

# Medien als Waffen im Informationskrieg

## Janis Sarts vom StratCom-Zentrum in Riga erklärt die russische Medienpolitik für Europa

»» Das in Frankreich geplante Gesetz gegen Fake News zielt auch auf Sender aus dem Ausland, die in Frankreich Informationen verbreiten. Janis Sarts, Leiter des NATO-akkreditierten Strategic Communications Centre of Excellence in Riga, beobachtet seit Jahren die russische Informationspolitik für das Ausland und erläutert die Hintergründe im Interview mit Ute Schaeffer.

In Deutschland startete Russia Today 2014, in Frankreich ein Jahr später mit einer Website. Offensichtlich hat Russland seine Medienpräsenz in Westeuropa stark ausgebaut. Die Beiträge von Russia Today und Sputnik erreichen eine hohe Reichweite in den Social Media. Welche politischen Interessen stehen hinter der russischen Außeninformationspolitik?

Das Ziel ist es, antirussische Politik zu verhindern. Russland will außerdem erreichen, dass sich die Länder und die öffentliche Meinungsbildung sehr stark mit sich selbst beschäftigen, damit sie ihre politische Arbeit nach innen richten. Auf diese Weise soll schlicht verhindert werden, dass es eine einheitliche antirussische Politik im Westen gibt. Und ein wichtiges und ganz offensichtliches Ziel ist es, dass die gegen Russland verhängten Sanktionen endlich beendet werden. Das zentrale Ziel der russischen Informationspolitik: Die Einheit des Westens in Bezug auf eine Russland-kritische Politik zu untergraben.

Während Russlands Informationspolitik für das „nahe Ausland“ – also die Staaten der ehemaligen Sowjetunion – überwiegend auf die Präsenz in klassischen linearen Medien setzt und dort Programme platziert und Sendezeiten mietet, ist die digitale Verbreitung von Inhalten insbesondere in sozialen Medien für Westeuropa wichtiger. In Deutschland werden die Inhalte von RT oder der russischen Nachrichtenagentur Sputnik oft in den Facebook-Gruppen um die AfD geteilt, in Frankreich um den Front National. Auch rechtspopulistische oder verschwörungstheoretische Medienplattformen verbreiten die Inhalte und sichern so die Reichweite. Wie differenziert Russland seine Informationspolitik – gibt es Unterschiede in den Angeboten für die jeweiligen Länder und Zielgruppen?

Doch, die gibt es. Es gibt nicht die *eine* Strategie, weil das nicht der Weg ist, einen Informationskrieg zu führen. Für Frankreich, Großbritannien und Deutschland gilt: Die Zielgruppen dort sind nicht so eng mit Russland verbunden, sie sprechen eine andere Sprache. Natürlich gibt es eine kleine Zielgruppe russischsprachiger Nutzer. Um jedoch ein breiteres Publikum zu erreichen, ist es wichtig, eine digitale Strategie zu verfolgen. Und es gilt auch für Westeuropa, dass Russland Parteien der extremen Rechten und der extremen Linken unterstützt.

Im deutschen Angebot ist klar, dass RT Deutsch der AfD ein Forum bietet, in Frankreich ist es der Front National. Sowohl in Bezug auf die Ukraine als auch auf Syrien, in ihrer Kritik an Europa und seinem Zentralismus und in ihrem Antiamerikanismus besteht ein hohes Maß an Übereinstimmung zwischen der Position des Front National und der offiziellen russischen Position. Wie werden die Themen gesetzt?

Bei der Entwicklung seiner Informationspolitik achtet Russland auf das einzelne Land – und darauf, wo und mit welchen Themen es verwundbar ist. Und hier kommt die Informationspolitik ins Spiel. Das kann sehr unterschiedlich sein – je nach Zielland: Es kann um Minderheiten gehen, es kann um

Migration, soziale Ungleichheit oder Korruption gehen. Das können sehr legitime Fragen sein. Russland highjacks diese Themen, um sie im eigenen Interesse zu nutzen.

**Dazu gehören in Deutschland und Europa die Flüchtlingspolitik, Europapolitik – aber auch offene Unterstützung für Protestparteien und rechtspopulistische Positionen. Was soll damit im jeweiligen Land konkret erreicht werden?**

In Bezug auf Deutschland zum Beispiel geht es darum, die Handlungsfähigkeit der Regierung zu verringern und dafür zu sorgen, dass Politik weniger konsequent ist, kurz gesagt: die Regierung zu schwächen. Wie macht man das? Indem man Misstrauen in demokratische Prozesse sät.

**Welche Rolle spielen Information und Medien in den Konflikten, an denen Russland beteiligt ist?**

Meiner Ansicht nach war der Krieg in Georgien im Jahr 2008, um die abtrünnigen Provinzen Abchasien und Südossetien, ein wichtiger Auslöser für die Entwicklung aller Instrumente des hybriden Informationskrieges. Denn damals erlebte Russland, dass es den Krieg an der Informationsfront, d. h. in der öffentlichen Wahrnehmung, verlor. Das sollte nicht wieder passieren. Anschließend entwickelte der Kreml gezielt seine Informationspolitik für das Ausland. Dies kommt unter anderem in einer Erklärung des russischen Stabschefs Valery Gerassimov vor der Russischen Akademie für Militärwissenschaft zum Ausdruck. Er machte deutlich, dass Kriege im 21. Jahrhundert nicht mehr allein mit konventionellen und militärischen Mitteln geführt werden können, sondern durch den weit verbreiteten Einsatz von Desinformation, sowie durch politische, wirtschaftliche, humanitäre und andere nichtmilitärische Maßnahmen.

**Wann und wo wurden diese Instrumente des hybriden Krieges erstmals in ihrer ganzen Breite eingesetzt?**

Das war während der Ukraine-Krise, beginnend im Jahr 2013, als die Krim besetzt war. In der Ukraine konnte man sehen, wie alle bisher entwickelten Instrumente eingesetzt wurden. Und man sah auch, dass der Faktor „Information“ immer wichtiger wurde – dass Information und Desinformation effizient eingesetzt wurden. Denn für diesen Konflikt war es wichtig, den kognitiven Raum der feindlichen Gesellschaft zu nutzen.

**Es geht also darum, die Berichte über den offenen Konflikt im Sinne einer Konfliktpartei im Land zu beeinflussen. Aber soll auch eine Botschaft nach Russland hinein transportiert werden?**

Das ganze Konzept und die Hauptaufgabe des Kremls ist es, die Macht zu erhalten. Die Macht zu behalten, bedeutet, dass Putin so stark ist, dass die Opposition nicht auf der Straße zusammenkommt. Der Kreml hat den russischen Bürgern nicht viel zu bieten. Die Wirtschaft liegt am Boden, die Aussichten sind im Allgemeinen schlecht, die Infrastruktur liegt brach, und es gibt kaum Innovation. Die einzigen Dinge, auf die sie sich die Machthaber im Kreml verlassen können, sind große natürliche Ressourcen und eine damit verbundene Industrie sowie Wirtschaftszweige, die sie unterstützen, und die militärische Wirtschaft. (...) Was soll man da als positive Botschaft dem Volk anbieten? Das ist heute nicht mehr so einfach zu beantworten wie zu Beginn der Amtszeit Putins, als er mit Erfolgsgeschichten aufwarten konnte, weil er die gewünschte Stabilität, Preissicherheit usw. brachte.

Es geht deshalb darum, die Geschichte eines großen und erfolgreichen Russland zu erzählen – obwohl es wirtschaftlich nicht wirklich großartig ist und kaum die Kraft zur Innovation hat. Deshalb ist es für den internen Erfolg sehr wichtig, dass die anderen über Russland sprechen und dass man sieht, dass Russland Einfluss auf der internationalen Bühne hat, dass es beispielsweise die Trends im US-Wahlkampf beeinflussen kann. Solche Geschichten vermitteln das Bild eines sich von „den Knien erhebenden“ Russlands. Das ist ein wiederkehrendes Motiv und eine sehr zentrale Erzählung. Und für diese Geschichte vom „großen Russland“ gibt einen großen Bedarf in der russischen Gesellschaft.