

Russia: la tv come strumento di costruzione della realtà

Studio operato sulla base dei programmi di informazione dei canali televisivi russi all'inizio del XXI secolo¹

di **Nikolaj N. Starobachin**- Dottorando al Dipartimento di Televisione e radiofonia della Facoltà di giornalismo dell'Università Statale di Mosca, inviato speciale del canale TV Centr,
- e-mail: star418@mail.ru

Traduzione: **Valentina Barbieri**

Gli eventi politici russi degli anni 1999 e 2000 hanno trasformato non solo la sfera politica ma anche la televisione. Gli anni '90 hanno visto il succedersi nel giornalismo russo delle «guerre dell'informazione». Dopo le elezioni presidenziali del 2000, questo periodo è diventato passato. L'inizio del XXI secolo segna anche l'inizio di una nuova epoca del giornalismo televisivo russo. Da un periodo di permissivismo e libertà, il giornalismo è passato a severe limitazioni.

Una parte significativa dei cambiamenti avvenuti nella sfera dell'informazione dopo il 1999 è legata ai cambiamenti del modello di proprietà dei canali televisivi. Nel 1999 solo una delle televisioni del «grande trio» (i tre canali principali, ndT) era statale (RTR). Il canale ORT anche se formalmente «pubblico», di fatto apparteneva a Boris Berezovskij e difendeva i suoi interessi. NTV, di proprietà di «Media-most», era in effetti proprietà di un altro oligarca, Vladimir Gusinskij.

Con l'arrivo al governo di Vladimir Putin la situazione è cambiata. In questo senso è stato molto significativo il passaggio di Oleg Dobrodeev da direttore generale di NTV a presidente della Società Statale Nazionale Radiotelevisiva nel gennaio 2000.

È iniziato così un processo di statalizzazione della televisione, caratterizzato dal rafforzamento dei canali statali e dall'intensificarsi del ruolo dello stato nella televisione.

Il principio dichiarato dal nuovo presidente di «equidistanza degli oligarchi» ha trovato piena rappresentazione anche nel mondo della televisione. Già nel 2001 Berezovskij ha rinunciato alla proprietà di ORT (che giuridicamente non gli era mai appartenuta) e il primo canale è passato sotto il controllo dello stato. Allo stesso tempo è cambiata la proprietà di NTV, che è passata a Gazprom media (proprietà di Gazprom, le cui azioni sono per il 51% di proprietà statale). NTV si trova così sotto diretto controllo statale. I tentativi da parte di parte dello staff di NTV, la cosiddetta «squadra di Kiselev», di continuare a lavorare in una televisione non statale non sono andati a buon fine. In una rapida successione vengono chiuse TV-6 (gennaio 2002) e TVC (giugno 2003) che trasmettevano sul sesto canale.

In questo modo già nel 2003 in Russia non erano rimasti canali a diffusione nazionale (o federale, termine equivalente) che non fossero controllati dallo stato. Il canale della capitale TV Centr (formalmente OAO²) apparteneva quasi al 100% all'amministrazione di Mosca, Ren TV anche se è formalmente non statale, non trasmetteva a livello federale. Il principale azionista di Ren TV dal 2000

¹ Освещение социально-политических событий в теленовостях как способы конструирования реальности, 15.12.08, [mediascope.ru](http://www.mediascope.ru)
<http://www.mediascope.ru/node/251>

² OAO, (Открытое акционерное общество, società azionaria aperta) indica una tipologia di società i cui azionisti possono vendere le loro azioni senza il consenso degli altri azionisti della stessa società

al 2007 è stato la OAO EES (settore energetico) (70%), dal 2005 al 2006 – «Severstal»³ (35%), «Surgutneftegas»⁴ (35%), RTL Group⁵ (30%), da dicembre 2006 il pacchetto di controllo (53%) lo possiede la società di investimento Abros, nata dalla Banca Rossija.

La politica dell'informazione dei canali televisivi nel periodo esaminato dipendeva dalle posizioni dei suoi proprietari. I primi due canali di conseguenza seguivano una linea filostatale, TVC rifletteva la visione dell'amministrazione moscovita, passando poi gradualmente sotto l'influenza dei poteri federali (per cui di fatto a TVC non si è più potuto criticarli).

NTV è passato dalla linea di opposizione del 1999-2000 ad una moderata riservatezza del 2003-2004 e poi al graduale rafforzamento delle posizioni filostatali tra 2005 e 2006. Il passaggio è risultato particolarmente evidente dopo che il presidente del CdA di Gazprom Dmitrij Medvedev è passato da capo dell'amministrazione del presidente alla pubblica carica di vice-presidente.

Per quanto riguarda gli altri canali, TVS (quando esisteva) era nelle intenzioni di opposizione e quindi condannato a fallire; Re-TV verso il 2006 è diventato moderatamente di opposizione, «in equilibrio sul bordo».

La televisione proprio per le sue caratteristiche intrinseche non può riprodurre pienamente la realtà esistente. La realtà che essa rappresenta è sempre una «realtà mediatica» distinta dalla realtà empirica. Ma a volte queste differenze vengono create intenzionalmente, in questo caso si può già parlare di costruzione di una realtà mediatica. Il risultato di questo processo è la manipolazione della coscienza dello spettatore. La politica dell'informazione dei canali televisivi del periodo esaminato ha dimostrato in modo particolarmente evidente come si può creare questa realtà mediatica. Essa si costituisce con l'aiuto della manipolazione televisiva, ossia della «*deviazione intenzionale dei flussi di informazioni dalla realtà*»⁶.

La manipolazione televisiva è direttamente legata alle caratteristiche tecniche di questo mezzo e si basa sulla frammentazione e sull'istantaneità del flusso di informazioni. Ossia, da un lato lo spettatore non riesce a realizzare pienamente ciò che accade nel mondo perché gli eventi sono resi con un flusso eterogeneo di informazioni semplificate e modificate a vantaggio del manipolatore, dall'altro lato la velocità immediata della comunicazione televisiva fa sì che lo spettatore sia coinvolto nell'avvenimento, provi empatia e fiducia verso ciò che viene visto.

Ci sono diversi modi di influenzare le persone, legati alla deviazione del flusso di informazioni dalla realtà⁷. Esistono varie classificazioni dei metodi di manipolazione, noi ne riportiamo una sintesi, facendo notare che la maggioranza delle differenze riguardano la formulazione e non il contenuto. All'interno di questi metodi si possono distinguere vari gruppi.

Reazione ad informazioni «a svantaggio» del manipolatore.

Queste informazioni possono essere neutralizzate con diversi mezzi, fra cui
- diretta deformazione dei fatti;

³ Società che opera nel campo siderurgico

⁴ Società petrolifera

⁵ Società lussemburghese di produzioni televisive

⁶ Boreckij R.A., *Televidenie kak social'naja tehnologija i social'nyj institut* (La televisione come tecnologia sociale e istituto sociale) in *Teleradioefir: Istorija i sovremennost'*, Mosca, 2005, p. 29.

⁷ Vedi: Gračev G.V. e Mel'nik I.K., *Manipulirovanie ličnost'ju* (Manipolazione della personalità), Mosca, 2003. Kara-Murza S. G., *Manipuljacija coznaniem* (Manipolazione mentale), Mosca, 2003. Počepcov G.G., *Informacionnyje vojny* (Le guerre dell'informazione), Mosca, 2000. Jusupov S.A., *Žurnalisty kak sub'jekty vzajmodejstvij gosudarstvennyh službaščich v rabote co sredstvami massovoj informacii* (I giornalisti come soggetti dell'interazione dei funzionali statali con i mezzi di comunicazione di massa), Mosca, 2002.

- occultamento delle informazioni scomode;
- le mezze verità: si spiegano nel dettaglio elementi concreti ma di scarsa rilevanza e allo stesso tempo vengono intenzionalmente omessi dettagli molto più importanti. In questo modo si trasmette anche un «determinato approccio», un determinato punto di vista su questo o quel problema;
- la negazione: è la totale presa di distanza o la negazione di una qualche informazione indesiderata, in termini netti e senza argomentazioni. In questo caso questo viene percepita dallo spettatore come una verità dimostrata;
- la deviazione e dispersione dell'attenzione: un'informazione importante ma scomoda per il manipolatore viene cambiata in una pseudo-rilevante, oppure la sua importanza viene ridotta artatamente. Queste informazioni possono essere inserite in un contesto di fatti minori, non significativi;
- la «canalizzazione delle emozioni negative» (in altre parole, la ricerca del colpevole: la negatività dello spettatore viene diretto su un responsabile predefinito);
- «dilatazione nel tempo»: è un modo di allontanare le conseguenze negative. Il problema viene dilazionato, non vengono fatte comunicazioni e con il tempo viene dimenticato.

Ai metodi di questo ultimo gruppo si ricorre in modo particolare in caso di eventi che possono danneggiare l. Durante la notte tra il 27 e il 28 agosto 2005 nel Daghestan è stato fatto saltare un treno passeggeri. L'esplosivo è stato posizionato sul ponte e non ci sono state vittime solo perché l'esplosione è avvenuta non sotto i vagoni ma sotto la pesante locomotiva e il treno non è caduto dal ponte. Questo evento è coinciso con il festeggiamento del millenario di Kazan, e i canali statali non diedero quasi attenzione all'attentato terroristico. Lo hanno menzionato di sfuggita. «*Prima frase: la circolazione dei treni sulle ferrovie del Daghestan è stata pienamente ristabilita (che gioia!). Seconda frase: nessuno è rimasto vittima dell'esplosione avvenuta durante la notte....* I telegiornali statali sono qualcosa di davvero incredibile. Trovano sempre una qualche svolta che non tutti sarebbero in grado di escogitare. A meno che uno non abbia come obiettivo principale quello di non spaventare o agitare le persone ma dire sempre loro qualcosa di positivo e incoraggiante»⁸. Allo stesso modo si può spiegare un qualsiasi evento scomodo per le elites del potere, indipendentemente dalla sua rilevanza sociale.

Uno sviluppo analogo l'ha seguito la cronaca degli eventi a Kondopog, dove era scoppiato un conflitto internazionale. All'inizio si è cercato semplicemente di non farlo notare, poi è stato spiegato in modo estremamente accurato, «appianando le divergenze».

Mettendo a tacere una parte dell'informazione, un evento negativo per il manipolatore può essere trasformato in positivo, e un insuccesso in un successo. L'11 marzo 2004 i canali federali hanno informato la popolazione che a Stavropol'e sono stati uccisi quattro degli otto guerriglieri che avevano attaccato le forze armate. I telegiornali dichiaravano: «I banditi rimanenti si sono nascosti ed è in atto la ricerca». Il giorno seguente, il 12 marzo, il programma «Vremja (Il tempo)» dichiarava che la banda era già stata interamente sbaragliata. In verità, dal racconto che è seguito un osservatore attento poteva capire che il numero di banditi uccisi era rimasto quello di prima: quattro. Ma alla televisione non hanno nemmeno nominato il fatto che qualcuno dei banditi è riuscito a nascondersi. Questo è un evidente esempio di completa vittoria sul nemico nella sfera mediatica che poco corrisponde alla realtà.

Alcuni fatti con il passare del tempo smettono di essere politicamente favorevoli. In questi casi da un certo momento le compagnie televisive statali preferiscono non ricordarli.

Nella primavera del 2004, nel pieno «della campagna anti-Jukos», i telegiornali dei principali canali, riferendosi alla procura russa, hanno dichiarato che in Svizzera erano stati bloccati i conti dei co-proprietari di «Jukos». Nel corso del programma «Vremja» il giornalista arriva a concludere: «*Si sa con quanta attenzione il governo svizzero protegga i segreti dei depositi bancari. Se è stata presa questa*

⁸ Bovt G, Nikto ne postradal (Nessuno si è fatto male), <http://www.gazeta.ru/column/bovt/363318.shtml>

decisione, evidentemente, c'erano prove molto evidenti» («Vremja», 11.03.2004 ore 21.00). Tuttavia quando il giorno successivo è stato chiarito che la procura svizzera non confermava le informazioni andate in onda, *«i rappresentanti dell'ufficio stampa della procura svizzera hanno dichiarato di non confermare le informazioni diffuse da parte russa»* («Segodnija», Oggi, 12.03.2004 ore 19.00), i primi due canali non hanno già dato la notizia. Al metodo della «dilatazione nel tempo» ricorrono spesso per spiegare problemi che possono danneggiare l'immagine del governo e della persona del presidente.

Di simili temi «dimenticati» dai canali televisivi russi, ce ne sono parecchi. Verso la fine della presidenza di Vladimir Putin non si sono più sentiti discorsi sul raddoppio del PIL entro il 2010 e dopo l'elezione di Dmitrij Medvedev è praticamente sparito dall'informazione il tema dei «progetti nazionali».

Idealmente, la televisione deve agire come intermediario, come anello di congiunzione fra il potere e la popolazione. Ma in Russia oggi l'élite governante spesso non si impegna perché la società acquisti consapevolezza delle azioni del governo. Se i poteri non hanno interesse che la popolazione sappia le loro azioni (non troppo riuscite o impopolari), il mezzo di comunicazione sotto controllo non dirà nulla (o quasi nulla) sull'argomento. Quando il presidente Vladimir Putin ha ceduto alla Cina due isole, i canali statali ne hanno parlato in modo estremamente laconico. In onda è stato detto che «finalmente era stata regolata una questione territoriale» fra paesi e si sono limitati alle dichiarazioni ufficiali dei capi di stato. E solo i canali non statali Ren TV e poi NTV hanno raccontato quello che si nascondeva dietro l'indefinita formula «questione territoriale regolata». È venuto fuori che la Russia aveva ceduto alla Cina centinaia di chilometri quadrati del suo territorio. Dopo di che i canali statali iniziarono a raccontare i particolari del fatto.

Dato che non si era riusciti a far passare inosservati i dettagli della questione, era necessario dare la notizia dal lato giusto. I canali statali hanno iniziato a spiegare quanto fosse vantaggioso dare parte del proprio territorio agli stati vicini. (Altri eventi spesso si riescono a zittire. Nessun canale televisivo ha riportato che il figlio del ministro Sergej Ivanov nella primavera 2005 ha investito una pensionata con la propria macchina. Solo dopo qualche mese, questo avvenimento è stato menzionato di sfuggita a Ren-TV).

Il controllo della televisione permette anche di trasmettere sotto un certo profilo fatti che andrebbero a discapito della classe governante. Una volta che si sono capite le specificità della televisione, non è difficile organizzare la cronaca delle notizie in «una giusta angolazione». Nell'estate del 2006 il partito d'opposizione «Unione popolare-democratica» (NDC) ha tenuto il suo congresso costitutivo. Come presidente del partito è stato eletto Michajl Kas'janov passato all'opposizione dopo esser stato primo ministro del primo governo Putin (ndT). Il congresso in sé sarebbe passato sotto silenzio, ma di fronte all'edificio in cui erano riuniti i membri dell'Unione era in atto una manifestazione di protesta da parte di alcuni membri del movimento giovanile. I manifestanti avevano con sé un asino con scritto sulla groppa «2%» e hanno cercato di farlo entrare nell'edificio, urlando che stavano cercando di accompagnare al congresso lo stesso Michail Kas'janov. La polizia ha impedito l'accesso all'asino.

Tutto questo avveniva sotto l'occhio delle numerose macchine fotografiche e videocamere. Dopo una chiara e breve manifestazione, i giovani hanno iniziato spontaneamente a rilasciare interviste ai giornalisti spiegando la loro disaffezione verso l'ex primo-ministro.

I partecipanti avevano preventivamente informato tutti i mezzi di comunicazione e l'attenzione dei giornalisti era attratta molto più da quello che succedeva davanti all'edificio che non all'interno. Non sorprende il fatto che la sera stessa i canali televisivi, parlando dell'incontro dell'unione popolare-democratica, non abbiano tralasciato di nominare anche la manifestazione degli avversari dell'ex primo ministro. Di conseguenza, allo spettatore è rimasta l'immagine della seduta del NDC come di una manifestazione non seria, e i muli sono rimasti impressi nella memoria molto più dello stesso Michail

Kas'janov. Per di più, nel ricordo collettivo si sono sicuramente mantenute anche le associazioni corrispondenti.

Questo è solo uno degli esempi di come al giorno d'oggi in Russia grazie alla televisione si possa creare un'immagine poco stimolante o comica dell'opposizione.

Informazioni a vantaggio del manipolatore

Fra questi metodi ci sono

- incollare un'etichetta: è risaputo che se un concetto viene ripetuto in continuazione, la gente inizierà a crederci. L'importante è parlarne come se fosse ovvio. In questo modo anche un'affermazione discutibile (o evidentemente falsa) verrà interpretata come realtà;
- «collegamento al futuro»: promesse legate ad un personaggio utile. Spesso non viene detto esplicitamente ma è implicito nella comunicazione informativa;
- «la creazione di uno slogan»: uno slogan chiaro e preciso o un'espressione incisiva che con il passare del tempo diventa uno slogan, che contribuisce a influenzare le emozioni delle persone.

Un chiaro esempio di manipolazione in Russia è stata la creazione degli «pseudo-eventi», ossia campagne molto animate organizzate ad hoc a sostegno o contro qualcosa. (Vengono presentate come spontanee manifestazioni popolari e la televisione ne parla diffusamente).

Creare degli «pseudo-eventi» e attribuire una maggiore portata a notizie non significative sono metodi classici di manipolazione, usati regolarmente dalla televisione russa contemporanea. Nel periodo preso in esame i rappresentanti del governo e le organizzazioni loro «amiche» hanno usato tutti i mezzi possibili per la propaganda della propria immagine positiva. Queste false «improvvisazioni» sono eventi ad impatto, ma di poca utilità (caratteristici soprattutto dei movimenti giovanili) oppure semplicemente messinscena.

Per fare delle riprese «casuali» con il capo di stato che faceva sci alpino, gli addetti alle riprese del «pool» presidenziale hanno dovuto aspettare diverse ore sulla neve.

Le notizie sul capo di stato in generale richiedono una particolare comprensione. Il piccolo schermo ha dato così tanto spazio all'attività di Vladimir Putin che per le altre comunicazioni a volte non è semplicemente rimasto tempo. Sul «Primo canale» non è affatto raro che in un'unica edizione del telegiornale 3 o 4 servizi siano dedicati al capo di stato. Ovviamente, per non richiamare troppa attenzione su questo fatto, i redattori «nascondono» questi servizi in una serie di altre notizie. Ad esempio, il 5 dicembre 2004 sei dei dieci minuti del telegiornale di mezzogiorno del Primo Canale riguardavano Vladimir Putin.

I tre servizi incentrati sulla visita del primo ministro in India e Turchia erano al primo posto nell'edizione, mentre alla notizia dell'esplosione avvenuta in una miniera russa che ha causato la morte di 20 persone erano lasciati 20 secondi.

Verso la fine del periodo analizzato è diventato indispensabile per le televisioni attenersi alle direttive e menzionare gli incontri settimanali del presidente con il primo ministro (spesso ogni lunedì). Le comunicazioni, che duravano circa dieci secondi, si componevano sempre di due frasi esatte. «Oggi Vladimir Putin ha partecipato al tradizionale incontro con il capo del consiglio dei ministri Michail Fradkov (o Viktor Zubkov). Come dichiara l'ufficio stampa del capo di stato, sono stati discussi temi di carattere socio-politico». Questa «notizia» veniva in genere accompagnata da immagini «di squadra» della stretta di mano tra le prime cariche dello stato oppure (più raramente) da riprese che mostravano l'incontro in corso dietro il tavolo del Cremlino. In cosa consistesse il contenuto

informativo di queste comunicazioni non lo sapevano neanche gli stessi collaboratori della società televisiva.

Ancora nel periodo della campagna pre-elettorale del 1999-2000 la televisione riservava un'attenzione «particolare» a Vladimir Putin e «al partito di governo». All'epoca quasi ogni giorno venivano trasmessi 3-4 servizi che riguardavano il primo ministro e il movimento Unità (Edinstvo, un movimento filo-presidenziale funzionale alla campagna presidenziale, ndT). Gli studiosi⁹ hanno definito questo metodo «polverizzazione», ossia l'apparizione in qualsiasi contesto possibile. Anche in seguito i canali televisivi hanno usato tecniche simili. Nel 2006 i principali beneficiari della promozione politica erano i vice premier Dmitrij Medvedev e Sergej Ivanov. I viaggi di Dmitrij Medvedev attraverso le biblioteche della provincia e gli ospedali dell'estremo oriente russo sono stati raccontati dai canali televisivi con dovizia di particolari anche pittoreschi, come se si trattasse di un importante avvenimento politico. In effetti, era un avvenimento politico, anche se nella fattispecie il vice premier portava all'ospedale l'attrezzatura necessaria o semplicemente era presente all'apertura del complesso sportivo. La lunga trasmissione di NTV («Domenica sera con V. Solov'ev», 22.10.2006) in cui il vice-premier ha risposto per un'ora alle domande del conduttore e degli spettatori, in modo prolisso e dettagliato (senza un particolare pretesto informativo) è diventata un'ulteriore conferma dell'evidenza: la televisione continua ad operare come «fabbrica delle immagini». L'autore televisivo Vladimir Solov'ev ha iniziato il suo programma con queste parole: «Oggi abbiamo una possibilità unica di parlare con la persona sulla quale grava il compito più difficile ...»

La tecnica di adulazione palese non è affatto nuova. Attorno ad essa vengono costruiti interi programmi («Licom k gorodu», Faccia a faccia con la città, TV Centr). È rimasta impressa nella memoria di molti spettatori l'ormai classica «intervista in aereo» di Michail Leont'ev a Vladimir Putin, durante la quale Michail Leont'ev, giornalista notoriamente sarcastico e cinico, chiedeva timidamente: «Come riesce, Vladimir Vladimirovič, a trovare il tempo per fare tutto?»

Le disposizioni politiche hanno raggiunto anche il canale sportivo. Il 13 ottobre 2004 la notizia principale del telegiornale del canale «Sport» (21.10) è stato l'intervento di Vjačeslav Fetisov alla Duma. Il calcio, l'hockey e gli altri sport hanno fatto un passo indietro di fronte al mezzobusto del capo dell'Agenzia Federale per l'educazione fisica e lo sport. Il reportage dal Parlamento ha occupato un quarto di tutta l'edizione e lo spazio delle vere notizie sportive è stato definito sulla base del principio di «ciò che avanza»

In alcuni casi i canali ricorrono a diversi metodi di manipolazione, a seconda di come la situazione si va sviluppando. Un esempio lampante di un'intera campagna condotta dalla televisione è quella che è ruotata attorno alla approvazione della legge sulla traduzione in denaro di benefici non monetari.¹⁰ Fino a gennaio 2005 la televisione preferiva non dare quasi rilievo alle manifestazioni dei cittadini insoddisfatti. I meeting e le azioni di protesta rimanevano praticamente fuori dagli interessi dei media on line. La televisione in quel momento era impegnata in una campagna di propaganda per convincere i beneficiari di tali diritti che era più vantaggioso avere i soldi piuttosto che le attuali agevolazioni. Ma *«dopo aver fatto preso tutti questi passi, il governo ha bloccato anche i canali di feedback della società e di conseguenza è rimasto ostaggio della politica condotta. La società si è vista togliere la possibilità e di «sfiatare» e questo ha portato a concentrare l'insoddisfazione che si è riversata sulle strade ... »*.¹¹

A gennaio non era già più possibile nascondere l'insoddisfazione della gente. Se i canali statali avevano cercato di ignorare i primi meeting (a Chimki), è risultato evidente poi che era necessario

⁹ Zasurskij I. I., Mass-media vtoroj respubliki, Mosca, 1999

¹⁰ Tra questi c'era, ad esempio, il diritto ad accedere gratuitamente ad alcuni medicinali.

¹¹ Kovalev G, Televidenie ne spravljaetsja s monetizaciej (La televisione non ha la meglio sulla monetizzazione). <http://www.politcom.ru/2005/zloba5229.php>

scegliere un'altra tattica. All'inizio la televisione ha cercato di accusare di tutto le autorità regionali, che avevano affossato la realizzazione del progetto di legge (metodo della «canalizzazione delle emozioni negative»); quando il consiglio dei ministri e il parlamento si sono occupati della correzione della legge sui pagamenti agevolati, i media hanno iniziato a parlare nel dettaglio del problema, ma soprattutto di quali misure stava prendendo il governo «per diminuire la tensione sociale».

Ma le azioni di protesta non si sono calmate e alla fine di gennaio nelle strade della città russe si erano raccolte già migliaia di persone. In tutta risposta i canali statali iniziarono un nuovo attacco propagandistico.

Il 25 gennaio nel programma «Vesti» si è parlato di un meeting contro l'abolizione dei benefici, poi di un «meeting parallelo» a favore delle compensazioni in denaro. «Vesti nedeli» è andato in onda con un titolo simile: «Il paese è attraversato da manifestazioni massicce a favore e contro l'abolizione dei benefici».

Le tecniche politiche sono ricorse ad un semplice trucco: la creazione di «pseudo-eventi» e lo spostamento dell'attenzione da un fatto ad un altro.

Come risultato, lo spettatore doveva percepire non un movimento massivo di protesta ma due forze equivalenti, che esprimevano con uguale forza il proprio punto di vista.

La scelta delle altre notizie (le informazioni provenienti dalle regioni in cui l'abolizione dei benefici era avvenuta in maniera indolore) ha potuto convincere lo spettatore della «giustizia», almeno, dell'operato delle autorità federali.

Tecniche di manipolazione linguistica

La manipolazione non è sempre legata alla deformazione delle informazioni. I media hanno a disposizione molte altre modalità di influenza meno palesi: non verbali, extra-linguistiche, manipolazione con materiali video (le diverse angolazioni e piani).

Fra questi ha rilievo la manipolazione linguistica: la semantica manipolativa, il cambiamento di significato delle parole e dei concetti. Nell'esperienza occidentale della propaganda la si è studiata ancora durante la guerra in Vietnam, quando era stato creato per la stampa un vocabolario apposito per indicare questo o quell'avvenimento. Ad esempio le azioni militari si dovevano chiamare «programma di pacificazione»¹². Anche nella Russia contemporanea questo metodo è costantemente impiegato.

Ancora alla fine degli anni '90 i media statali si riferivano alle azioni militari in Cecenia esclusivamente con il nome di «operazioni anti-terroristiche», in seguito tutto ciò avveniva in quell'area era semplicemente definito «operazioni speciali» e i profughi «temporaneamente trasferiti». Gli elementi linguistici di questo linguaggio artificioso devono rispondere ad alcune richieste. In primo luogo, bisogna selezionare una parola adatta per denotazione, ossia, nella gamma di significati della parola ce ne dev'essere uno adatto (anche se in parte) per indicare un certo avvenimento necessario. In secondo luogo è necessario tener conto della connotazione della parola, ossia l'associazione che richiama. È evidente che «le truppe occupanti», richiamano nella subconscio dello spettatore una reazione più negativa rispetto alla parola neutrale «americane»; «operazione controterroristica» non richiama le associazioni di «guerra» anche se nel contesto operativo può sostituire questa parola. Questi esempi di utilizzo «di eufemismi politici complessi», ossia di «grandi costrutti linguistici con effetti ben misurati di influenza sulla mentalità»¹³. Gli eufemismi politici possono essere creati anche con l'aiuto della terminologia. I termini possono risultare adatti allo scopo

¹² Vedi: Kara-Murza S.G. Manipuljacija coznaniem (Manipolazione mentale), Mosca, 2003, p. 285.

¹³ Ivi, p. 285

perchè molti telespettatori non sanno il loro esatto significato e quindi essi assumono un tono di autorità accademica e suggeriscono una certa fiducia. Questa sostituzione dei concetti e delle definizioni è diventata una tecnica completa, pienamente sviluppata.

A volte la manifestazione in termini lessicali della politica dell'informazione si riflette in come viene definito un determinato fatto o avvenimento. Il 29 ottobre 2004 la Duma ha approvato in prima lettura un progetto di legge che avrebbe cambiato le elezioni dei governatori. Ma se nel notiziario serale di NTV (29.10.2004 ore 22.00) è stata comunicata l'esamina «di una proposta del presidente per la conferma dei governatori», a «Vesti» hanno parlato di una «nuova modalità di scelta dei capi delle regioni» e a «Vremja» «del cambiamento della modalità dell'elezione dei governatori». I canali televisivi più cauti non hanno osato pronunciare la parola «conferma», tanto meno «nomina» o «abolizione delle elezioni dei governatori»¹⁴.

I giornalisti sono propensi a cercare il sensazionale e lo spettacolare non solo negli eventi ma anche nelle parole. Per attirare l'attenzione dello spettatore, cercano di colpirlo non solo con il contenuto ma anche con la forma delle parole. Deve esserci qualcosa di eccezionale, anche sul piano linguistico. Già l'eminente studioso della lingua russa A.V. Kalinin scrisse della «svalutazione della parola». Nella televisione russa contemporanea questo processo avanza a pieno regime. I giornalisti, nel tentativo di dire le cose in modo originale e di uscire dai cliché linguistici, con il tempo violano la norma codificata. In questo ha una certa influenza anche la moda, che incide anche sul lessico.

*«Le parole di moda spesso rimpiazzano le parole concorrenti, diventano per un certo periodo quasi onnipotenti senza averne particolare diritto, non perchè i «rivali» sono meno incisivi, peggiori, ma solo perchè sono di moda».*¹⁵

Nel tentativo di esprimersi in maniera più chiara, gli inviati dei programmi di informazione ricorrono ad un lessico espressivo o appartenente alla lingua colloquiale. Molto spesso questo si nota nell'inserimento diretto, quando in onda va non un testo preparato ma un discorso spontaneo: «è come se la sala sapesse di Valium, le cose stanno mettendosi male»¹⁶ (ТБИ, «Sobitija (Eventi)».

24.10.2002). A volte i giornalisti puntano intenzionalmente all'uso di questo lessico. Parlando dei possibili redditi di Roman Abramovič, il conduttore del programma «Postscriptum» ha dichiarato che è possibile che questo «faccia passare tutte le sue spese per il Chelsea. («Postscriptum», 13.12.2003. 21.00). *«Le parole e i costrutti non letterari si trovano affiancate a quelli propriamente normativi, in una vicinanza innaturale, perchè il ricorso a tali parole (non normative) non può essere giustificato né da un'intenzione né per un approccio caratterologico»*¹⁷. I linguisti interpretano questo tendere all'espressività del parlato, al rinnovamento lessicale e alla soppressione dei tabù linguistici come le più tipiche caratteristiche del gusto lessicale della società contemporanea.

Non c'è quindi da stupirsi che siano comparse parole ed espressioni simili anche sullo schermo televisivo. Tanto più che questo lessico è impiegato spesso e volentieri non solo dai giornalisti, ma anche dai principali newsmakers del paese: «li inseguiremo e ammazzeremo fin nel cesso» («в сортире замочим»), pronunciata da Vladimir Putin nel 2000 in riferimento ai guerriglieri ceceni, ndT), vi daremo una pedata («дадим пендаля»¹⁸, pronunciata nel 2007 dal primo ministro Fradkov). E i media li ripropongono con prontezza di riflessi.

Ma a volte le prime cariche di stato parlano in una lingua diversa. «Conferire all'economia un carattere di maggiore innovazione». Queste sono le parole di Vladimir Putin che hanno accompagnato il nuovo

¹⁴ Gvozď programmy (Il clou del programma), Kommersant, 30.10.2004

¹⁵ Kalinin A.B., Kul'tura russkogo slova (La cultura della parola russa), Mosca, 1984, p. 64.

¹⁶ La traduzione letterale risulterebbe "Nella sala c'è odore di Validol". Il Validol è un prodotto sedativo a base di pentanoato di metile. Per la traduzione italiana si è scelto un medicinale di uso comune che trasmettesse un'idea analoga a quella del testo russo.

¹⁷ Kostomarov V.G., Jazykovoĵ vkus epochi (Il gusto letterario dell'epoca), Mosca, 1994, pp. 42-43

¹⁸ Il ministro impiega il termine пендаля, un'ulteriore variante del termine пендель, pedata.

assetto dei quadri dirigenti. Quella sera i canali televisivi hanno ripetuto quest'espressione diverse volte senza che i giornalisti ne precisassero il significato. È perfettamente credibile che questo sia stato fatto intenzionalmente.

« Molto spesso le parole con il significato meno definito sono quelle che hanno il maggior influsso sulla folla... In esse c'è indubbiamente una forza magica, come se infatti racchiudessero la soluzione di tutti i problemi. Esse costituiscono la sintesi di tutte le inconsce aspirazioni e delle speranze che si realizzino»¹⁹.

In questo modo, una semplice ripetizione di parole avrebbe dovuto richiamare «vaghe immagini» intelleggibili e «venerazione della folla». È un altro esempio tipico di come grazie alla dimensione linguistica la televisione realizzi incarichi politici.

Rispetto alla fine degli anni '90, la politica dell'informazione dei canali televisivi russi nei primi anni del XXI secolo ha subito cambiamenti sostanziali, in gran parte legati ai cambiamenti del tipo di proprietà delle società televisive. La cronaca di alcuni significativi eventi socio-politici avvenuti nel periodo esaminato è stata una dimostrazione pratica di come la statalizzazione della televisione abbia modificato la realtà mediatica trasmessa. Le notizie dei canali televisivi russi hanno iniziato sempre più spesso a diventare oggetto di manipolazione, ossia la costruzione attraverso la deviazione dalla realtà del flusso informativo. I compiti principali dei mezzi di manipolazione sono la soppressione e neutralizzazione di eventi sfavorevoli da un lato e dall'altro una maggiore attenzione alle notizie «politicamente corrette». La manipolazione è in parte legata alla deformazione dell'informazione, ma può avvenire anche con mezzi linguistici. Lo scopo ultimo della manipolazione nelle società televisive controllate dallo stato e inserite nel sistema di lealtà politica, è quasi sempre la trasmissione nell'etere di informazioni che rispondono agli interessi dell'élite al governo.

¹⁹ Lebon G, *Psichologija narodov i mass* (Psicologia dei popoli e delle masse), San Pietroburgo, 1995, p. 222