

**Kurzfassung vom Policy Paper #2 der Serie The Russian Crisis
„Limitations of anti-war messaging oriented at Russians“
von Fyodor Krasheninnikov**

Grenzen der an Russ*innen gerichteten Antikriegskommunikation

Auch nach Monaten des Krieges des russischen Krieges scheint die Kontrolle des Kremls über sein Kernpublikum, das Putin und den Krieg in der Ukraine befürwortet, in Russland und in der russischsprachigen Gemeinschaft außerhalb des Landes ungebrochen. Dagegen die von ukrainischen, oppositionellen und westlichen Akteuren propagierten Antikriegsbotschaften bislang wenig Erfolg.

Nach mehreren Kriegsmonaten¹ zeigt sich, dass das Informationssystem des Kremls auf diesen gut vorbereitet war. Während sich das ausgeklügelte und auf verschiedene Zielgruppen angepasste System der Desinformation und Propaganda des Kremls auch in Kriegszeiten erfolgreich erweist, stößt die an Russ*innen gerichtete und vor allem aus dem Ausland gesteuerte Antikriegskommunikation seiner Gegner an ihre Grenzen.

1. **Russisch-sprachige Antikriegspropaganda, die von ukrainischen Medien und anderen Akteuren in der Ukraine kolportiert wird**, ist weniger gegen den Krieg als vielmehr pro-ukrainisch geprägt. Sie adressiert vor allem die russischsprachige, ukrainische Bevölkerung und wirbt für die Unterstützung der Ukraine, während sie zum Sturz Putins aufruft und nicht selten Beleidigungen gegen die russische Bevölkerung und Armee beinhaltet. Auch wird nicht nach ukrainischen bzw. russischen Empfängern differenziert. So werden beispielsweise die zum Teil beträchtlichen Unterschiede in den Lebensrealitäten und der öffentlichen Stimmung in den beiden Ländern oft vernachlässigt. An beide Seiten werden dieselben pro-ukrainischen, bzw. anti-russischen, Botschaften gesendet, die beim russischen Zielpublikum folglich ihre Wirkung verfehlen.
2. Die **Antikriegsbotschaften der russischen Opposition**, die sich heute beinahe vollständig im Exil befindet, leiden eben daran: sie werden aus dem Ausland gesendet und erscheinen dem russischen Publikum, schon dadurch als unglaubwürdig. Die Exil-Oppositionellen stehen unter dem Verdacht, Marionetten des Westens zu sein, die aus dem Ausland versuchen, Russland [in dem vom Kreml kolportieren „Krieg mit dem Westen“] Schaden zuzufügen. Der limitierte Erfolg der oppositionellen Kommunikation gegen den Krieg liegt auch daran, dass sie sich einer ohnehin Putin-feindlichen Blase von Gleichgesinnten zuwendet, die meist eine streng libertäre und pro-westliche Einstellung haben und (pro-)ukrainischen Narrativen folgen. Auch für Zweifler*innen im Mainstream der russischen Gesellschaft ist deren Kommunikation daher kaum anschlussfähig.

¹ Der Text wurde zuletzt am 14. September 2022 überarbeitet. Die Arbeit enthält keine Analyse der Situation nach dem Beginn der Teilmobilisierung und der nachfolgenden Ereignisse.

3. Westliche Medien und Aktivist*innen haben momentan möglicherweise bessere Ausgangsmöglichkeiten zur Beeinflussung russischer Zielgruppen als die ukrainische und oppositionelle Antikriegskommunikation. Sie repräsentieren die Positionen der westlichen Regierungen und Bevölkerungen und genießen dadurch Autorität. Selbst extrem rechtsgerichtete Gruppen und Putin-freundliche Eliten in Russland verfolgen die Debatten in westlichen Medien. Allerdings untergraben die westlichen Medien ihre Glaubwürdigkeit und Objektivität, indem sie zu häufig unkritisch ukrainische Positionen übernehmen und für Russ*innen schwer unterscheidbar sind. Dies gilt vor allem für deutsche Medien.

Problematisch ist auch, dass alle drei Akteursgruppen von Beginn an optimistischen Narrativen folgten, die ein schnelles Kriegsende und den wirtschaftlichen Untergang Russland besagten. Diese scheinen aus heutiger Sicht unbegründet und sollten neu ausgerichtet werden. Die Antikriegskommunikation muss jetzt dafür sensibilisieren, dass Putins Russland wenig kompromissbereit und zudem hoch bewaffnet ist und der Krieg daher noch lange fort dauern könnte.

Um russische Zielgruppen auf lange Sicht zu erreichen, wird empfohlen, **Nischenprodukte** zu entwickeln, die verschiedene Segmente der russischen Bevölkerung mit **maßgeschneiderten Botschaften** adressieren, die **auf pro-ukrainische Rhetorik verzichten** und Einfühlungsvermögen und **Empathie** für die Situation der russischen Bevölkerung vermitteln. Rhetorik, die sich gegen Putin und gegen den Krieg richtet, sollte dabei **ideologisch neugestaltet** werden, damit sie für verschiedene Adressatengruppen in Russland anschlussfähig ist. Zur Erschließung neuer Zuhörerkreise sollten **neue Identifikationsfiguren und neue Formate** eingeführt werden. Auch sollte die Präsenz ukrainischer Sprecher*innen auf ein Minimum begrenzt werden. Wirksam wäre die Einrichtung **russischsprachiger westlicher Medienkanäle** (z.B. wie „Current Time“) oder gar eine **paneuropäische russischsprachige Sendeanstalt**, die mit dem russischen Staatsfernsehen ernsthaft konkurrieren könnte. Nicht zuletzt sollten westliche Medien **Empathie** für die Situation der russischen Bevölkerung sowie die **Bereitschaft zur Versöhnung** und die Aussicht auf ein „normales Leben“ und die Rückkehr in die europäische Staatenfamilie vermitteln.