Russische **PROPAGANDA** kinderleicht

Staatsmedien wie Russia Today werden beschuldigt, Wahlkämpfe im Ausland zu manipulieren. Doch wie mächtig sind die Propaganda-Sender des Kreml in Deutschland wirklich?

Der neue französische Präsident nahm kein Blatt vor den Mund, als er Wladimir Putin Anfang der Woche in Versailles empfang. Emmanuel Macron warf den vom Staat finanzierten russischen Medien Russia Today (RT) und Sputnik vor, sie hätten im Wahlkampf „Lügenpropaganda“ über ihn verbreitet, weshalb er ihre Reporter nicht mehr in sein Wahlkampfhauptquartier gelassen habe. „Wenn Presseunternehmen verleumdende Unwahrheiten verbreiten, dann sind sie keine Journalisten, sondern Mittel der Einflussnahme“, sagte Macron. „Da werde ich keinen Zoll nachgeben.“

VON JAN LINDENAU

Journalismus oder Propaganda? Ob und in welchem Maß russische Staatsmedien in die Politik westlicher Staaten eingreifen, wird spätestens seit dem US-Wahlkampf im vergangenen Jahr heftig diskutiert. Putin wies die Vorwürfe, Russland habe sich in die französische Präsidentenwahl eingemischt, erwartungsgemäß zurück. Aber das Thema ist nicht vom Tisch, denn im September steht mit der Bundestagswahl eine der wichtigsten Abstimmungen dieses Jahres in Europa an – und mit Angela Merkel kandidiert eine Kandidatin, die für eine konsequent Putin-kritische Politik steht.

Russia Today ist 2005 mit dem Vorsatz gestartet, einen russischen Blick auf die Welt zu ermöglichen – zunächst mit einem englischsprachigen Fernsehsender. Es folgten ein arabischer, ein spanischer und weitere Spartenkanäle. Finanziert werden die Medien von der Muttergesellschaft Rossija Sewodnja – sie soll vom Kreml 2016 rund 263 Millionen Euro erhalten haben. Die von Macron kritisierte französische Ausgabe ist kein Fernsehkanal, sondern ein Web-Angebot und hat damit in den sozialen Netzwerken das Potenzial, Inhalte weit zu verbreiten.

Aber wie einflussreich ist die deutsche Ausgabe von Russia Today? Ähnlich wie die französische findet sie fast ausschließlich im Internet statt. Doch im Vergleich zu Frankreich versucht es der Sender hier mit zusätzlichen Videoformaten. Und tatsächlich: Aus der Ferne kann sie sehr beeindruckend wirken: RT Deutsch, ein Medium, das jederzeit

Hunderte von Deutschrussen aufwiegen kann; das sich großzügig aus den Kreml-Kassen bedienen darf und genau deswegen vom Bundesnachrichtendienst (BND) und Verfassungsschutz beobachtet wird. Doch wenn man anfängt, Desinformation von Information zu trennen, je näher man RT Deutsch kommt und lernt, welche Verfahren und Strukturen hier herrschen, desto kleiner scheint dieses Medium zu werden – eher ein unangenehmer Splitter als ein schmerzhafter Dorn im Hintern des Westens.

Jemand, der sich bei diesem Thema auskennt, ist Sylvia Sasse. Die Professorin für Slawistik an der Universität Zürich untersucht das Phänomen RT seit längerer Zeit, auch international. Ihre Beobachtung: Nicht das Gesagte und Geschriebene stehe im Vordergrund, sondern das Medium selbst sei die Message. Die Botschaft laut Sasse: „Glaubt euren Medien nicht.“ Und: „Wir sind die Alternative zur Meinungsdictatur der westlichen Presse.“ Wer eine Einladung von RT Deutsch für ein Interview erhält, dem empfehle sie abzusagen. Es sei eine Illusion zu glauben, dass RT etwas veröffentlicht, das sich kritisch mit „alternativen Medien“ auseinandersetzt.

Wer das Gespräch mit RT Deutsch sucht, stellt zunächst eins fest: Es ist gar nicht so einfach, mit einer mutmaßlichen Propagandamaschine Kontakt aufzunehmen. E-Mails an die im Impressum angegebene Adresse beantwortet die Redaktion nicht, auch für die hier genannte Telefonnummer scheint sich niemand zuständig zu fühlen. Und wer die Nummer anruft, die auf der Facebook-Seite von RT Deutsch steht, landet beim Fax-Gerät. Die Verantwortlichen scheinen das Prinzip Desinformation ernst zu nehmen.

Erst über Umwege gelangt man an die Kontaktdaten des Chefredakteurs, Iwan Rodionow. Er, gebürtiger Russe, makellostes Deutsch, leitet das Medium seit seiner Gründung im November 2014. Gelegentlich tritt er im deutschen Fernsehen auf, der Tagesspiegel bezeichnete ihn als Putins besten Talkshowvertreter. Auf Fragen antwortet er per E-Mail.

Rodionows Werdegang liest sich so, als wäre der Job als Chefredakteur von RT Deutsch der logische Schritt einer langen Reise. Knapp neun Jahre hatte er für Medien wie das ZDF und den „Spiegel“ gearbeitet. Schließlich sei er „ent-

täuscht“ von den „Mainstream-Medien“ gewesen, die ihre Rolle als eine überparteiliche Institution im Staat aus der Hand gegeben hätten. In vielen Fragen der Außen- und Sicherheitspolitik bedienen die Redaktionen unkritisch die interessengetriebenen Narrative, was Rodionow „Unisono-Berichterstattung“ nennt. Für RT Deutsch gilt: „Das Ziel war und bleibt, alternative Perspektiven und Meinungen zu liefern. Und dass diese wahrgenommen werden.“

Zumindest in Deutschland ist das allerdings nicht leicht. Während die englischsprachigen Kollegen von RT International einen eigenen Nachrichtensender bespielen und sich als Konkurrent zu CNN und BBC definieren, muss RT Deutsch mit 37 Mitarbeitern auskommen. Im Fernsehen sendet RT Deutsch nicht rund um die Uhr, sondern veröffentlicht nur vereinzelte Clips – beim Regionalsender Salve.tv in Thüringen. In den sozialen Netzwerken hat RT Deutsch aber eine große Fangemeinde. Über eine Viertelmillion Facebook-Nutzer liken die Seite, auf YouTube sind es etwas mehr als 90.000. Laut Zahlen des Internetdienstleisters Similarweb hat die Internetseite von RT Deutsch 4,5 Millionen Besucher pro Monat.

Teil dieses Medienapparats ist das Nachrichtenportal Sputnik. Neben nachrichtlichen Meldungen mit teilweise zugespitzten Überschriften schreiben die Redakteure von Sputnik auch beispielsweise über einen Wahrsager, der den Beginn des Dritten Weltkriegs vorhersagen wollte (13. Mai), oder den neuesten Fund von Ufo-Jägern auf dem Mond (einen „Ur-Panzer“ von Außerirdischen). Sputnik steht laut Impressum unter der Verantwortung von Dmitri Kisseljow. Der russische Journalist und TV-Moderator ist auch hierzulande bekannt; als Chefeinheizer im russischen Staatsfernsehen, der auch schon gegen den mittlerweile verstorbenen Außenminister Guido Westerwelle aufgrund seiner Homosexualität wettete.

In Deutschland ist der Name Sputnik vor allem mit dem Fall Lisa verbunden, als russische Staatsmedien fälschlicherweise berichteten, dass ein 13-jähriges Mädchen aus Berlin von Flüchtlingen vergewaltigt wurde. Die Falschmeldungen wurden zum Politikum, es kam zu Demonstrationen, sogar der russische Außenminister schaltete sich ein. Die mittlerweile absurd wirkende erste Meldung steht immer

noch unkorrigiert auf der Seite von Sputnik.

Der Westen betrachtet die russische Berichterstattung im eigenen Wohnzimmer mit Argwohn. Beispiel USA: Als Wikileaks im US-Wahlkampf E-Mails der Demokratischen Partei veröffentlichte, nahmen Ermittler von FBI, CIA und NSA das zum Anlass, um auch Rosija Sewodnja und damit RT unter die Lupe zu nehmen. Fazit: Man sei sich sehr sicher, dass hinter dem Leak der Kreml steckt.

Russische Staatsmedien werfen Schatten bis ins Kanzleramt, Bundeskanzlerin Angela Merkel persönlich gab einen Bericht in Auftrag, ob es Beweise dafür gibt, dass sich Russland in die deutsche Politik einmischt. Ein Jahr lang ermittelten der Bundesnachrichtendienst und das Bundesamt für Verfassungsschutz – mit einem ernüchternden Ergebnis. Man habe keine Smoking Gun gefunden, heißt es. Trotzdem behalte man Russland und seine Staatsmedien in Deutschland weiter im Auge.

RT-Deutsch-Chefredakteur Rodionow hat für diesen Bericht vor allem Spott übrig. Dass man keine Beweise für eine russische Desinformationskampagne finden konnte, habe RT Deutsch faktisch den Boden unter den Füßen entzogen, schreibt er. Seine Antworten hat er mit dem Zusatz „Vorsicht, Ironie“ versetzt. Fragt man ihn nach den journalistischen Standards von RT Deutsch, schreibt er: „Es gelten selbstverständlich die ebenso allgemeinen und fundamentalen, wie vom Mainstream grotesk vernachlässigten journalistischen Standards, zu denen Verifizierung der Information, Überprüfung der Quellen und Darstellung gegenseitiger bzw. mehrerer Perspektiven bei Konflikt- und Streitthemen gehören.“

Viele sehen das anders, einer davon ist Martin Schlak. Der Journalist hatte sich für das Magazin „Neon“ drei Wochen als Praktikant bei RT Deutsch eingeschleust. In seinem Artikel kommt er zu dem Schluss, in der Redaktion von RT Deutsch werde keine Wahrheit abgebildet. Hier werde Wahrheit aufgelöst. Jeder Redakteur müsse mehrere Artikel am Tag schreiben, sagt Schlak, für längere Recherchen sei da keine Zeit gewesen. Ein journalistisches Medium sei RT Deutsch für Schlak auch deswegen nicht: „Journalisten gehen raus, recherchieren, sprechen mit Leuten. Es wird nach der Wahrheit hinter Ereignissen gesucht und die im Idealfall so abgebildet.“ In der Online-Redaktion von RT Deutsch habe er all das während seines Praktikums nicht mitbekommen.

Rodionow gebe außerdem in der Redaktionskonferenz den Ton der Artikel vor und halte seine Mitarbeiter an, sie in die gewünschte Stoßrichtung zu schreiben. Diese Stoßrichtung – prorussisch, antieuropäisch, antiamerikanisch – werde in vielen Fällen durch überspitzt formulierte Überschriften und eine fehlende Gegenstimme verstärkt.

Doch warum fehlen Aussagen von Gesprächspartnern, die eine steile These in einen anderen Kontext rücken würden? „RT Deutsch lädt Politiker aller Parteien und Journalisten der etablierten Medien ständig als Gesprächspartner ein“, schreibt Chefredakteur Rodionow. Nur: Von diesen kommt kaum jemand, nur gelegentlich gibt es Ausnahmen wie den SPD-Politiker Matthias Platzeck. Ansonsten sind vor allem Politiker der Linken und der AfD vertreten. Das mag auch daran liegen, dass die Skepsis der deutschen Medien zum Start von RT Deutsch groß war und in Erfahrungsberichten davon abgeraten wurde, Gast bei RT zu sein. Rodionow beschwerte sich damals über die „Propagandakeule“.

Der Slawistin Sasse fielen unter anderem zwei Punkte bei der Analyse der Artikel von RT Deutsch auf: Zum einen bediene man sich Begriffen wie „Gegenöffentlichkeit“ oder „zweite Meinung“ – im Underground der Sowjetunion wurden diese zu geflügelten Worten. Zum anderen verwende RT Deutsch Verfahren, die Sasse als Mittel zur Propaganda bezeichnet. Beispielsweise das Verfahren der „Verschiebung“: Kritik werde ethnisiert, grundsätzlich als Russophobie und letztlich als Rassismus gelesen.

Konkret beobachten lässt sich zumindest eine Entwicklung: „Der fehlende Part“, das Aushängeschild von RT Deutsch mit der Moderatorin Jasmin Kosubek, hat sich seit der Gründung stark verändert. Ging man anfangs täglich auf Sendung, waren es später drei Sendungen pro Woche, dann nur noch eine. Seit dem Jahreswechsel findet sich auf der Seite von RT Deutsch keine neue Folge. Laut Rodionow wird das Format seit Jahresbeginn als multimedialer Kanal neu aufgestellt. Anstatt monothematischer Sendungen, meist mit einer Länge von 20 bis 30 Minuten, veröffentlicht die Redaktion seit dem Reboot vor allem Interviews, Kommentare, Kurz-Clips und Facebook-Live-Videos. Der Scheinriese ist wieder ein wenig kleiner geworden.