines Sachverhaltes nicht mehr mit der Wirklichkeitserfahrung abgeglichen werden müssen. Symbole bündeln eine Vielzahl von Bedeutungen, deren logische Beziehung untereinander nicht aufgeschlüsselt wird. Letztlich funktionieren Symbole in der politischen Propaganda wie eine kommerzielle Marke, die einen bestimmten emotionalen Gehalt aufweist. Für das heroische Geschichtsbild in Russland gibt es eine ganze Reihe solcher Symbole: So marschieren seit einigen Jahren jeweils am 9. Mai, dem Tag des Sieges, die Nachkommen der Soldaten der Roten Armee mit den Porträts ihrer Väter und Großväter als „unsterbliches Regiment" und verwandeln die Straßen der Hauptstadt in ein Flaggenmeer.[6] Daneben gibt es den Gedenkort für gefallene Verteidiger des Vaterlandes in Kronstadt, wo eine „ewige Flamme" brennt. Kontrastiv hervorgehoben wird die Heiligkeit dieses Ortes etwa durch die mediale Darstellung der Entweihung durch Jugendliche, die angeblich übermütig und vom Westen verführt über der ewigen Flamme ihre Würste gegrillt hätten.[7]

Im russländischen Fernsehen hat sich mittlerweile eine Arbeitsteilung herausgebildet. Das erste Programm (*Pervyj kanal*) präsentiert sich als seriöses Informationsmedium. Die Abendnachrichten werden immer noch im sowjetischen Stil verlesen. Hetzkampagnen und Diffamierungen finden vornehmlich auf anderen Kanälen statt. Selbstverständlich präsentiert auch das erste Programm den russischen Propagandamythos in abgemilderter Form. *Rossija* hat sich als Sendeplatz für tendenziöse Dokumentarfilme und hemdsärmelige Diskussionsrunden etabliert. Bei den Angriffen auf *Memorial* tut sich vor allem NTV hervor. Mittlerweile gilt NTV in der russländischen Medienlandschaft als der Fernsehsender für das Grobe. Das ist umso erstaunlicher, als NTV in den 1990er Jahren durch seine kritische und unabhängige Berichterstattung aufgefallen war.[8] Allerdings wurde der Eigentümer Vladimir Gusinskij kurz nach Amtsantritt von Vladimir Putin als Präsident im Jahr 2000 verhaftet und auf widerrechtliche Weise gezwungen, seine Anteile an NTV zu verkaufen.[9] Seither ist NTV auf strammem Regierungskurs und kämpft an vorderster Front für die konservativen Werte und Interessen des Kremls.

Der Schriftsteller Viktor Pelevin hat in seinem Roman *Generation P* (1999) den Begriff der „schwarzen PR" eingeführt. Gemeint ist damit die zielgerichtete Verbreitung negativer Informationen über Personen oder Sachverhalte.[10] Das Ziel der „schwarzen PR" besteht direkt in der Diskreditierung einer feindlichen Position und indirekt in der Stärkung der eigenen Position. Public Relations-Firmen in Russland haben diese eingängige Bezeichnung schnell aufgegriffen und in ihr Beratungsangebot integriert.[11]

Es gibt eine Reihe medialer Kunstgriffe zur Diskreditierung von Einzelpersonen und Organisationen, die sich gegen das offizielle Geschichtsbild stellen.

[6] Julie Fedor: Russlands „Unsterbliches Regiment". Der Staat, die Gesellschaft und die Mobilisierung der Toten, in: OSTEUROPA, 5/2017, S. 61–85.

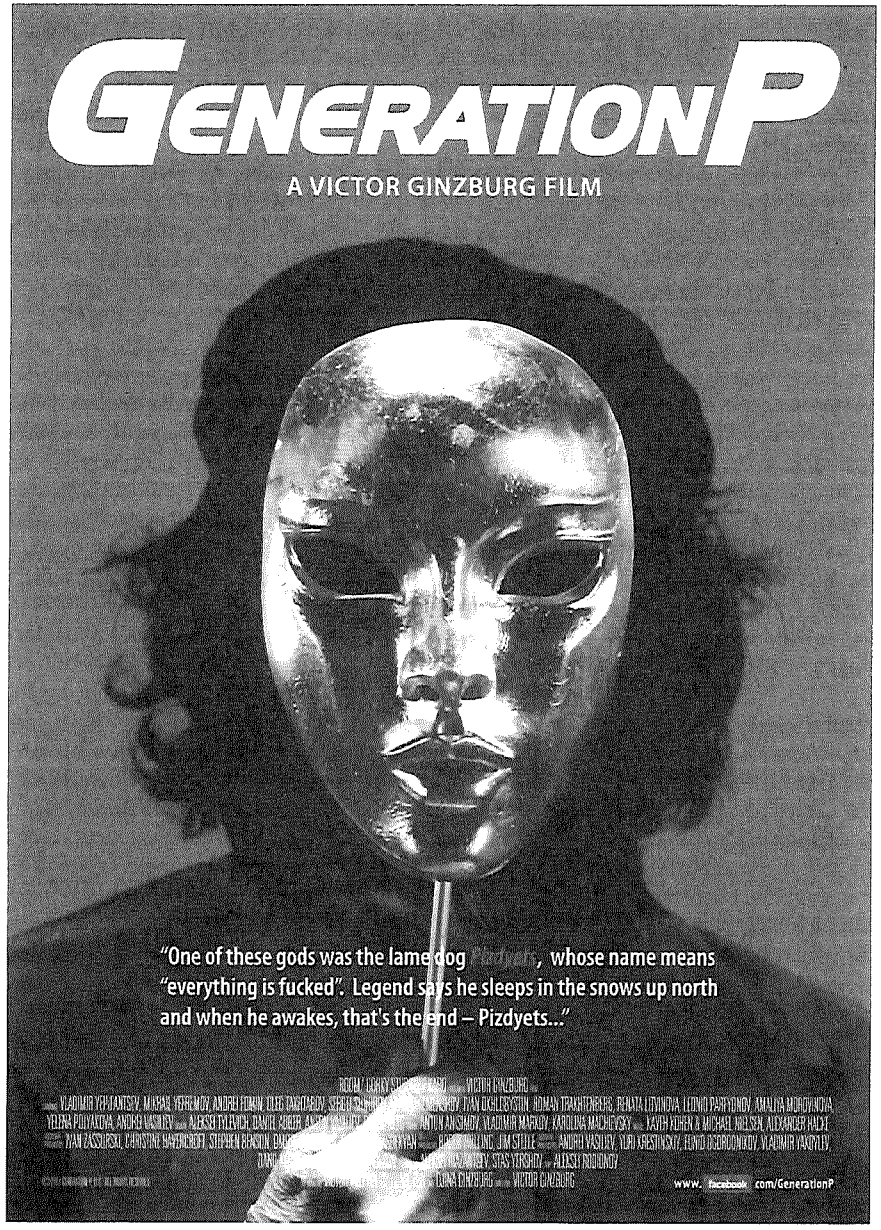
[7] ČP Rassledovanie. Padšie protiv pavšich. 29.5.2020. <www.youtube.com/watch?v=tDZ1ibzfwbs> (0:30).

[8] Ellen Mickiewicz: Television, Power, and the Public in Russia. Cambridge 2008, S. 43.

[9] Ulrich Schmid: Technologien der Seele. Vom Verfertigen der Wahrheit in der russischen Gegenwartskultur. Berlin 2015, S. 18.

[10] Alena Ledeneva: How Russia Really Works. The Informal Practices That Shaped Post-Soviet Politics and Business. Ithaca, London 2006, S. 28–50.

[11] Aleksandr Gugnin: Russkij černyj pr, in: Humanities and Social Sciences, 24/2017, S. 75–84, S. 76.



Plakat zum Film „Generation P" (2011) nach dem Roman von Viktor Pelevin

Die Propaganda folgt dabei einer lauten, schnellen, aufdringlichen und repetitiven 4 D-Strategie: *Dismiss the critic* (den Kritiker abwerten), *distort the facts* (die Fakten verdrehen), *distract from the issue* (vom Problem ablenken), *dismay the audience* (das Publikum schockieren). Die einzelnen Maßnahmen spiegeln die objektive Realität nur sehr selektiv wider und kümmern sich wenig um logische Konsistenz.[12] Im Folgenden wird zunächst jedes Instrument in seiner rhetorischen Funktionsweise erklärt und anschließend anhand von Beispielen erläutert. Die einzelnen PR-Instrumente, die hauptsächlich aus westlichen Kontexten stammen, werden als „termini technici" auf Englisch eingeführt.

Dead Cat

Die Metapher der „toten Katze" geht auf Boris Johnsons Wahlkämpfe von 2008 und 2012 um das Amt des Londoner Bürgermeisters zurück. Er erklärte seinen Erfolg mit folgender Strategie: Wenn bei einem Dinner ein unangenehmes Thema aufkomme, reiche es, eine tote Katze auf den Tisch zu werfen. Alle sprächen sofort über die tote Katze, die übrigen Punkte rückten in den Hintergrund. Die tote Katze kann ganz unterschiedliche Gestalten annehmen. Wichtig ist nur, dass das Gezeigte schockierend, eklig und abstoßend ist.[13]

Ein Beispiel für „Deadcatting" ist ein Beitrag über den Menschenrechtler und *Memorial*-Mitarbeiter Jurij Dmitriev, der am 10. Januar 2017 auf *Rossija* ausgestrahlt wurde. Jurij Dmitriev hatte im Jahr 1997 im Waldgebiet von Sandarmoch in Karelien die Massengräber von mehreren tausend Opfern des Stalinterrors entdeckt und beschäftigte sich später mit der Rekonstruktion und Dokumentation dieses Verbrechens. Im Zuge der schleichenden Rehabilitierung von Stalin in den letzten fünf Jahren wurden solche historischen Nachforschungen zu einem unbequemen Thema. Der Kreml hielt lange Zeit vorsichtige Distanz zum blutigen Tyrannen. In Oliver Stones „The Putin Interviews" (2017) hatte Vladimir Putin zum ersten Mal vor einer „Dämonisierung" Stalins gewarnt und die historische Erinnerung an ihn mit dem heroischen Gedenken in westlichen Nationen an Diktatoren wie Napoleon oder Cromwell verglichen.

Aufgrund eines anonymen Hinweises wurde Dmitriev Ende 2016 verhaftet. Auf seinem Computer fanden sich Bilder seiner unbekleideten Adoptivtochter, die er zu medizinischen Dokumentationszwecken aufgenommen hatte. Dmitriev wurde mehrfach in Haft genommen und schließlich zu 13 Jahren Strafkolonie verurteilt.[14]

Der Beitrag auf *Rossija* dauert knapp 14 Minuten. Die angeblich pornographischen Bilder des Mädchens werden in diesem Beitrag vier Mal gezeigt. Dabei kreist der Bildausschnitt mit einer leichten Zoombewegung dramatisch um die schwarzen Balken über den Geschlechtsmerkmalen. Der Kommentator gibt bei der ersten Einblendung auch gleich den Rezeptionsmodus vor:

---

[12] Christopher Paul, Miriam Matthews: Defending against Russian Propaganda. In: Paul Baines, Nicholas O'Shaunessy, Nancy Snow (Hg.): The SAGE Handbook of Propaganda. London 2020, S. 286–302, S. 288–290.

[13] Philip Cowley, Dennis Kavanagh: The British General Election of 2015. Basingstoke 2016, S. 178.

[14] Der Fall Jurij Dmitriev. Eine Dokumentation, in: OSTEUROPA, 12/2019, S. 71–75. – Sergej Lebedev: Das Zeugnis der Toten. Jurij Dmitriev, Wanderer im Archipel, in: OSTEUROPA, 9–10/2017, S. 3–15.

> Aus verständlichen Gründen können wir diese Bilder nicht ohne Einschwärzungen zeigen, aber sie können auch so bei einem gesunden Menschen nichts als Ekel oder vielleicht Mitleid auslösen.[15]

Die mehrfach eingeblendeten Bilder des nackten Mädchens erfüllen die Funktion der toten Katze. Das eigentliche Thema – Dmitrievs Kritik an den Verbrechen des sowjetischen Geheimdienstes NKVD und der offiziellen Erinnerungspolitik von heute – wird verdeckt von einer drastischen Bildlichkeit, die den Zuschauer aufdringlich mit dem schockierenden Thema Kinderpornographie konfrontiert.

Rotten fish

Eine beliebte Diffamierungstechnik der „schwarzen PR" besteht darin, dem Gegner einen stinkenden Fisch ins Gesicht zu werfen. Auch wenn die Vorwürfe unbelegt sind, wird am Beschuldigten ein bestimmter Geruch haften bleiben.
Im Beitrag über Dmitriev schleudert der Kommentator drei stinkende Fische ins Gesicht des Angeklagten. Er formuliert aus dem Off, während Dmitriev in Handschellen gezeigt wird:

> Es kursierten Gerüchte, dass Dmitriev die Fotos ins Internet hochgeladen habe, genauer ins vollkommen anonyme Darknet, wo sich solche Fotos bei zahlungswilligen Pädophilen großer Beliebtheit erfreuen. Diese Gerüchte wurden zwar letztlich nicht bestätigt, aber es kam heraus, dass Dmitriev nach der Scheidung von seiner Frau die eigenen Kinder verlassen hatte und sich dafür sehr eng mit seiner Adoptivtochter beschäftigte.[16]

Die Nennung des Gerüchts, Dmitriev habe die Fotos im Darknet zum Kauf angeboten, erfüllt hier ausschließlich die Funktion des stinkenden Fisches. Wenn diese Information, wie der Kommentator selbst einräumt, falsch ist, gibt es keinen anderen Grund, sie überhaupt zu nennen.
Der zweite stinkende Fisch ist die private Information über das Scheitern von Dmitrievs Ehe, die auf das Verhältnis zu seinen eigenen Kindern reduziert wird. Der dritte stinkende Fisch bezieht sich schließlich auf die Unterstellung, Dmitriev sei pädophil.

Chekhov's gun

In einem berühmten Aperçu meinte Anton Čechov einmal:

> Wenn man im ersten Akt auf der Bühne eine an die Wand gehängte Pistole zeigt, dann muss sie im dritten Akt losgehen. Andernfalls soll man sie nicht aufhängen.[17]

[15] Virus 10.1.2017. <www.vesti.ru/video/1617098> (1:00).
[16] Virus [Fn. 15] (1:40).
[17] Ernest J. Simmons: Chekhov. A Biography. Chicago 1962, S. 190.

Die inkriminierten Fotos von Dmitrievs Adoptivtochter können auch unter diesem Aspekt interpretiert werden. In einem kurzen Vorspann zum Beitrag wird ein erstes Nacktbild kurz eingeblendet. Ganz am Schluss taucht dasselbe Nacktbild wieder auf und wird mit einer Gerichtsszene kombiniert, in der Vladimir Bukovskij gezeigt wird. Der ehemalige sowjetische Dissident habe ebenfalls kinderpornographische Bilder auf seinem Computer gespeichert und behaupte nun, der schon lange nicht mehr existierende KGB habe sie dort hineingeschmuggelt. Der Moderator ergänzt ironisch, dass wahrscheinlich jetzt auch Dmitriev behaupten werde, der KGB sei in seinen Computer eingedrungen. Der Moderator fährt fort: Wie absurd solche Ausflüchte auch sein mögen, es werde sich immer jemand finden, der sie glaube. Mit dieser Pointe endet der Beitrag.

Pseudo-Experte

Eine beliebte Methode zur angeblichen Verifikation des Dargestellten ist der Einsatz von vermeintlichen Experten. Meist werden diese Personen in einer billigen Skype-Schaltung gezeigt. Ihre Berufsbezeichnungen im sogenannten „Bauchband", der eingeblendeten Textinformation über den Sprechenden, reichen von „Aktivist" über „Advokat", „Journalist" oder „Politologe" bis zu „Historiker". Meistens heißt es aber nur „Blogger". Die zusätzliche Bestätigung eines bestimmten Narrativs, das anscheinend von einer unabhängigen Stimme von außen kommt, soll die Legitimität der Darstellung erhöhen.
Im NTV-Beitrag über *Memorial* mit dem programmatischen Titel „Die [moralisch] Gefallenen gegen die [im Krieg] Gefallenen" (Padšie protiv pavšich) werden ausgiebig solche Pseudo-Experten eingesetzt. So kritisiert etwa der Anwalt Il'ja Remeslo, dass der Westen sich den Sieg über Hitlerdeutschland zuschreibe. Denn es sei klar: „Wer über die Vergangenheit herrscht, herrscht auch über die Gegenwart."[18] Dass diese Plattitüde auch für Russland gilt, wird der Aufmerksamkeit der meisten Zuschauer allerdings entgehen. In der Regel gehören die Pseudo-Experten zu den strammen Vertretern einer kremlnahen Politik. Außerdem engagieren sie sich oft in staatsverteidigenden Aktivitäten. So war Remeslo Mitglied in der handverlesenen Gesellschaftskammer der Russländischen Föderation. Er gehört zu den aktivsten Kritikern des Oppositionspolitikers, Anti-Korruption-Kämpfers und Putin-Kritikers Aleksej Naval'nyj. 2017 richtete er die Website *NavalnyLeaks* ein. 2018 denunzierte er Naval'nyjs Website zur „Klugen Stimmabgabe" bei der Medien-Aufsichtsbehörde *Roskomnadzor*.[19]
Ähnlich äußert sich auch der „Historiker" Aleksej Plotnikov über die *Memorial*-Ausstellung „Unterschiedliche Kriege", in denen westliche Geschichtsbücher über den Zweiten Weltkrieg präsentiert werden:

[18] Padšie protiv pavšich [Fn. 7], (12:30).
[19] Polina Kolesničenko: Kto takoj Il'ja Remeslo, kotoryj registriruet slogan Naval'nogo „Prekrasnaja Rossija buduščego" na sebja". 27.7.2021, <https://mbk-news.appspot.com/korotko/remeslo-registriruet/>. – Auf der Website hatte Naval'nyj mit seinem Team den jeweils aussichtsreichsten Gegenkandidaten jedes Wahlkreises identifiziert und zu dessen Wahl aufgerufen, um durch die Vereinigung aller oppositionellen Stimmen den Kandidaten der Partei der Macht *Edinaja Rossija* zu verhindern. Siehe dazu auch den Beitrag von Aleksej Levinson und Stepan Gončarov, in diesem Band, S. 163–180.

> Diese Lehrbücher sind widerlich. Sie wurden absichtlich so verfasst, um die Siege im Großen Vaterländischen Krieg ganz zu verschweigen oder zu verdrehen.[20]

Diese Aussage bezieht sich auch auf das kurz zuvor thematisierte Schicksal italienischer Soldaten, die an der Seite der Wehrmacht in der Sowjetunion kämpften. Der Kommentator fügt sarkastisch hinzu: „Unglückliche Opfer, die unseres Mitleids würdig sind."[21]

False Dilemma

Ein falsches Dilemma liegt vor, wenn dem Zuschauer für ein Problem nur zwei Optionen präsentiert werden. Meistens gibt es aber ein ganzes Spektrum von weiteren möglichen Einschätzungen. Durch die Reduktion eines vielschichtigen Problems auf ein falsches Dilemma kann das Urteil des Zuschauers in eine bestimmte Richtung getrieben werden: Die einfach zu bewerkstelligende Diskreditierung der einen Option lässt die andere als die zwingende Lösung des Problems erscheinen.
Ein Beispiel bietet die Aussage des „Bloggers" Roman Romanov, in der er die heroisierende offizielle Geschichtspolitik unterstützt:

> Es ist wichtig zu verstehen, dass der Zweite Weltkrieg, der Große Vaterländische Krieg, eine klare Grenze gezogen hat. Wir wissen, was gut ist und was schlecht ist. Wie man handeln kann, wie man nicht handeln darf. Wer ein Verbrecher ist und wer ein gerechter Hüter der Geschichte ist.[22]

Das falsche Dilemma besteht hier darin, dass Hitler das absolut Böse repräsentiert. Jeder, der gegen Hitler kämpft, ist also nur schon durch diese Tatsache gerechtfertigt. Das gilt in diesem Fall auch für Stalin, der als Sieger über Hitlerdeutschland gefeiert wird. Kritik an der Person des roten Diktators erscheint aus dieser Perspektive als Verrat an der „historischen Wahrheit", die seit dem Referendum von 2020 auch in der Russländischen Verfassung als ein schützenswertes Rechtsgut festgeschrieben ist.

Reductio ad Hitlerum

Der Hitler-Vergleich wird oft eingesetzt, um einen Gegner zu diskreditieren. Wie der Publizist Mike Godwin provokativ behauptete, bewege sich jede Online-Diskussion früher oder später auf einen Hitler-Vergleich zu (Godwin's Law). Allerdings weisen die meisten Hitler-Vergleiche den logischen Fehler der von Leo Strauss sogenannten „Reductio ad Hitlerum" auf. Nur weil Hitler eine bestimmte Ansicht vertrat, muss diese Ansicht nicht per se verwerflich sein.[23] Der logische Fehler lässt sich an einem einfachen Beispiel illustrieren. Der erste Satz lautet: Hitler ist schlecht. Der zweite Satz lautet: Hitler war Tierschützer. Der falsche Schluss lautet: Tierschutz ist schlecht.

[20] Padšie protiv pavšich [Fn. 7], (24:00).
[21] Virus [Fn. 15], (6:00).
[22] Padšie protiv pavšich [Fn. 7], (11:00).
[23] Leo Strauss: Natural Right and History. Chicago 1953, S. 42.

Die „Reductio ad Hitlerum" kann in Russland vor allem auf den Beifall der älteren Generation zählen. Der sowjetische Sieg über Hitlerdeutschland belegt mit schöner Regelmäßigkeit den ersten Platz in Umfragen nach den bedeutendsten historischen Ereignissen des 20. Jahrhunderts. In einer Studie des Levada-Instituts gaben im September 2020 89 Prozent der Befragten an, auf den „Sieg im Großen Vaterländischen Krieg" stolz zu sein. Weit abgeschlagen folgen auf Platz zwei die „Eroberung des Kosmos" (43 Prozent) und auf Platz drei die „Wiedervereinigung mit der Krim" (30 Prozent).[24]
Der NTV-Beitrag über die angeblich zersetzenden Aktivitäten der Menschenrechtsorganisation *Memorial* setzt massiv auf „Reductio ad Hitlerum". Der Beitrag zeigt junge Angeklagte, die auf die Website des „unsterblichen Regiments" Fotos von General Vlasov, Himmler, Goebbels oder Hitler hochgeladen haben. Der Zweck der Website bestand darin, dass Angehörige Fotos ihrer Familienmitglieder veröffentlichen konnten, die im Zweiten Weltkrieg gegen Nazideutschland gekämpft hatten. In scharfem Kontrast zu dieser virtuellen Gedenkstätte wird ein Selfie eingeblendet, auf dem einer der fehlbaren Jugendlichen mit einem Hitlerschnurrbart vor einer LGBT-Flagge posiert. Im gleichen Zusammenhang werden die Social-Media-Profile anderer jugendlicher Angeklagter gezeigt, in denen sie sich als „Oppositionelle" oder Anhänger von Naval'nyj bezeichnen.
Der „Blogger" Roman Romanov erklärt den politischen Hintergrund der virtuellen Beleidigung des Gedenkens an die Verteidiger des Vaterlands: „Man muss verstehen, dass all diese Leute größtenteils Anhänger liberaler Ideen sind." Gleich anschließend meint der Kommentator aus dem Off, während erst ein salutierender Hitler und dann ein vorbeirollender sowjetischer Panzer gezeigt wird: „Es ist wohlfeil, die Grenze zwischen Nazismus und Heroismus zu verwischen." Die „Reductio at Hitlerum" besteht hier darin, dass jede differenzierte Betrachtungsweise des sowjetischen Militäreinsatzes im Zweiten Weltkrieg mit dem Hinweis auf „faschistische" Sympathien entwertet wird. Im Weiteren führt der „Experte" Il'ja Remeslo aus, dass die jungen Leute, die Bilder von Nazigrößen auf die Website des „unsterblichen Regiments" hochgeladen hatten, Sympathisanten von Aleksej Naval'nyj seien. Der Beitrag macht im Weiteren klar, dass Naval'nyj und seine Mitarbeiter – ebenso wie die Menschenrechtsorganisation *Memorial* – unter dem Einfluss von „ausländischen Kuratoren" stehen.[25]
Der logische Fehlschluss, der den Zuschauern nahegelegt wird, lautet: Die jugendlichen Delinquenten haben Fotos von Nazigrößen oder Kollaborateuren auf die Website des „unsterblichen Regiments" hochgeladen. Gleichzeitig sympathisieren sie mit den Aktivitäten von Aleksej Naval'nyj. In der „Reductio ad Hitlerum" bedeutet das also: Wer Sympathie für Naval'nyj hegt, ist ein Nazi-Anhänger.

White Jamming

Manchmal gehen die Statements der Pseudo-Experten auch in sogenanntes „White Jamming" über.[26] Unter „White Jamming" versteht man ein informationsarmes Störgeräusch, das alle differenzierten Betrachtungsweisen einebnet. Dabei wird eine große

[24] Gordost' i identičnost'. 19.10.2020. <www.levada.ru/2020/10/19/gordost-i-identichnost/>.
[25] Padšie protiv pavšich [Fn. 7], (7:30–10:00).
[26] Der Terminus wurde von Vasilij Gatov geprägt. Peter Pomerantsev: This is not propaganda. Adventures in the war against reality. New York 2019, S. 49.

Zahl verschiedener Informationen ausgesendet, die jedes vorgebrachte Detail eines Sachverhalts relativiert, darunter auch jene Information, die es zuzudecken gilt. „White Jamming" funktioniert im Grunde genommen wie eine DDoS-Attacke im Internet. Mit den einzelnen Datenpaketen werden nicht bestimmte Server, sondern das zu beeinflussende Publikum bombardiert. Dass die gesendeten Aussagen oft absurd oder unsinnig sind, spielt keine Rolle. Entscheidend ist allein die schiere Menge der verteilten Information, die der Öffentlichkeit auf verschiedenen Kanälen zugespielt wird.
Auch in seinem Bericht vom 15. November 2021 über das von der Generalstaatsanwaltschaft beantragte Verbot der Menschenrechtsorganisation *Memorial International* wendet NTV diese Technik an. Hier tritt der linientreue Journalist Armen Gasparjan (*1975) auf und gibt folgende Einschätzung:

> Natürlich kommt jetzt wie immer aus diesen Kreisen das übliche stinkende Gebräu von der Art „Je suis Memorial." [. . .] Wenn sich so etwas wie Memorial in den USA so verhalten würde, dann würden diese Leute schon hinter Gittern sein. Die Amerikaner verstehen keinen Spaß, wenn es um die Einhaltung ihrer Gesetze geht. Genauso die Deutschen und die Engländer und die Franzosen.[27]

Gasparjan gehört zum Establishment des neuen Konservatismus. Er sitzt im Zentralrat der mächtigen Russländischen Militärhistorischen Gesellschaft (*Rossijskoe voenno-istoričeskoe obščestvo*), die mit Staatsgeld maßgeblich die Geschichtspolitik des heutigen Russland bestimmt. Er ist in leitender Funktion bei der mächtigen Informationsagentur *Rossija Segodnja* tätig. Seine offensichtliche Inkompetenz bei der Beurteilung westlicher Rechtssysteme ist nicht einfach ein persönliches Defizit. Was Gasparjan in diesem Beitrag zum Besten gibt, gehört offensichtlich zu einem Skript, das den „Experten" die Talking points vorgibt. So trat etwa bereits in der NTV-Sendung vom 29. Mai 2020 der Historiker Aleksej Plotnikov mit folgender Erklärung zu *Memorial* vor das Mikrofon:

> Wenn eine ähnliche Organisation das, was sie bei uns tut, in Amerika tun würde, dann würde sie auf der Stelle verboten und geschlossen. Ihre Mitglieder würden zu Feinden des amerikanischen Staates erklärt und – ich versichere es Ihnen –, sie bekämen konkrete und sehr strenge Haftstrafen.[28]

Chewbacca-Defense

In der 14. Folge der zweiten Staffel von „South Park", die am 7. Oktober 1998 ausgestrahlt wurde, gibt es eine berühmte Parodie auf die Verteidigung von O.J. Simpson vor einem Geschworenengericht. Simpsons Verteidiger tritt in „South Park" mit diesem Plädoyer auf:

[27] Skandal vokrug Memoriala. Mit deutschen Untertiteln: <https://zeitschrift-osteuropa.de/blog/hetzkampagne_gegen_memorial_dokumentation/> (0:24–0:51).
[28] Padšie protiv pavšich [Fn. 7], (13:00).

> Meine angeblichen Damen und Herren Geschworenen, ich bitte Sie, eine letzte Sache zu berücksichtigen. Dies ist Chewbacca. Chewbacca ist ein Wookiee vom Planeten Kashyyyk, aber Chewbacca lebt auf dem Planeten Endor. Denken Sie darüber nach! Es ergibt keinen Sinn! Warum sollte ein Wookiee – ein zwei Meter großer Wookiee – auf Endor leben wollen, zusammen mit einem Haufen winziger Ewoks? Es ergibt keinen Sinn! Aber was noch wichtiger ist: Sie müssen sich ernsthaft fragen: Was hat das mit diesem Fall zu tun? Gar nichts! Meine Damen und Herren, es hat nichts mit diesem Fall zu tun. Es ergibt keinen Sinn! [. . .] Nichts von alledem ergibt einen Sinn. [. . .] Wenn Chewbacca auf Endor lebt, müssen Sie ihn freisprechen![29]

Die Chewbacca-Verteidigung wird im NTV-Beitrag *Padšie protiv pavšich* über *Memorial* eingesetzt. In der Episode über die Ausstellung „Unterschiedliche Kriege" wird zunächst der langjährige, im Jahr 2017 verstorbene *Memorial*-Vorsitzende Arsenij Roginskij eingeblendet. Er erklärt, dass es in den europäischen Ländern ganz unterschiedliche Geschichtsnarrative über den Zweiten Weltkrieg gebe. Anschließend fährt die Kamera über einen Büchertisch, auf dem historische Lehrwerke aus zahlreichen Nationen liegen. Aus einem dieser Lehrbücher wird die berühmte Karikatur von David Low über den Hitler-Stalin-Pakt eingeblendet. Gleich darauf folgt eine historische Fotografie aus der Zeit der Leningrader Blockade, die es – wie der Kommentator sarkastisch erklärt – „möglicherweise gar nicht gegeben habe." Anschließend fährt der Kommentator im selben Ton fort: „Die Sowjetunion hat Europa besetzt."[30]
In diesem konkreten Fall geht es darum, die ebenso unbestrittene wie unbequeme Tatsache des Bündnisses der braunen und der roten Diktatur von 1939 bis 1941 in den Hintergrund zu drängen. In der vorliegenden Episode werden verschiedene Argumente in eine prekäre Scheinlogik gebracht. Die Vermischung von korrekten, absurden und tendenziösen Aussagen insinuiert, dass die offizielle Geschichtspolitik das einzig zulässige Narrativ sei. Die moralische Verwerflichkeit des Hitler-Stalin-Pakts wird relativiert durch die Falschinformation, dass es möglicherweise gar keine Blockade Leningrads gegeben habe. Die Argumentationsfolge mündet in den ironischen Kommentar, die Sowjetunion habe Europa „besetzt" – aus der Sicht des Beitrags handelt es sich natürlich um eine Befreiung.
Dass es für die Opfer des Hitler-Stalin-Pakts wie etwa die Balten und die Polen „verschiedene Kriege" gegeben hat und sich die nationale Erinnerung an den Zweiten Weltkrieg entsprechend unterscheidet, ist offensichtlich. Gegen diese zwingende Einsicht kann in einer Medienkampagne nur mit dem Wortschwall der Chewbacca-Verteidigung vorgegangen werden. Die Argumentation des Beitrags springt zusammenhanglos von einem historischen Faktum zu Fake News und schließlich zu einem Propagandadiskurs. Dem überrumpelten Zuschauer bleibt der Eindruck, dass die *Memorial*-Ausstellung über „verschiedene" Kriege den heldenhaften „Großen Vaterländischen Krieg" in unzulässiger Weise relativiert.

[29] Robert Arp: The Chewbacca Defense: A South Park Logic Lesson, in: Robert Arp (Hg.): South Park and philosophy. You know, I learned something today. Malden 2007, S. 40–53.
[30] Virus [Fn. 15], (6:00).



David Low: Gemeinsamer Spaziergang im Osten. Picture Post 21.10.1939
© SOLO Syndication London

Think of the children!

Der angebliche Schutz der Kinder stellt eine der wirksamsten Emotionalisierungsstrategien in der politischen Rhetorik dar. „Denkt an die Kinder!" ist ein Argument, das in jede Diskussion eingeworfen werden kann und moralische Panik auslösen soll. Die Wirksamkeit dieses Kunstgriffes liegt darin, dass niemand die Schutzwürdigkeit von Kindern in Frage zu stellen wagt, auch wenn in einem konkreten Fall gar kein Schutz notwendig ist. Die Phrase „Think of the children!" stammt aus dem Disney-Film Mary Poppins (1964). Dort äußert eine verzweifelte Mutter dieses Argument gegenüber ihrer Nanny, die eben gekündigt hat. Populär wurde der Ausdruck durch die notorische Klatschtante Helen Lovejoy aus der Zeichentrickfilmserie „The Simpsons", die in kritischen Situationen immer wieder ausruft: „Oh, won't somebody please think of the children!" In der amerikanischen Publizistik tauchte anschließend sogar die Bezeichnung „Lovejoy's law" für das moralisierende Kinderargument auf.[31]

In der repressiven Politik des Kremls wird das Kinderargument spätestens seit der Einführung des „Gesetzes gegen Homosexuellen-Propaganda" im Jahr 2013 breit eingesetzt. In Anwesenheit von Minderjährigen darf Homosexualität nicht mehr positiv dargestellt werden. Weil bei kaum einem öffentlichen Anlass sichergestellt werden kann, dass keine Minderjährigen anwesend sind, kommt dieses Gesetz einer allgemeinen Tabuisierung der Homosexualität gleich.[32]

Im Zug der Diskreditierung von *Memorial* ist es für die Staatsmedien ein Leichtes, das Kinderargument auch gegen die Herausforderer der offiziellen Geschichtspolitik einzusetzen. Der NTV-Beitrag thematisiert die Schülerwettbewerbe von *Memorial* im Fach Geschichte. Der Kommentator zeigt einen Kooperationsvertrag von *Memorial* mit der Stiftung „Erinnerung, Verantwortung und Zukunft", der einen Förderbeitrag von 30 000 Euro vorsieht. Das Geld werde eingesetzt, „um die Jugend zu fördern". Der Kommentator fügt maliziös hinzu: „Oder genauer, um den Schülern westliche Ansichten über die russische Geschichte beizubringen."[33] Zwei Mal verwendet der Kommentator in diesem Bericht den Begriff „Gehirnwäsche". Der „Experte" Aleksej Plotnikov ergänzt:

> Die [Marionettenopposition des Westens] versucht der heranwachsenden Generation auf alle möglichen Weisen zu zeigen, dass unser Land schlecht, barbarisch, wild und unzivilisiert sei. Auf diese Weise sollen „Bürger" herangezogen werden, die unserem Land nichts Gutes bringen werden.[34]

Damit wird unterstellt, dass allein Russlands Regierung „an die Kinder denkt", während *Memorial* mit ihren geschichtsdidaktischen Initiativen die Grundlagen der Gesellschaft untergräbt.

---

[31] Edward Keenan: „Won't somebody please think of the children!" The Simpsons has taught us not to trust anyone who stoops to use the corruptibility of children to advance a political argument. The Toronto Star, 26.4.2014, S. 2.
[32] Spektralanalyse. Homosexualität und ihre Feinde. Berlin 2013 [= OSTEUROPA, 10/2013].
[33] Padšie protiv pavšich [Fn. 7], (14:00).
[34] Padšie protiv pavšich [Fn. 7], (26:00).

Whataboutism

„Whataboutism" ist der Name für eine rhetorische Ablenkungsstrategie, bei der eigenes Fehlverhalten mit dem Hinweis auf fremdes Fehlverhalten relativiert wird. Whataboutism war bereits in der Sowjetunion eine verbreitete Strategie. So wurde etwa die Kritik an der misslichen Lage der sowjetischen Juden mit dem Hinweis auf die schwierigen Lebensbedingungen der Schwarzen in den USA gekontert.[35]
Schon bei der Einführung des Gesetzes über „ausländische Agenten" im Jahr 2012 wurde Kritik oft mit dem Hinweis auf eine ähnliche Registrierungspflicht in den USA abgewiesen. Später kamen Rechtfertigungsargumente hinzu, die auf Beschränkungen russländischer Medienkanäle im Westen aufmerksam machten. Im Juni 2021 meinte die Sprecherin des Außenministeriums, Marija Zacharova, man müsse mit gleich langen Spießen kämpfen, und verteidigte das Vorgehen Russlands mit ähnlichen Gesetzesvorlagen in Großbritannien und Australien.[36]

Dog whistle

Die Hundepfeife ist ein rhetorisches Instrument, in dem politisch unkorrekte Botschaften gewissermaßen in einer für die breite Zuhörerschaft unhörbaren Tonhöhe verbreitet werden. Die Hundepfeife wirkt auf jene Empfänger, die bereit sind, die eigentlich gesellschaftlich verpönten Botschaften zu hören. Wie bei Hunden wird aber die Problematik der Botschaft bei den Zuhörern nicht kritisch reflektiert. Sie folgen der Pfeife.[37]
Oft werden nationalistische Inhalte mit der Hundepfeife transportiert. Im NTV-Beitrag über die Geschichtspolitik wird etwa eine Moskauer Geschichtslehrerin mit dem Namen Tamara Ejdel'man angegriffen. In der kurzen Episode wird sie zwei Mal mit vollem Namen genannt, sechs Mal nur mit dem Nachnamen. Ihr voller Name wird innerhalb von zwei Minuten zwei Mal eingeblendet. Ins Visier des Kommentators rückt ein „sehr seltsames Thema" eines ihrer Vorträge. Sie spricht über Auflehnung einzelner Oppositioneller gegen den Staat in verschiedenen historischen Kontexten.
Direkt nach der Episode über Tamara Ejdel'man leitet der Kommentator ein weiteres Mal auf die Sabotage der virtuellen Aktion „Unsterbliches Regiment" über. Einer der Angeklagten heißt Muchammed Êl-Ajjubi und hat ein Hitler-Bild auf die Datenbank hochgeladen. Anschließend werden weitere Angeklagte in dieser Sache mit russischen Namen vorgeführt.

Red Herring

Die Redewendung des „roten Herings" geht auf eine angebliche Jagdtechnik zurück, bei der die Hunde von rivalisierenden Jägern durch eine mit einem Hering gezogene Geruchsspur von der richtigen Fährte abgelenkt werden.[38] Als Medientechnik findet der

[35] Edward Lucas: The New Cold War. How the Kremlin menaces both Russia and the West. London 2009, S. 307.
[36] Zacharova oprovergla soobščenija ob ograničenij prav SMI-inoagentov v Rossii. Ntv.ru, 3.6.2021.
[37] Ian Haney López: Dog Whistle Politics. How coded racial appeals have reinvented racism and wrecked the middle class. Oxford 2014, S. 4.
[38] Jacob E. Van Vleet: Informal logical fallacies. A brief guide. London 2021, S. 34.

„rote Hering" breite Anwendung, wenn bestimmte Personen oder Positionen diskreditiert werden sollen. Mit dem „roten Hering" wird von der eigentlichen Argumentationslinie abgelenkt und ein sachfremdes Element in den Diskurs eingespielt. So wird etwa in einem NTV-Beitrag vom 19. Januar 2018 einer der Organisatoren des Schülerwettbewerbs zur sowjetischen Geschichte, der Bildungsexperte Isaak Frumkin von der Moskauer Higher School of Economics, an den Pranger gestellt. Zunächst kritisiert der Kommentator Frumkins mangelnden Patriotismus. Gleich anschließend folgen Bilder einer versteckten Kamera, die Frumkin bei einer homosexuellen Liebesszene mit einem jüngeren Mann zeigen. Die Aufnahmen seien laut Kommentator „im Internet aufgetaucht".[39] Durch die private Diskreditierung Frumkins wird implizit auch seine geschichtsdidaktische Position entwertet.

Unsichtbare Propaganda und Viewing Power

Die russländischen staatlichen und staatsnahen Medien setzen die Instrumente aus dem Werkzeugkasten der Diskreditierung mit technischer Meisterschaft ein. Einzelne Versatzstücke werden in leicht variierenden Kontexten immer wieder eingespielt. Dadurch stellt sich bei der Zuschauerschaft eine gewisse Vertrautheit mit den Leitargumenten ein. Letztlich dienen alle Kunstgriffe der Bestätigung des zugrunde liegenden Propagandamythos: Russland ist ein starkes Land mit einer heldenhaften Vergangenheit, das sich gegen bösartige Angriffe aus dem Westen verteidigen muss.
Wie erfolgreich ist die mediale Diskreditierung der Menschenrechtsorganisationen in Russland? Diese Frage ist schwierig zu beantworten. Allerdings gibt es eine qualitative Untersuchung aus dem Jahr 2002, in der verschiedene Fokusgruppen über ihren Fernsehkonsum Auskunft gaben. Natürlich war das damalige Mediensystem in seiner Aufgabenteilung noch nicht so ausdifferenziert wie heute, aber die Grundhaltungen der Zuschauer haben sich seither kaum geändert. Ellen Mickiewicz spricht von der „viewing power" der russländischen Medienkonsumenten. Damit meint sie die Selbstermächtigung der Fernsehzuschauer, die auf ein grundlegendes Misstrauen gegenüber den Medien geeicht seien. Diese Fähigkeit erlaube es den Zuschauern, die konsumierten Programme vergleichend zu beurteilen. Ankerpunkt für einen solchen Vergleich ist die Nachrichtensendung *Vremja* im ersten Programm, die ein Vorverständnis eines politischen Ereignisses definiert. Weitere mediale Inhalte würden dann – je nach medialer Quelle – mit diesem Vorverständnis abgeglichen. Allerdings weist Mickiewicz darauf hin, dass jede gesellschaftliche Kohorte jeweils ihre eigenen kognitiven Fähigkeiten hervorhebt, gleichzeitig aber genau diese kritische Wahrnehmung jener Gruppe abspricht, die ihr auf der nächstunteren Stufe der sozialen Prestigeleiter folgt. So behaupten junge Vertreter der Moskauer Intelligencija, sie könnten die Medieninhalte im Gegensatz zur Generation ihrer Eltern korrekt einordnen. Diese wiederum unterstreichen, sie hätten einen kritischen Blick auf die Medien, während dies in den Provinzstädten nicht der Fall sei. Schließlich schreiben sich die Bewohner der Provinzstädte ebendiese Fähigkeit auch zu, während die Landbevölkerung leicht zu beeinflussen sei.[40]

[39] Padšie protiv pavšich [Fn. 7], (15:00).
[40] Mickiewicz, Television [Fn. 8], S. 179, 193.

Darüber hinaus finden die medialen Diskreditierungstechniken vor dem Hintergrund einer weitgehenden öffentlichen Ignoranz oder Gleichgültigkeit statt. Eine repräsentative Umfrage des Levada-Instituts vom 3. Dezember 2021 zeigt, dass 70 Prozent der Befragten noch nie etwas von *Memorial* gehört haben. In der Altersgruppe der 18–24-Jährigen sind es sogar 84 Prozent. Dagegen befürworten 58 Prozent derjenigen, die *Memorial* kennen, die Tätigkeit der Menschenrechtsorganisation. Ein hoher Anteil von 30 Prozent hat keine Meinung zur angekündigten Auflösung von *Memorial*.[41]

Die von den staatsnahen Medien eingesetzten Diskreditierungstechniken wirken subkutan. Die transportierten Propagandainhalte sind als solche nicht erkennbar. Eine gesteigerte Medienkompetenz ist nötig, um die Auswahl und den Spin der gesendeten Informationen kritisch zu beurteilen. Allerdings wird Blindheit für Propagandaeinflüsse bei den Zuschauern gerade durch die Selbstzuschreibung von Medienkompetenz gefördert. Eine „Öffentlichkeit" in Habermas' Sinne kann sich in einer solchen Situation nur schwer behaupten.

Manuskript abgeschlossen am 6.12.2021

Schlagwörter:
Russland, Memorial, Verbotsantrag, Medien, Fernsehen NTV, Rossija, Öffentlichkeit, Diskreditierung, Propaganda, politische PR

[41] Obščestvennoe mnenie o likvidacii Memoriala. 3.12.2021, <www.levada.ru/2021/12/03/obshhestvennoe-mnenie-o-likvidatsii-memoriala/>.