EUROPA 04.07.2023 | Nikolay Mitrokhin

Vor die Wand gefahren

Die russische Propaganda zündet nicht. Statt Kriegsbegeisterung zu entfachen, geht es nur noch um die Rekrutierung von Kanonenfutter.

Gänzlich unerwartet war der Besuch Wladimir Putins in der Stadt Derbent in Dagestan am 28. Juni, wo er sich angeblich um Tourismusfragen der Teilrepublik kümmerte. Dabei ergab sich eine überraschende Szene: Putin auf einem Platz umringt von Frauen und Kindern samt Selfies und Umarmungen. Tatsächlich war es sein erster derartiger Auftritt vor dem „einfachen Volk“ – natürlich der ausgewählten Öffentlichkeit – seit mindestens drei Jahren. Sein Pressesprecher Dmitri Peskow nannte das Bad in der Menge „eine erstaunliche Demonstration der Unterstützung der lokalen Bevölkerung“, sowohl für die „militärische Spezialoperationen“ als auch für den russischen Präsidenten.

Vier Tage nach dem Abbruch des bewaffneten Aufstands der Private Military Company Wagner bestand der Zweck der Reise wohl darin, zu zeigen, dass die Bevölkerung hinter Putin steht – auch wenn Journalistinnen und Wissenschaftler anmerkten, dass diese während Jewgeni Prigoschins Putschversuch nicht auf die Straße ging, um Putin zu verteidigen, sondern zumindest teilweise den Aufstand und die Rebellen feierte.

Dabei haben die russischen Behörden schon am ersten Tagen der russischen Invasion in der Ukraine eine Propagandakampagne zur Förderung des Krieges und zur moralischen Unterstützung der russischen Streitkräfte begonnen. Sichtbar war die Kampagne vor allem anhand der Omnipräsenz der lateinischen Buchstaben Z und V, die Symbole zweier von drei Einheiten, die in die Ukraine einmarschierten. Im Rahmen der Kampagne war vor allem der Buchstaben Z auf Plakaten oder Kleidungsstücken zu sehen und wurde zum Hauptsymbol der Unterstützung für den Krieg. So verglich die Antikriegsopposition das Symbol oft mit dem Hakenkreuz. Der Krieg wird durch die russische Propaganda mit dem „Großen Vaterländischen Krieg“ von 1941 bis 1945 gleichgesetzt, und nutzt daher Symbole der Sowjetunion aus dem Zweiten Weltkrieg, allen voran die orange-schwarzen Streifen des Sankt-

Georgs-Bandes, welche bereits seit 2014 auch ein Symbol der Unterstützung der russischen Aggression gegen die Ukraine sind.

Dieser Krieg war nie so populär, wie die Annexion der Krim im Jahr 2014 es war.

Allerdings war dieser Krieg nie so populär, wie die Annexion der Krim im Jahr 2014 es war. Damals trugen viele Russinnen und Russen „Sankt-Georgs-Bänder“ an ihrer Kleidung oder brachten sie an ihren Autos an, als Symbol für Russlands „antifaschistischen Kampf“ in der Ukraine. Im Frühjahr 2022 wurde das Z-Symbol hingegen nur von wenigen zu privaten Zwecken benutzt, im Wesentlichen nur von aktiven und pensionierten Militärangehörigen und deren Familien sowie von nationalistischen Militaristen. In Russland wurden sie „Z-Patrioten“ genannt und teilweise auch verbal und physisch angegangen. Diese Abneigung zeigte sich besonders auf Parkplätzen, wo abgestellte Privatwagen mit Z-Symbolen mit Farbe oder Fäkalien übergossen wurden, andere wurden bespuckt oder die Fensterscheiben wurden eingeschlagen. Auch mehrere Dutzend Fälle von Brandstiftung sind bekannt. Infolgedessen ist die private Verwendung dieser Symbolik bis zum Beginn des Winters 2022, insbesondere in Großstädten, praktisch verschwunden, auch wenn es weiterhin eine kleine Anzahl von Liebhabern gibt, die sie tragen oder zur Autodekoration verwenden.

Den Mangel an Begeisterung für die Verwendung der Symbole versuchten die lokalen Behörden zu kompensieren, indem sie die Symbole massenhaft im Öffentlichen Nahverkehr und an öffentlichen Orten anbrachten. Selbst in Moskau und Sankt Petersburg, wo Z-Symbole nicht besonders beliebt sind, waren sie in allen Bussen, Linientaxis, Müllwägen, Polizeiautos und in Form von Plakaten an großen Gebäuden angebracht. Darüber hinaus mussten sich Gruppen, die vom Staat abhängig sind, für Fotos in Form des Buchstabens Z aufstellen, darunter Kindergartenkinder, Schülerinnen, Studierende, Gemeindebedienstete, Ärztinnen, Lehrer und Rentnerinnen.

Doch bereits im Herbst 2022, nach der erfolgreichen ukrainischen Gegenoffensive bei Isjum und nach der Befreiung Chersons, wurde deutlich, dass die Begeisterung der Bürokratie für den Einsatz solcher Propaganda versiegt war. In einigen Städten wurden besonders große

Plakate, insbesondere solche, die von Bürgerinnen und Bürgern beschädigt worden waren, ohne Vorankündigung abmontiert.

Die grundsätzliche Entscheidung, die Z-Symbol-Propagandakampagne einzuschränken, wurde im April getroffen.

Die grundsätzliche Entscheidung, die Z-Symbol-Propagandakampagne einzuschränken, wurde jedoch im April dieses Jahres auf der Ebene der Präsidialverwaltung getroffen. So bestätigten mehrere Quellen aus Moskau, dass kremlnahen Strukturen geraten wurde, die Kampagne einzuschränken und die „militärischen Spezialoperationen“ nicht an den Tag des Sieges über Nazideutschland zu binden, der am 9. Mai gefeiert wird und der der beliebteste Feiertag ist. Vermutlich lag es auch am schleppenden Absatz der „Sankt-Georgs-Bänder“ und anderen kriegsbefürwortenden Devotionalien, der dieses Jahr hinter dem der vergangenen Jahre zurückblieb, als sich bereits zwei Wochen vor dem Feiertag Menschen damit schmückten.

Das Z-Symbol ist allerdings nicht vollständig gestrichen oder ersetzt worden. Zwar sind in Moskau seit April die Buchstaben Z und V aus den Schlagzeilen der Medien und Websites verschwunden und durch das bekannte kyrillische Alphabet ersetzt worden sowie die riesigen Plakate nach und nach entfernt worden. Doch in den russischen Regionen hängt es primär von den regionalen Führungen ab, wie die Propaganda gezeigt wird. So gibt es Regionen wie etwa Sankt Petersburg oder die Region Tula, an deren Spitze einer der möglichen Nachfolger Putins steht, in denen dieser Symbolik zunächst keine große Beachtung geschenkt wurde. In anderen Regionen wie Archangelsk, Belgorod oder Kaluga werden die Symbole hingegen immer noch aktiv genutzt. In vielen Fällen werden sie einfach nicht entfernt, aber ebenfalls nicht aktualisiert. Vielfach sind die Symbole schmutzig und an vielen Fahrzeugen verblichen.

Anstelle der Propaganda der Z-Symbole beschlossen die Kreml-Propagandisten, den Bürgerinnen und Bürgern ein neues Format der Kriegspropaganda anzubieten – Porträts der verstorbenen „Helden“. Seit April werden sie weitverbreitet mit den entsprechenden politischen Slogans auf Werbetafeln angebracht, auch in Großstädten. Doch die Idee scheint nicht zu fruchten, denn soweit man beurteilen kann, haben diese kein nennenswertes Interesse geweckt.

Die Armee wirbt auf

Zur gleichen Zeit erlangten die Symbole der PMC Wagner, deren Hauptsymbol ein

vielfältige Weise um Rekruten, etwa auf den Rückseiten von Stromrechnungen oder an Haltestellen.

durchbohrter menschlicher Schädel ist, unerwartete Popularität, wenn auch in begrenzten Teilen. Während Wagner auf Werbetafeln in vor allem abgelegenen Regionen um neue Rekruten warb, wurde Wagner-Merchandise wie Poster, Flaggen, T-Shirts oder Baseballkappen beliebt und verkauften sich vielfach im Internet – wobei der Verkauf nach dem Waffenstillstand mit dem Kreml allerdings eingestellt wurde. Sogar in Polizeiquartieren und in den Räumlichkeiten der Verkehrspolizei vieler Städte in der Nähe von Moskau gibt es in fast jedem Büro einen Kalender, ein Foto oder einen Aufkleber von Wagner.

Ein letztes Element aggressiver Militärpropaganda ist die Werbung zur Rekrutierung für Vertragsdienstleister des Verteidigungsministeriums der Russischen Föderation – also für die Privaten Militärunternehmen wie Wagner. Seit dem Winter allgegenwärtig, schienen sie an Dynamik zu gewinnen. Erst kürzlich verkündete Putin stolz, dass das Ministerium 144 000 neue „Auftragnehmer“ eingestellt habe – was ausreiche, um den aktuellen Bedarf zu decken. Nach der Wagner-Meuterei begann man jedoch damit, die Wagner-Plakate in Großstädten zu entfernen und durch Plakate des Verteidigungsministeriums, welches nun zu einem Konkurrenten bei der Rekrutierung geworden ist, zu ersetzen. Die Armee wirbt auf vielfältige Weise um Rekruten, etwa auf den Rückseiten von Stromrechnungen oder an Haltestellen. Lediglich in Kleinstädten gibt es weiterhin Wagner-Werbung.

Es lässt sich feststellen, dass vor dem Hintergrund der geringen Unterstützung für den Krieg die visuelle Agitation zurückgegangen ist. Ihr Ziel war zunächst, an große Gefühle zu appellieren, um eine günstige patriotische Stimmung zu schaffen. Dies wandelte sich jedoch und besteht nun ausschließlich darin, Soldaten als „Kanonenfutter“ zu rekrutieren, um Verluste an der Front auszugleichen. „Unterstützen Sie unser Volk, unterschreiben Sie den Vertrag“ – so die patriotische Botschaft. Und inmitten dieser Situation entfernt die russische Regierung die Propaganda der einzigen Militärmacht, die sich relativer Popularität erfreut – die der PMC Wagner. Dies ist sicherlich eine positive Tatsache für diejenigen, die ein baldiges Ende dieses Krieges wollen.

Wichtig ist weiterhin, dass der Kreml die begrenzte Unterstützung für den Krieg in der Bevölkerung versteht und diese ihn möglicherweise daran hindert, drastische Schritte zu unternehmen, wie zum Beispiel eine

Massenmobilisierung oder die Überführung der gesamten Wirtschaft auf eine „militärische Basis“. Rechtsextreme Radikale versuchen, Putin auf ihre Seite zu ziehen (wie es auch Prigoschin bei der Wagner-Rebellion versucht hat), darunter der Initiator des Krieges im Donbass, Igor Girkin (Strelkow) und sein in den letzten Monaten aktiver gewordener Club der wütenden Patrioten. Es ist jedoch offensichtlich, dass der Kreml immer weniger Spielraum hat, um zwischen der objektiven Notwendigkeit, den langwierigen – Ressourcen fressenden und in der Bevölkerung unbeliebten – Krieg zu beenden, und den Forderungen verschiedener Einflussgruppen abzuwägen.



Nikolay Mitrokhin
Bremen

Nikolay Mitrokhin ist russischer Journalist und Historiker. Er arbeitet an der Forschungsstelle Osteuropa der Universität Bremen.