

## Der Wahlkampf bei den russischen Präsidentschaftswahlen: Im Kampf zwischen Regime und Gesellschaft haben die Neujahrsfeiertage gesiegt

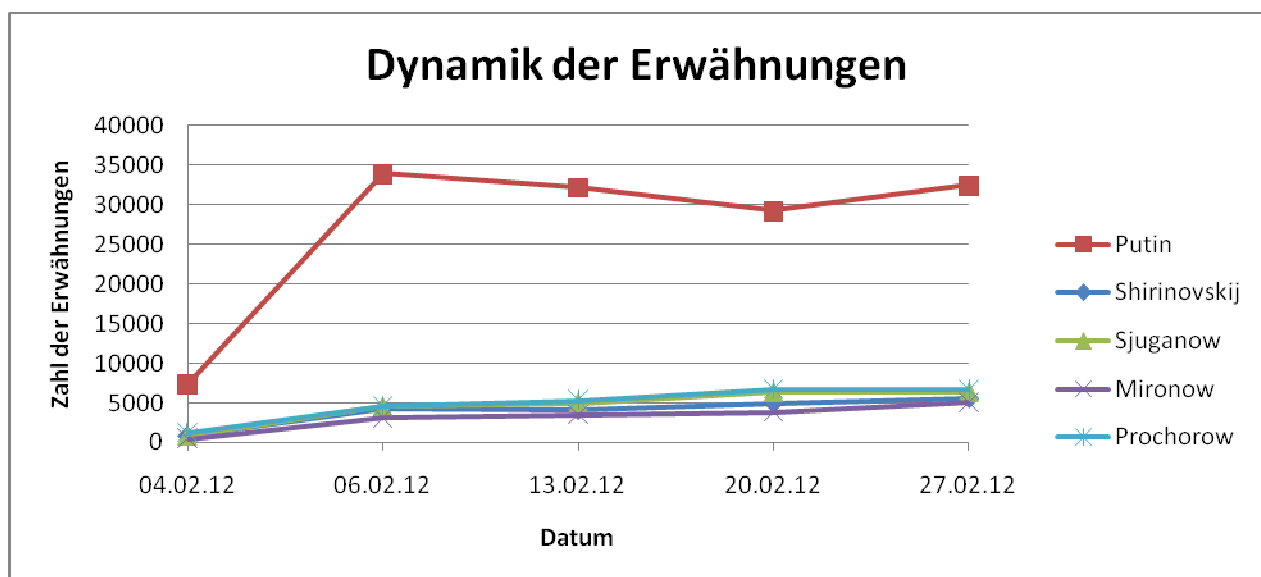
Von Dr. Viktor Wachshtain und Irina Wendilo, Assoziation GOLOS, Moskau

Die Präsidentschaftswahlen vom März 2012 haben sich sowohl von den Präsidentschaftswahlen 2008 als auch von den jüngsten Dumawahlen wesentlich unterschieden. Die öffentliche Politik ist für einige Zeit in den politischen Raum Russlands zurückgekehrt, vorwiegend auf die Straße, in der Form von Massenprotesten. Die Medien haben auf die neuen (wohlvergessenen alten) politischen Realien auf natürliche Weise reagiert. Diese kurzfristige Belebung hat den Verlauf des Wahlkampfes in den Medien auf grundlegende Weise verändert. Die politische Aktivität verlagerte sich wegen des einsetzenden Präsidentschaftswahlkampfes nach dem Jahreswechsel von der Straße wieder in die Medien. Die Assoziation GOLOS hat eine Zunahme des Wahlkampfes im Fernsehen, in den Zeitungen und im Internet festgestellt. Gleichzeitig haben GOLOS Experten in den Regionen einen starken Rückgang beim Einsatz anderer Wahlkampfmittel verzeichnet, unter anderem bei der Außenwerbung, auf Plakatwänden, mit traditionellen Flugblättern.

Untenstehend sind die Ergebnisse des Medienmonitorings aufgeführt, das die Assoziation GOLOS mit Hilfe von Daten der Firma „Medialogija“ durchgeführt hat. Desweiteren sollen einige charakteristische Trends der Berichterstattung über die Kandidaten und die Opposition im Vorfeld und während des Wahlkampfes herausgehoben werden.

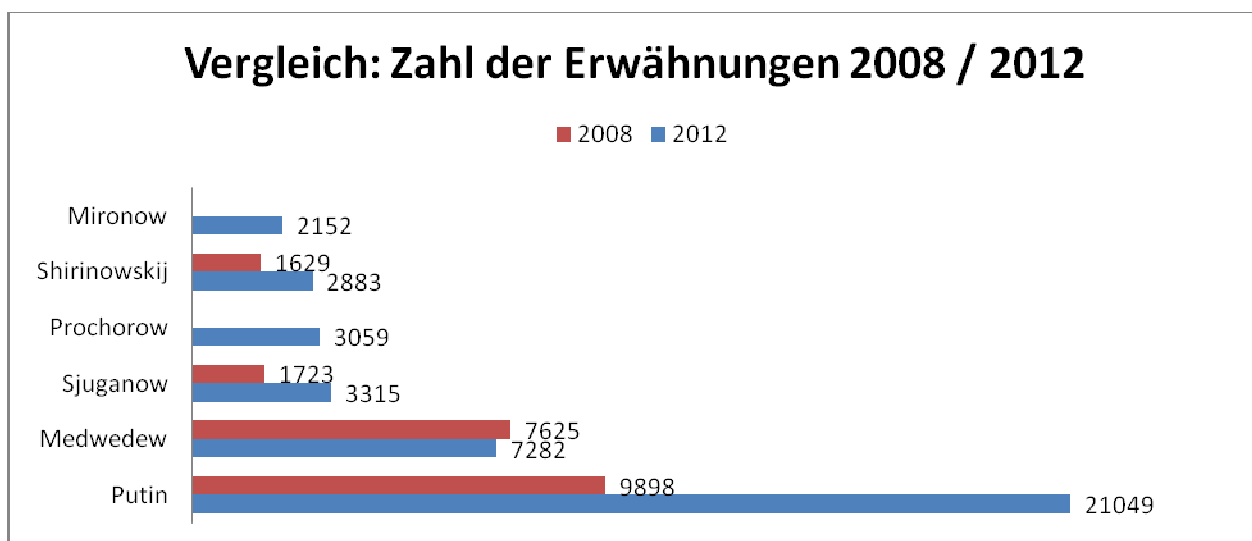
### Medienintensität des Wahlkampfes und disproportionale Berichterstattung

Die vollständig an der Wahl des Hauptkandidaten zum Präsidenten Russlands ausgerichteten Medienkampagne hatte lange vor dem offiziellen Beginn der Wahlkampfzeit am 4. Februar 2012 eingesetzt und dauerte buchstäblich bis zur letzten Stunde, zu der noch Wahlwerbung offiziell erlaubt war. Selbst während der Wahlkampfstille am 3. März, die den Wählern eine ruhige Entscheidung ermöglichen sollte, sind 131 Meldungen veröffentlicht worden, die den Hauptanwärter auf den Präsidentenposten erwähnten.



Objekt	Gesamtzahl der Erwähnungen vom 4.02.2012 bis 27.02.2012
Putin, Wladimir Wladimirowitsch	134033
Prochorow, Michail Dmitriewitsch	24476
Sjuganow, Gennady Andrejewitsch	22955
Shirinowskij, Wladimir Wolfowitsch	19561
Mironow, Sergej Michajlowitsch	15713

Die intensive Zunahme der Erwähnungshäufigkeit der zukünftigen Kandidaten, insbesondere Wladimir Putins hat sofort nach den Neujahrsfeiertagen eingesetzt. Zum Vergleich sind die Ergebnisse unseres Monitorings des Wahlkampfes 2008 aufgeführt, als die Wahlen erheblich mehr Zweifel an der Transparenz hervorriefen und zudem für die Medien sehr viel weniger interessant waren.

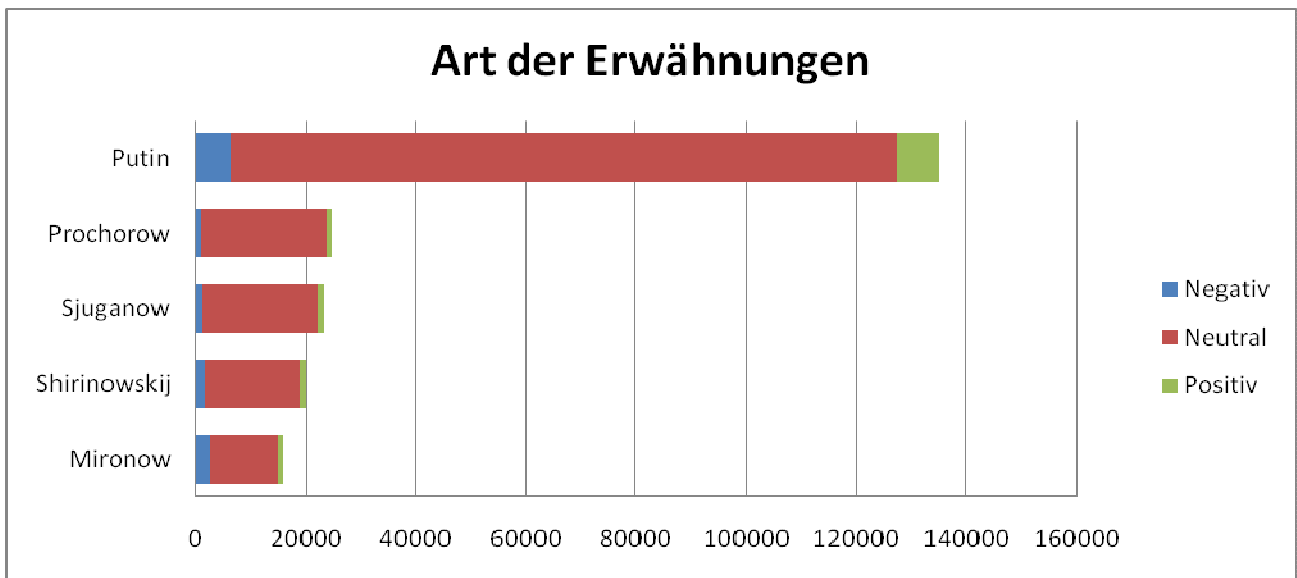


2008 gab es für den Hauptkandidaten Medwedew sehr viel weniger Erwähnungen in den Medien als jetzt für Wladimir Putin (heuer 20.189 Erwähnungen Putins in der Presse und dem Fernsehen gegenüber 7.625 Erwähnungen Medwedews 2008).

Hinsichtlich der übrigen Präsidentschaftskandidaten wiederholte sich 2012 in allem das Bild der Präsidentschaftswahl 2008, nämlich das Ungleichgewicht zwischen dem Kandidaten der Macht und den übrigen Kandidaten. Wenn auch mit der allgemeinen Zunahme von Erwähnungen die Zahl der Meldungen über die anderen Kandidaten ebenfalls anstieg, so hat sich das Ungleichgewicht in der Berichterstattung keineswegs verringert, sondern noch verstärkt: die Zahl der Erwähnungen der übrigen Kandidaten war fünf- bis sechsfach geringer als beim Hauptkandidaten. Bereits anhand dieses einen einfachen Wertes – der Anzahl der Erwähnungen – wird die enorme Diskrepanz in der Berichterstattung deutlich: 134.033 Erwähnungen Wladimir Putins stehen 24.476 Erwähnungen des hier „Zweitplatzierten“ Michail Prochorow gegenüber (bei allen Mediensegmenten). Diese Diskrepanz war sowohl auf nationaler als auf regionaler Ebene zu beobachten.

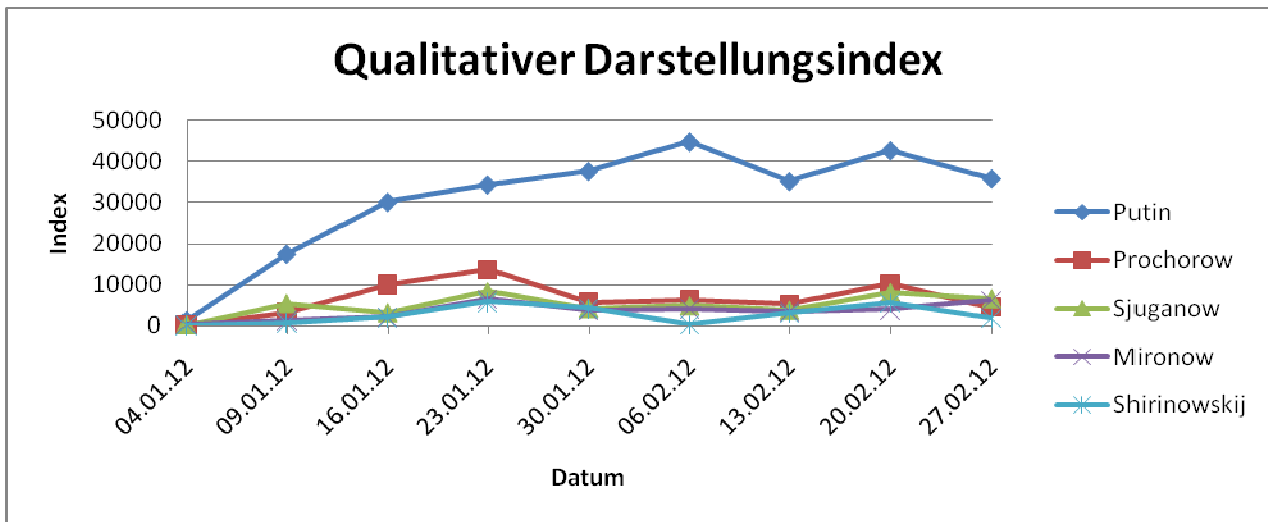
Die mediale Intensität des Wahlkampfes und das oben geschilderte Ungleichgewicht bei der Häufigkeit der Medienmeldungen zu den einzelnen Kandidaten ist vor allem darauf zurückzuführen, dass zum ersten Mal in der Geschichte der russischen Präsidentschaftswahlen einer der Kandidaten amtierender Ministerpräsident war, der während des Wahlkampfes seinen Posten nicht ruhen ließ. So war eine massive Medienkampagne unter dem Anstrich einer Berichterstattung über die „routinemäßige Arbeit“ des Hauptkandidaten zu beobachten. GOLOS registrierte zahlreiche Beiträge über Putins Tätigkeiten, die angeblich mit seinen unmittelbaren Amtspflichten zusammenhingen und dadurch unweigerlich zu einem Teil der Medienkampagne wurden. Eine strikte Differenzierung, welche Meldungen politische Werbung waren und welche nicht, war deshalb kaum möglich. Dabei vermengten sich vor dem Hintergrund des steigenden Medienrankings von Wladimir Putin die übrigen Kandidaten zu einer im Diagramm nicht mehr differenzierbaren Linie, die in den verschiedenen Phasen des Wahlkampfes kaum über Null geht.

Betrachten wir nun einen weiteren Analysewert, den qualitativen Darstellungsindex, der wiedergibt, in welchem Maße die Tätigkeit der Kandidaten in den Medien positiv dargestellt wird. Die Figur Wladimir Putin wird hier vorwiegend neutral dargestellt, was sich aus der erwähnten Weigerung Putins erklärt, sein Amt während des Wahlkampfes ruhen zu lassen. Der Wahlkampf lief zwar bei der Berichterstattung im „Hintergrundmodus“, wurde jedoch überaus massiv betrieben. Offene Wahlwerbung, besonders von Seiten des Hauptkandidaten, war in den Medien daher kaum festzustellen.



Objekt	Negativ	Neutral	Positiv
Putin	6274	120959	7761
Prochorow	950	22620	1063
Sjuganow	1108	20856	1176
Shirinowskij	1472	17428	831
Mironow	2394	12340	1074
Gesamt	12198	194203	11905

Eine Analyse des qualitativen Darstellungsindex belegt darüber hinaus, dass der Wahlkampf nicht erst am 4. Februar begann, sondern bereits mit dem 4. Januar, als alle Medien aus dem traditionellen Neujahrs-Winterschlaf erwachten; seither war ein konsequenter Anstieg des qualitativen Darstellungsindex für die Figur Wladimir Putin festzustellen.



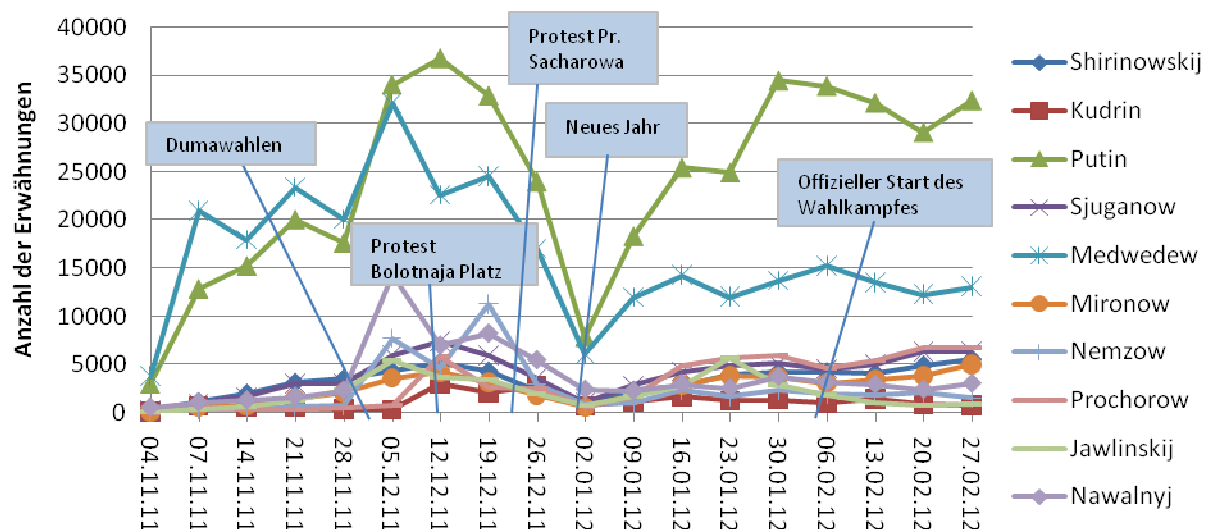
Objekt	Gesamtindex	Gesamtzahl der Erwähnungen
Putin	279 537,70	236 079
Prochorow	59 736,97	42 256
Sjuganow	45 044,85	40 004
Mironow	31 919,30	28 165
Shirinowskij	23 811,75	32 800

### Wahlkampf: Reale vs. mediale Politik

Anfang Dezember 2011 kam es in Russland zu massenhaften Protestaktionen gegen die massiven Unregelmäßigkeiten bei den Dumawahlen. Im Gefolge der Protestversammlungen oppositioneller Kräfte sind einige gesellschaftliche Bewegungen gegründet worden, etwa die „Liga der Wähler“. Für den medialen Raum lassen sich zwischen dem 4. November 2011 und dem Tag der Präsidentschaftswahl am 4. März 2012 zwei Phasen unterscheiden, in denen sich die Berichterstattung in den Medien diametral verändert hat: Die erste Phase dauerte vom 4. 11. bis zum Jahresende und die zweite vom Ende der Feiertage bis zum Wahltag. Wenn vor dem Jahresende über die Ereignisse rund um die verstärkte Aktivität der Opposition und um die Protestaktionen der Bürger nach den Wahlen noch aktiv berichtet wurde, so änderte sich das Bild im neuen Jahr völlig.

Vor dem Jahreswechsel ging der qualitative Darstellungsindex Putins nach den Protestaktionen beharrlich zurück, während die Erwähnungshäufigkeit von Nawalnyj und Kudrin wegen der Demonstrationen konstant anstieg. Nach Neujahr änderte sich das grundlegend: Was in den Medien abgebildet wurde, hatte mit den Vorgängen auf den Straßen nichts mehr zu tun. Dabei war eine „Spaltung“ der politischen Realitäten zu beobachten: Auf der einen Seite stand die „offline“-Politik der protestierenden Aktivisten und der Beobachter der gesellschaftlichen Bewegungen. Auf der anderen Seite gab es die zensierte Berichterstattung in den Medien, die den offiziellen Kurs darstellte und zu dem gesellschaftlichen Protest der Bürger kaum einen Bezug hatte.

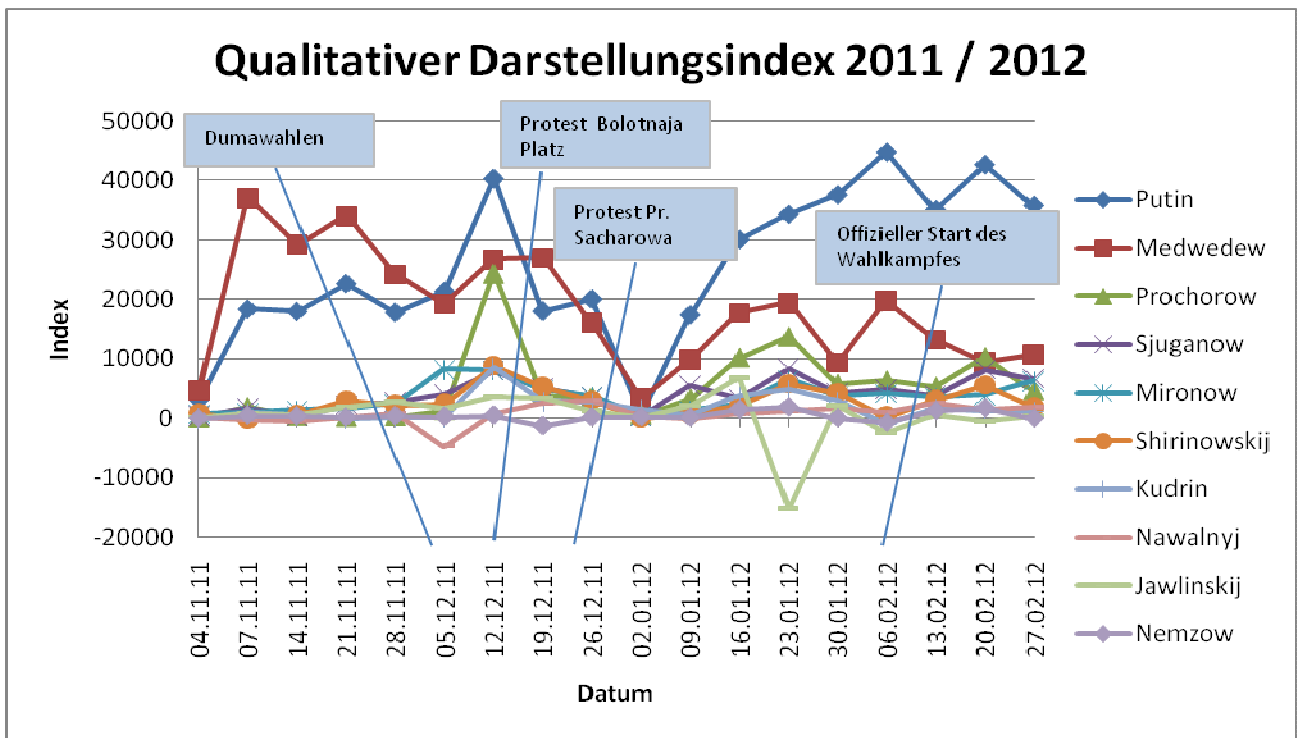
## Dynamik der Erwähnungen 2011 / 2012



Objekt	Gesamtzahl der Erwähnungen
Shirinowskij, Wladimir Wolfowitsch	59598
Kudrin, Aleksej Leonidowitsch	20848
Putin, Wladimir Wladimirowitsch	434894
Sjuganow, Gennady Andrejewitsch	71922
Medwedew, Dmitry Anatoljewitsch	294551
Mironow, Sergej Michailowitsch	46132
Nemzow, Boris Jefimowitsch	44576
Prochorow, Michail Dmitijewitsch	56268
Jawlinskij, Grigorij Alexejewitsch	37474
Nawalnyj, Aleksej Anatoljewitsch	67911

Es waren die Feiertage um den Jahreswechsel und die damit verbundene „Funkstille“, die eine solche Trennung von realer und medialer Politik möglich machten. Die durch die Ereignisse im Dezember aufgewühlte Öffentlichkeit hatte ihre Aufmerksamkeit zunächst von den politischen Ereignissen abgewandt und sich auf die Feiertagsvorbereitungen konzentriert. Nach dem Neujahrstag folgte eine zehntägige mediale „Sendepause“, in der die Medien keine politischen Themen behandelten.

So erlebten wir dann im neuen Jahr einen qualitativ anderen Querschnitt des Medienraumes, den man in etwa als „offiziell-begünstigend“ bezeichnen könnte. Die Regierung hatte offensichtlich die Kontrolle über die Informationslage wieder hergestellt und eine dominierende Position im medialen Raum eingenommen. Bei den positiven Erwähnungen Michail Prochorows fallen zum Beispiel die Spitzenwerte in den Dezember, während in der Wahlkampfzeit erst zum Ende hin geringe positive Verschiebungen seiner Werte zu bemerken waren. Nach Neujahr war nicht nur bei der Anzahl der Erwähnungen, sondern auch bei der Art der Berichterstattung eine totale Dominanz Putins zu sehen. Der qualitative Darstellungsindex Putins übertraf in der Zeit von Neujahr bis zum Wahltag die Werte aller anderen Kandidaten um ein Mehrfaches. Ebenso war seit Neujahr zu beobachten, dass Putin den ersten Platz in den Medien endgültig von Medwedew übernahm. Dieser verlässt langsam aber sicher die Medienbühne und verliert seit dem Jahreswechsel allmählich den Charakter einer Medienfigur.



Wie sieht der mediale Raum in Russland heute aus? Ungefähr so, wie nach den Wahlen 2008. Die kurze Phase im Dezember 2011, als reale Politik auf unsere Bildschirme gelangte, ist vorbei. Eine Medienrevolution ist ausgeblieben. Durch die zehn Tage Neujahrsferien konnte der Medienbereich umgehend und zielgerichtet neu formatiert und für die Zwecke des Wahlkampfes eingerichtet werden. Bemerkenswerterweise beeinträchtigte die noch im Dezember zu beobachtende Ablehnung der herrschenden Partei „Einiges Russland“ durch die Medien – sogar durch die putinfreundlichen – in keiner Weise die Zustimmungswerte des von dieser Partei nominierten Hauptkandidaten. An dieser Stelle ist noch auf die allgemeine Schwäche der Medien als Institution hinzuweisen. Bei allen spannenden Aspekten, die eine Medienanalyse bereithält, wäre es heute eine Illusion anzunehmen, dass die Medien in Russland ein wesentlicher, eigenständiger Teilnehmer am politischen Prozess wären.

*Übersetzung: Hartmut Schröder*

Dieser Beitrag entstand im Rahmen des gemeinsamen Projektes von GOLOS, Europäischen Austausch, Heinrich Böll Stiftung und der Deutschen Gesellschaft für Osteuropakunde.