

La cyber-guerra fredda, i russi e la propaganda occidentale



In questi mesi di cyber-guerra fredda, la Russia è tornata di moda in Occidente come nemico pubblico numero uno, il capro espiatorio di tutti i mali. La Brexit? Colpa dei russi. Trump vince le elezioni? Ingerenza russa. La Catalogna vuole l'indipendenza? Dannati russi! Elezioni in Italia? Complotto russo in arrivo.

Come accadeva prima della caduta del muro, anche le analisi più accurate vengono confezionate con la carta della propaganda prima di essere consegnate all'opinione pubblica: bot, hacker, troll, un esercito di cosacchi che minaccia la nostra libertà usando i social network.

Intervistato da Valigia Blu, il giornalista investigativo russo Andrei Soldatov, autore del libro "The Red Web: The Kremlin's Wars on the Internet" e cofondatore e direttore di Agenzia.ru, sito che monitora le attività dei servizi segreti russi, commenta la situazione in questo modo: «Sai, è sempre meglio avere un nemico comune, che sia un paese (la Russia in

questi giorni) o una tecnologia (i social media con i loro meccanismi non trasparenti di promozione e distribuzione delle notizie e dei post). Credo che ogni caso dovrebbe essere studiato con molta attenzione e bisognerebbe distinguere tra i tentativi documentati di influenzare i risultati elettorali e l'impatto che questi hanno realmente avuto».

Eppure, un discorso serio e documentato sull'impatto del caos informativo online non sembra interessare ai governi o ai partiti. E nemmeno ai giornali. Sui media si fa largo, piuttosto, la narrazione di un piano orchestrato dallo Stato russo per destabilizzare le democrazie occidentali e una sorta di chiamata alle armi contro Internet e contro il populismo. Soldatov ci mette in guardia: «Abbiamo a che fare con due problemi: il primo è il tentativo del Cremlino di manipolare i social media in Occidente, che è ben documentato; il secondo è l'impatto reale di queste attività, su questo io sono un po' più scettico. Sono convinto, per esempio, che Donald Trump si trovi nella Casa Bianca per alcune ragioni molto serie che hanno origine negli Stati Uniti, non all'estero. Quello che Mosca ha provato a fare è sfruttare problemi propri della società Occidentale, come la profonda perdita di fiducia nelle istituzioni».

La vittoria della propaganda russa, per certi versi, sta proprio nell'aver fatto credere che con una campagna su Facebook di soli 100mila dollari sia stata in grado di influenzare il risultato delle elezioni americane – dice Patrick Ruffini, co-fondatore di Echelon Insights, al Washington Post – ma non è così. Chi cerca spiegazioni a quello che è successo in America non dovrebbe cedere alla tentazione di attribuire ai russi un potere che non hanno.

«L'immagine della Russia di Putin costruita dall'Occidente e, soprattutto, dai media americani negli ultimi 18 mesi sciocca persino il lettore più anti-Putin qui da noi», scrive Oleg V. Kashin, un giornalista russo critico con il Cremlino, sul sito di notizie Republic. I media hanno creato una rappresentazione distorta della Russia, presentando imprese opportuniste e affaristi privati che non hanno niente a che fare con il

Governo come agenti segreti agli ordini di Putin. In molti casi si tratta semplicemente di imprese russe che vendono servizi di propaganda e caos informativo online al miglior offerente, in qualsiasi parte del mondo.

Intervistato dal direttore di Repubblica Mario Calabresi, il Presidente spagnolo Mariano Rajoy ha affermato che il 55% del traffico sui social network sulla questione catalana proveniva dalla Russia, il 30% dal Venezuela e che solo il 3% dei profili che hanno partecipato alla conversazione online su questo argomento corrispondono a persone reali. Un dato allarmante, che comunque non ci dice nulla sull'impatto di queste azioni, e che per fortuna non trova alcun riscontro nella realtà. E alla fine risulta essere propaganda governativa old school a mezzo stampa.

Rajoy non è l'unico ad aver colto la palla al balzo, anche in Italia c'è chi sembra voler impostare tutta la campagna elettorale sulle famigerate "fake news", sfruttando la cassa di risonanza acritica offerta dai media mainstream, con tanto di "fake-legge" sbandierata sui palchi (e poi parzialmente smentita).

Introdurre nei nostri ordinamenti giuridici uno strumento di controllo e censura allo scopo di stabilire la veridicità delle informazioni (conosciuto anche come: "proteggere i cittadini dalle fake news") e, allo stesso tempo, tutelare la libertà di espressione e di informazione è un controsenso. Una strada molto rischiosa per una democrazia. «È una forma di pensare molto russa – commenta Soldatov – stiamo iniziando a parlare il linguaggio del Cremlino, che tratta l'informazione come un'arma. Come giornalista, non posso sentirmi a mio agio con questa deriva».

La propaganda estera russa esiste (basta pensare alla pervasività di canali come Russia Today o Sputnik), ma non è una novità, né tantomeno uno spettro che si aggira tra gli account anonimi di Facebook. «Ci sono stati tentativi di influenzare i processi elettorali in Europa già prima del 2016, ma usando metodi diversi, più tradizionali», precisa Soldatov.

Come scrive Fabio Chiusi su L'Espresso: «Non è solo un problema russo, oggi, o cinese, domani; per i 100 mila dollari spesi su Facebook dai troll del Cremlino, ci sono gli 81 milioni investiti da Clinton e Trump». Nello stesso articolo è riportata una dichiarazione di Cristian Vaccari, docente alla Royal Holloway di Londra, che ricorda che buona parte della propaganda non giunge dai social network: «La quantità di messaggi di disinformazione e propaganda che ha raggiunto la popolazione americana nel 2016, ancorché elevata in valore assoluto, è molto bassa se confrontata con la mole enorme di contenuti generati dai mass media e dai candidati stessi».

La propaganda “innocua” che piace a noi

Come ha fatto notare eldiario.es in un reportage pubblicato la scorsa settimana, la maggior parte della propaganda russa avviene alla luce del sole. La gazzetta ufficiale del Governo russo, Rossijskaja Gazeta, sede della pubblicazione di tutte le leggi e decreti emessi dalle istituzioni statali, finanzia da anni un inserto cartaceo e online di propaganda economica, commerciale, politica e culturale, pubblicato in 26 paesi, tradotto in 16 lingue, grazie ad accordi con molti dei quotidiani internazionali che oggi seminano allarmismo rispetto alla famigerata ingerenza russa negli Stati Uniti e in Europa.

In Italia l'inserto di Rossijskaja Gazeta è stato distribuito dal 2010 al 2015 da Repubblica, inizialmente con il nome “Russia Oggi” e successivamente come “Russia Beyond the Headlines” (RBHT).

Il supplemento, che nel resto del mondo è conosciuto come Russia Beyond the Headlines, è stato pubblicato negli ultimi anni da giornali del calibro di: New York Times, Washington Post, Wall Street Journal, La Repubblica, Le Figaro, Süddeutsche Zeitung o El Pais (fino al 2016, come precisa eldiario.es nel suo articolo).

Si tratta a tutti gli effetti di un contenuto sponsorizzato, pubblicato senza alcun controllo da parte della redazione del

giornale, che include informazioni economiche, politiche, culturali e sociali sulla Russia e la sua relazione con il resto del mondo. Per la pubblicazione e distribuzione, la testata ospitante riceve una compensazione dallo Stato russo. Come possiamo leggere in una nota al margine pubblicata nel 2014, La Repubblica declina qualunque responsabilità rispetto ai contenuti:

Russia Beyond the Headlines è finanziato dal quotidiano russo Rossijskaja Gazeta. Questo inserto è stato realizzato senza la partecipazione dei giornalisti e dei redattori de La Repubblica. 'Russia Beyond the Headlines' è finanziato dai proventi dell'attività pubblicitaria e dagli sponsor commerciali, così come da mezzi di enti russi.

La grande ironia di tutto questo è che, presi dalla smania di scovare propaganda russa sui social media, molti giornali si sono scordati di essere stati essi stessi organi di propaganda pagati dal Governo russo. Russia Beyond the Headlines, infatti, condivide la stessa fonte di finanziamento di siti come Russia Today o Sputnik: il Cremlino, che finanzia una rete informativa nazionale e internazionale attraverso il suo organo ufficiale Rossijskaja Gazeta, fondata nel 1990 dal Soviet Supremo, che funziona sia come gazzetta ufficiale dello Stato che come organo di stampa governativo.

Certo, non si tratta di un inserto nato con lo scopo di diffondere notizie false, i suoi contenuti sono più simili a comunicati stampa di tipo politico-economico con un orientamento filo-russo. Niente di scandaloso. Abbiamo chiesto ad Andrei Soldatov se un inserto di questo tipo possa essere considerato propaganda. «È un discorso molto delicato. C'è chi parte dal presupposto che Russia Today stia producendo "fake news" aggressive, mentre il supplemento a cui fai riferimento produce contenuti tradizionali, quindi è visto come innocuo. Ma ragionando in questo modo ci stiamo limitando a giudicare la pubblicazione in base al contenuto che pubblica, ed è un approccio molto discutibile. Se invece parliamo dei

finanziatori, ovviamente l'inserto Russia Beyond the Headlines è la stessa propaganda di Russia Today, perché è finanziato dal Governo russo».

La sfida più grande per la nostra società sarà capire come affrontare il disordine informativo senza rinunciare a valori fondamentali come la libertà di espressione e la libera circolazione dell'informazione stessa. Non abbiamo bisogno di un capro espiatorio. Non ci servono crociate populiste contro Internet. Seminare allarmismo ogni volta che viene scoperta una manciata di account falsi o che viene pubblicato un meme diffamatorio può essere funzionale alla propaganda nostrana, ma di certo non aiuta a migliorare l'ecosistema informativo.