

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PADOVA

DIPARTIMENTO DI SCIENZE POLITICHE,
GIURIDICHE E STUDI INTERNAZIONALI

Corso di laurea *Triennale* in SCIENZE POLITICHE, RELAZIONI
INTERNAZIONALI, DIRITTI UMANI



LA COMUNICAZIONE POLITICA IN CASO DI
EMERGENZA: LA COSTRUZIONE DEL
CONSENSO DI VOLODOMYR ZELENSKY

Relatore: Prof. MARCO ALMAGISTI

Laureando: ALESSIA CHERUBINI

matricola N.1230762

A.A. 2022/2023

INDICE

INTRODUZIONE

CAPITOLO 1

Che cos'è la comunicazione politica?

- 1.1 Definizione di comunicazione politica
- 1.2 Accenni storici ed evoluzione
- 1.3 Le nuove tecniche ed effetti dei media

CAPITOLO 2

La comunicazione politica di Zelensky

- 2.1 Dalla recitazione alla politica
- 2.2 Le tecniche di comunicazione politica di Zelensky
- 2.3 Zelensky e Putin: comunicazioni a confronto

CAPITOLO 3

Gli appelli del Presidente Zelensky ai Leaders europei e mondiali

- 3.1 Il discorso alla House of Commons
- 3.2 Il discorso al Congresso statunitense
- 3.3 Il discorso al Parlamento italiano
- 3.4 Il discorso all'Assemblée Nationale e al Parlamento francese

CONCLUSIONE

BIBLIOGRAFIA

RINGRAZIAMENTI

INTRODUZIONE

Seguendo i mutamenti della struttura sociale, la comunicazione politica si è profondamente evoluta negli ultimi decenni, i social network sono diventati strumenti cruciali per l'ottenimento di una pubblicità e consenso in forma capillare. Si tratta, infatti, di strumenti che permettono di raggiungere un esponenziale numero di utenti e ciò consente di diffondere ad ampio raggio il messaggio che si intende divulgare.

L'obiettivo della seguente ricerca è la riflessione sul tema della comunicazione politica, che è il veicolo dietro ogni campagna elettorale, discorso di qualsiasi personaggio politico. Incorporando questo tema allo scoppio della guerra in Ucraina è emersa la figura di un gran comunicatore e leader: il presidente Volodymyr Zelensky.

Il presente elaborato si articola in tre capitoli.

Il primo capitolo presenta l'analisi del concetto di comunicazione politica attraverso distinte definizioni proposte da molteplici politologi. A questa visione introduttiva, segue il percorso storico che parte dalle prime forme di comunicazione presenti nell'Antichità, arrivando ad analizzare le diverse fasi che hanno caratterizzato la comunicazione politica contemporanea, dal dopoguerra sino ai giorni nostri. Infine, si è voluto presentare una serie di tecniche ed effetti che hanno iniziato a dominare la realtà plasmando nuovi modelli di intrattenimento politico e portando l'entrata di nuovi metodi di veicolazione del messaggio, ossia i social network.

Il secondo capitolo presenta e approfondisce la figura del leader Volodymyr Zelensky. Nominato presidente ucraino nel 2019 è diventato in breve tempo il volto del conflitto in Ucraina. Si vuole proporre una descrizione dettagliata dell'evoluzione della sua carriera iniziata nel mondo dello spettacolo come attore e finita come presidente di una nazione in guerra. In particolare, sarà oggetto di riflessione il tipo di comunicazione impiegato nel conflitto ucraino-russo, comprendendo come egli si sia mostrato un efficace comunicatore e precursore nel rivoluzionare la comunicazione social durante un conflitto. Concludendo il capitolo si è voluto proporre una comparazione tra i differenti stili comunicativi tra il presidente Zelensky e il presidente russo Vladimir Putin.

Il terzo ed ultimo capitolo riporta e analizza i diversi appelli del presidente Volodymyr Zelensky nei confronti della comunità mondiale. I discorsi di Zelensky sono diventati virali per la loro forma e l'empatia che riescono a creare negli interlocutori. Per questo capitolo si è scelto di selezionare quattro discorsi rivolti a Inghilterra, Stati Uniti, Italia e Francia. Si è scelto di trattare i già menzionati interventi per la tempistica con la quale gli stessi sono stati trasmessi, ossia il periodo tra febbraio e marzo 2022, agli albori del conflitto.

CAPITOLO 1

CHE COS'È LA COMUNICAZIONE POLITICA?

1.1 Definizione di Comunicazione Politica

La società è formata da singoli individui, che dispongono di idee e coscienze autonome e l'unica via per fare in modo che la politica e la società stessa funzionino è attraverso la comunicazione. Infatti, il primo a sostenere questa tesi è Williams (1962), il quale afferma “*quella che chiamiamo società non consiste solo in un reticolo di configurazioni politiche ed economiche, ma anche in un processo di apprendimento e di comunicazione*”. Per questo, la comunicazione è necessaria e ha un ruolo di vitale importanza.

La comunicazione politica ha di fatto attirato l'attenzione di varie aree d'interesse: dalla filosofia alla sociologia, unendo la psicologia per arrivare alla massima espansione con i mass media e la pubblicità. Pertanto, la scienza della comunicazione politica ha un carattere interdisciplinare e ha conquistato una propria identità scientifica, che ha trovato una sua forma grazie al contributo della ricerca.

Diventa complesso definire cosa sia la comunicazione politica, perché non esiste una definizione univoca che possa racchiudere in poche parole questo fenomeno multisecolare. Molti politologi hanno provato a darne una definizione, in particolare, G. Mazzoleni la definisce come “*lo scambio ed il confronto dei contenuti di interesse pubblico-politico prodotti dal sistema politico stesso, dal sistema dei mass-media e dal cittadino, non solamente nella sua veste di elettore.*”¹

Infatti, questa definizione esposta da G. Mazzoleni non riesce a delineare a pieno questo concetto complesso, che, collocandosi tra la comunicazione e la politica, ha una natura ibrida. Tuttavia, il grande contributo offerto da Mazzoleni, è la dettagliata analisi degli attori che partecipano attivamente in questo fenomeno, a partire dal (a) sistema politico, (b) il sistema dei mass media e infine (c) il cittadino/elettore.

¹ Mazzoleni G, (2004), La comunicazione politica, Bologna, Il Mulino

a. Per sistema politico si intende “l’insieme delle istituzioni politiche”, in cui rientrano il parlamento, il governo, il capo dello stato. Inoltre, nel sistema politico si racchiudono anche i soggetti politici, in particolare i gruppi di pressione, che hanno come fine quello di rappresentare i propri interessi e ottenere maggior potere.

b. McQuail, sociologo britannico, definisce il sistema dei media come “*l’insieme delle istituzioni medialità che svolgono attività di produzione e di distribuzione del sapere (informazioni, idee e cultura)*”. Le istituzioni sono identificate come la televisione, la radio, la stampa, il libro, il cinema e le nuove tecnologie. Vi sono così due nuovi correnti: quella dell’*auto-comunicazione di massa* ideata dal sociologo spagnolo, Manuel Castells, e il *sistema ibrido*, ipotizzato dal politologo Andrew Chadwick. Il concetto di auto-comunicazione di massa è molto innovativo, perché da una parte analizza la comunicazione di massa, che ha il fine di rivolgersi ad un pubblico molto ampio, dall’altra l’auto-comunicazione fa in modo che chi invia il messaggio lo faccia in un modo autonomo nel momento della trasmissione ai suoi destinatari. Per quanto riguarda il sistema ibrido, esso è costruito sull’interazione tra le logiche dei vecchi e nuovi media, che vengono utilizzati dai soggetti politici sia per gestire il potere sia le informazioni. Chadwick spiega questo sistema riportando l’episodio delle elezioni generali del 2010, avvenute a Londra, che vedono come protagonista David Babbs, leader del movimento politico britannico progressista "38 Degrees". La vicenda che si sviluppò è la seguente: Babbs era nel mezzo di un’intervista con Sky News nella quale esprimeva la sua opinione richiedendo un sistema elettorale più omogeneo. Come spesso accade, i sostenitori di Babbs incitavano il loro leader nel mezzo della diretta, fino al momento in cui tra Babbs e l’inviato Burely si accese una discussione. Essa nacque dalla richiesta del giornalista di placare i sostenitori e culminò con il “consiglio” di Burely di “*tornare a casa e guardare gli eventi su Sky News, poiché stare lì a protestare non avrebbe fatto alcuna differenza*”. Questa intervista venne ripresa da uno youtuber e diventò virale. Quello quindi che Chadwick vuol far trasparire è che le logiche e i rapporti tra nuovi media e vecchi devono essere fluidi e mescolarsi tra di loro creando di conseguenza un sistema ibrido.

c. L’ultimo attore della comunicazione politica sono i cittadini, i quali si esprimono attraverso la formazione di gruppi o associazioni. La figura del cittadino-elettore è

l'evoluzione, che si è formata con l'ecosistema ibrido, ed è in grado sia di produrre dei contenuti politici, sia di beneficiarne. Questo obbliga gli attori politici e le istituzioni politiche a rendersi conto di questa nuova abilità di autogestirsi e prodursi dei cittadini, che può essere *online* e *offline*, e che li vede protagonisti in prima persona delle loro decisioni.

Mazzoleni non è stato l'unico a tentare di dare una definizione di comunicazione politica, ma vi sono stati vari ricercatori e politologi, che grazie a prospettive diverse hanno dato il loro contributo. Si vuole prendere in considerazione, quindi, un'altra definizione di comunicazione politica data dal sociologo francese, Dominique Wolton, che afferma: “*è lo spazio dove si cambiano i discorsi contraddittori dei tre attori che hanno la legittimità di esprimersi pubblicamente sulla politica e che sono gli uomini politici, i giornalisti e l'opinione pubblica attraverso i sondaggi.*”² Wolton si concentra molto sul rapporto tra la comunicazione politica e lo spazio pubblico e in questa definizione vediamo che riprende il concetto dei tre attori, precedentemente analizzato da Mazzoleni, ma introduce l'elemento del sondaggio, attorno al quale gira e si costruisce la vita politica e democratica.

Nimmo e Swanson danno un'altra interpretazione e dichiarano che sia molto difficile che possa comparire una *master theory*, che possa racchiudere i diversi approcci che esistono per studiare la comunicazione politica. Ma tentano di trovare comunque una definizione che possa essere abbastanza esaustiva, nonostante sia generale, ed elaborano quanto segue: “*Nella sua dimensione la comunicazione è una forza per entrambi il consenso e il conflitto; le campagne elettorali nelle democrazie liberali sono per entrambi il cambiamento e la stabilità; la comunicazione politica e al tempo stesso fonti di potere, di immaginazione, prodotta e consumata dai cittadini attori più o meno autonomi informati determinati creativi ma anche modellati da potenti strutture*”.

Questa definizione lascia intravedere non solo le facce opposte della comunicazione politica, ma anche il buon utilizzo e quello inadatto, che può essere fatto. Si parla degli

² Wolton D, (1989), *Political Communication: The Construction of a Model*, Sage publications

attori, ossia i cittadini, che sono lo specchio della società moderna, il cittadino può essere informato o disinformato e questo fa la differenza.

Concludendo, si esamina la definizione del politologo francese Jacques Gerstlé, il quale si pone in contrasto con la definizione strumentale del fenomeno, che sostiene dia eccessiva attenzione all'evoluzione di una "industria politica" e così definisce la comunicazione politica come *"l'insieme delle tecniche e delle strategie utilizzate dagli attori politici per sedurre, gestire e circuire l'opinione pubblica."*

Fa notare quindi che la comunicazione è la base della vita politica, e che di conseguenza molti comportamenti utilizzati in politica, facciano riferimento a delle forme di comunicazione. Inoltre, Gerstlé per arricchire e completare la definizione prende in considerazione le tre principali dimensioni di essa, ossia, quella pragmatica, simbolica e strutturale. In breve, la dimensione pragmatica, fa in modo che la comunicazione politica sia d'interazione tra chi emette e chi riceve, ha diverse modalità che sono variabili tra di loro, come ad esempio persuadere, ma anche dominare. Nella dimensione simbolica, la comunicazione politica passa attraverso i riti del consenso e del conflitto. Nell'ultima dimensione, quella strutturale, vede la comunicazione politica passare sui canali istituzionali, ad esempio il parlamento, per finire su quelli mediali, come la televisione, e su quelli interpersonali.

1.2 Cenni storici ed evoluzione

Per comprendere a pieno la comunicazione politica, bisogna analizzare le sue origini, che trovano radici nella Antica Grecia, in cui i primi filosofi iniziano a riflettere su concetti fondamentali, su cui anche oggi vi sono continue evoluzioni e scuole di pensiero: potere, autorità e democrazia.

Sia Platone che Aristotele, nonostante non utilizzassero l'espressione comunicazione, discutevano sull'effetto delle tecniche retoriche che venivano utilizzate dagli oratori durante i discorsi alle assemblee e alle giurie nell'antica Atene. Dunque, grazie alla

comunicazione i cittadini iniziano a “fare politica”, quindi ad avere uno scambio di riflessioni, idee, anche contrastanti, che portano ad un dialogo formativo.

Analizzando un'altra realtà antica, troviamo degli esempi di comunicazione politica anche nell'antichità romana, in particolare, nel periodo della repubblica. La propaganda era prettamente orale, ma in alcuni casi abbiamo dei reperti di comunicazione scritta/visiva, come ad esempio, negli scavi di Pompei, vi sono dei graffiti elettorali che invitavano i cittadini a votare o meno per un determinato candidato, e queste si possono considerare le prime forme di manifesti e slogan. Inoltre, i termini candidato e comizio, che sono utilizzati attualmente, risalgono a quel periodo e sono prodotto di quell'esperienza.

Successivamente, l'epoca della repubblica romana, la comunicazione ha vissuto un lungo periodo di oscurità e oblio di diciotto secoli, dettato dal silenzio imposto dai sovrani dispotici e dalle chiese. Solo dopo la Rivoluzione americana e la Rivoluzione francese, vi è la rinascita degli ideali di libertà e democrazia e si può iniziare a parlare di nuove forme di comunicazione politica, grazie anche al giornalismo libero, che elude le censure imposte precedentemente.

È con il ventesimo secolo che la comunicazione politica riacquista la sua funzionalità in senso tale ed il cambiamento è dettato dalla nascita dei nuovi mezzi di comunicazione, in particolare, il cinema, la radio e la televisione. Questi mezzi hanno modificato radicalmente la comunicazione e l'hanno resa capillare e accessibile a tutti, ma negli anni che intercorrono tra le due guerre mondiali, il suo sviluppo ha subito una manipolazione della comunicazione dettata dai regimi totalitaristi che governavano l'Europa e la Russia.

Soffermandosi sui regimi dittatoriali che hanno caratterizzato la prima parte del '900 uno dei più grandi esempi è il controllo della stampa e qualunque mezzo di comunicazione nel periodo nazista. Al momento dell'ascesa al potere di Hitler nel 1933, la Germania era già dotata di una larga rete di informazione, che in brevissimo tempo, passò sotto il controllo del regime. Questo fu dovuto anche alle leggi che eliminarono il sistema multipartitico e l'acquisizione da parte dello Stato delle tipografie e ogni tipo di attrezzatura appartenuta ai partiti comunisti.

Quando si parla di manipolazione della stampa, in questo caso, non si può non citare il famoso giornale antisemita *Der Stürmer*, il quale inondava la Germania di calunnie su crimini commessi dagli ebrei, uno degli scandali più famosi citati in questo quotidiano erano i presunti rituali omicidi compiuti sui bambini ariani. L'aumento della produzione di quotidiani voluta da Streicher, al fine di incrementare la propaganda, contribuì a far crescere l'odio nei confronti del popolo ebraico.

Il XX secolo è stato quindi indubbiamente un periodo molto turbolento e per dare un ordine a questo complesso fenomeno, gli studiosi Jay G. Blumler e Dennis Kavanagh nel 1999 individuano quattro diverse fasi di evoluzione della comunicazione politica, ripercorrendo tutte le grandi mutazioni avvenute dal secondo dopoguerra fino ad arrivare agli anni odierni.

Come accennato in precedenza, la prima fase può essere individuata dall'immediato dopoguerra fino agli anni Cinquanta, quando la comunicazione è fortemente influenzata da ideologie molto intense che dettano il rifiuto delle politiche dei governi totalitari; infatti, i cittadini si sentivano parte di un gruppo, e il senso di appartenenza rafforzava le opinioni pubbliche e il leader. Il paradosso osservato dai due ricercatori è che pochi cittadini hanno compreso appieno i temi dell'agenda politica, ma hanno votato in base a quello che il partito di appartenenza pensava fosse la soluzione migliore e gli elettori che non dimostravano un particolare interesse ideologico di una delle parti politiche erano emarginati, di conseguenza la comunicazione politica dell'epoca, a causa in parte delle risorse limitate dovuto anche ai pochi mezzi, non era in grado di raggiungere un largo pubblico di elettori.

Il secondo periodo riguarda la fase che va dagli anni Sessanta fino agli anni Ottanta ed è caratterizzata dalla comparsa di un nuovo mezzo di comunicazione: la televisione. Blumler e Kavanagh sottolineano i cambiamenti che questo veicolo porta, in particolare, cambia la percezione del leader da parte dei cittadini. Ora il cittadino diventa anche telespettatore e di conseguenza ha la possibilità di vedere i dirigenti di ogni partito politico, in modo neutrale, il che lascia spazio a una decisione personale. La televisione gioca un ruolo chiave per quanto riguarda l'elettorato, perché vediamo effetti a breve termine sulle opinioni degli elettori. Questo è incrementato dalle tecniche utilizzate dai politici basate sui formati e sul linguaggio che raggiungono gli spettatori. Infatti, la

televisione ha condensato ciò che i media precedenti facevano, quindi la fotografia e il telegrafo, unendo immagini e istantaneità.

La terza fase si delinea dagli anni Novanta agli anni 2000, un periodo intenso caratterizzato dallo sviluppo di nuovi mezzi di comunicazione, che ha culminato con la diffusione del World Wide Web, che ha come finalità rendere Internet più accessibile. Inoltre, ha introdotto una novità che ha rivoluzionato completamente ogni tipo di comunicazione, sia a livello politico che privato e a cui tutti possono partecipare: i social network.

In questa fase la televisione diventa un mezzo di informazione politica e grazie alla moltiplicazione dei canali e quindi avendo la possibilità di una scelta più vasta, diventa sempre più difficile tenere sotto controllo la situazione per quanto riguarda le finalità politico-partitiche, anche a causa della frammentazione dell'audience.

Postman, sociologo statunitense, ritiene che il linguaggio della televisione neghi le interconnessioni tra fatti ed eventi e che azzeri la rilevanza del contesto in cui ci si trova ed elimina il principio di casualità; quindi, le notizie tendono a essere semplificate e talvolta banalizzate, così da ridurre drasticamente la complessità di chi le percepisce, ma anche di chi le comunica. La logica dietro la teoria di Postman è che la televisione non è che un veicolo di intrattenimento e di poca informazione pura; infatti, secondo il sociologo ciò su cui si punta sono i sentimenti e le emozioni che si possano trasmettere agli spettatori. L'importante è "fare notizia" e mantenere alta la fascia dell'audience e per fare questo bisogna dare informazioni e notizie che possono creare un impatto emotivo all'interno della persona che le riceve.

Secondo Blumler e Kavanagh, la comunicazione politica subisce una mutazione attraverso cinque direttrici principali: la professionalizzazione dei rapporti con l'opinione pubblica: i politici devono ricorrere al *know-how*³ di professionisti della comunicazione per azzerare il rischio nel comunicare con i media, ma soprattutto con i cittadini. Pertanto, in molti casi di *news management*⁴, sono i collaboratori a dover gestire informazioni compromettenti e questi sono i primi segnali di una comunicazione che sta cambiando e

³ Know-how: si intende le conoscenze e abilità operative necessarie per svolgere una determinata attività lavorativa.

⁴ News management è una tecnica che consiste nella produzione di un evento in grado di fare notizia, a prescindere che sia vero o meno.

si sta improntando sempre di più su una capacità di controllare l'informazione pubblica attraverso tecniche considerate manipolatorie.

Vi è poi l'aumentata competizione tra contenuti dei media e comunicazione e informazione politica, caratterizzata dalla molteplicità dei canali e programmi che hanno come fine l'intrattenimento dello spettatore. Uno dei cambiamenti più sconvolgenti è quello di visione della politica da parte dei media in chiave di *infotainment*, un neologismo anglosassone, che delinea l'idea di informazione e intrattenimento allo stesso momento. Il fenomeno dell'*infotainment* insieme a quello del *politainment* sono sinonimi in Italia di *politica pop*. Prima che Internet cambiasse il modo di vedere e di comunicare il termine *infotainment* è stato inventato per individuare la tendenza delle industrie mediatiche che avevano uno stampo commerciale e che possedevano un sistema competitivo con l'obiettivo di trarre profitti dai gusti dei consumatori, dando loro programmi di intrattenimento. Con lo sviluppo della tecnologia le cose cambiarono e c'era bisogno di un'offerta informativa dello spettacolo versatile, fatta di notizie simili a degli show business e di fatto l'*infotainment* trova la sua concretizzazione nei talk show, tabloid, programmi scandalistici, dove l'obiettivo è quello di sovraccaricare lo spettatore di informazioni, che hanno un alto tasso di coinvolgimento emotivo, così da poter dare più visibilità alla notizia. L'*infotainment* politico viene quindi considerato dannoso per lo sviluppo di una cittadinanza informata e competente, che sono condizioni determinanti e importanti al fine dello sviluppo di una corretta democrazia. (Mazzoleni e Bracciale, 2009).

Il populismo, porta i media a “popolarizzarsi” facendo subentrare anche la vita privata e i sentimenti. Per quanto riguarda la politica mira a adattarla alla moda e al gusto del momento. Questo concetto negli ultimi anni è stato ampiamente assorbito e reinterpretato, facendo nascere nuove tipologie di lavori, come ad esempio i cosiddetti *influencers*. Luciano Floridi, professore di filosofia ed etica dell'informazione all'Università di Oxford, il quale afferma che possono esserci diversi tipi di populismo, tra cui il populismo popolare, ossia quello degli “influencer” e il populismo intellettuale.

Gli intellettuali populistici, secondo il Professore Luciani, hanno caratteristiche specifiche che condividono con i politici populistici, inclusa la passione per l'espressione diretta delle proprie opinioni al pubblico, e hanno una comunicazione unidirezionale attraverso i

media classici o i social network come Twitter trasmettono opinioni personali. Luciani dice che il fattore fondamentale è che non abbiano un seguito, quindi un pubblico di persone che sia pronto ad ascoltare e prendere come verità quello che dicono. Il problema è che vengono interpretati come influencers su questioni serie, di cui discutono superficialmente a volte con ignoranza, il che distorce l'opinione pubblica.

Blumler e Kavanagh notano che, a differenza degli stadi precedenti, la comunicazione ora è centrifuga, mentre prima era per lo più centripeta. Questo cambiamento è dovuto all'aumento dei canali e alla frammentazione del pubblico, che consentono agli attori politici di indirizzare i propri messaggi a gruppi specifici di spettatori.

Infine, nella terza fase, troviamo il consumo occasionale di comunicazione politica. Poiché, vi è molto materiale prodotto dai media, l'elettore cambia le proprie modalità di ricezione. Infatti, i messaggi e i contenuti politici possono essere trovati ovunque, facendo così apparire la politica sempre più diluita nei diversi mezzi di comunicazione. Inoltre, il processo che subiscono i contenuti politici e anche quello di ridondanza poiché vengono riproposti contemporaneamente da più media.

Blumler sviluppa l'ultima fase con anni di ritardo rispetto alle precedenti e pone come segno di questo periodo l'anno 2000. L'autore propone dei concetti già accennati nelle fasi precedenti, ma si concentra in particolare su caratteristiche diverse. In primis, sottolinea come la comunicazione politica sia sempre più improntata verso una spinta di tipo centrifuga, perché oltre agli attori politici, i cittadini intervengono in modo attivo online, il che rende l'informazione alquanto frammentata. Viene messo in risalto il ruolo di Internet, che ha permesso la nascita di molte associazioni, come le *think tanks*⁵. Con la diffusione e l'aumento dell'utilizzo delle piattaforme digitali la comunicazione politica interpersonale, si trasforma e si trasporta nel network. I politici sono particolarmente sensibili a questo cambiamento, poiché devono essere attivi sui social media per raggiungere il maggior numero possibile di elettori.

⁵ Un think tank è un gruppo indipendente composto da esperti che si occupano di analisi e della risoluzione di problemi delle politiche pubbliche.

1.3 Le nuove tecniche ed effetti dei media

Seguendo il cambiamento della struttura sociale è stato appurato che, la comunicazione politica ha subito un profondo mutamento, i social media sono diventanti indispensabili per riuscire ad ottenere pubblicità e consenso capillarmente da un numero impreciso di utenti per divulgare il proprio messaggio. L'elettore non è più alla ricerca di un gruppo politico, ma di un volto, che sappia comunicare brevemente un messaggio in modo chiaro e con un linguaggio comprensibile e conciso. La *leadership* diviene sempre di più una *followship*: ossia un leader che funziona, è colui che attrae un maggior numero di elettori grazie alla propria capacità di immedesimarsi nelle persone e rendersi simile a loro. Di conseguenza i fattori chiave sono interessarsi alla quotidianità. Quindi, deve avvenire l'orizzontalizzazione (*life politics*), ossia la tendenza per cui i leader politici si mettono alla pari con il popolo e non tentano di nascondere la loro vita privata, ma fanno di essa lo strumento vincente. Questa tecnica è ottima per vincere il consenso e l'approvazione della community, perché ci mostra lati umani e personali del leader, facendolo apparire autentico.

David Sarnoff, afferma che essendo la politica il frutto della comunicazione all'interno della società, essa ha subito dei progressivi mutamenti nei mezzi di avvicinamento al cittadino. Si ricerca, infatti, una comunicazione rapida e immediata, che dia le risposte desiderate evitando tecnicismi basati sui fatti, andando così a creare una classe politica che diviene parte di un circolo vizioso e su questo si basa la *fast politics*. Per comprendere al meglio il significato di *fast politics* si può citare un fatto accaduto nel 2016. Quando il Presidente iraniano, Hassan Rouhani, si trovava in visita in Italia e per quella occasione fu previsto un tour dei musei capitolini e per evitare che i nudi delle statue potessero scalfire la sensibilità dell'ospite, furono coperte. Questo accaduto fu oggetto di critiche da parte dell'ora ex presidente del Consiglio Renzi che individuò come responsabile il capo del cerimoniale, Ilva Saporà. Questo è il senso della *fast politics*, si lavora per trovare un responsabile e una volta trovato si aspetta che il popolo si concentri su altro.

In altri termini, oggi importa del responsabile del fatto accaduto nel 2016? La risposta può essere ovviamente discutibile, ma data la moltitudine di notizie che ci sommergono ogni giorno, il fatto è come inesistente, se si fosse ridimensionata la scelta del soggetto

responsabile, la critica, la polemica e le conseguenze avrebbero seguito un ciclo di nascita, maturazione e morte rapido, legato al momento e non al lungo termine.

Queste nuove tecniche sono perfettamente calzanti per gli odierni mezzi di comunicazione e notizia, ossia i social network. La rivoluzione che è iniziata con Facebook e che è in perenne evoluzione non lascia scampo, tutti sono utenti, il modo per veicolare qualsiasi tipo di messaggio o notizia in tempo reale e farlo arrivare ad un numero enorme di persone è tramite un post. Parlando di numeri, in media da quanto riportato vi sono 1.84 miliardi⁶ di persone attive su Facebook ogni giorno, citando altri social network famosi, gli utenti attivi su Twitter quotidianamente sono 330 milioni⁷.

Negli ultimi anni Twitter, infatti è diventato uno dei social network più utilizzati dai leader politici e di partito a livello mondiale. Twitter ha delle caratteristiche diverse da Facebook, ma una delle principali è che l'utente deve condividere il proprio messaggio in 140 caratteri, questo implica che la scrittura deve essere breve e incisiva. All'interno di esso può anche esservi un'immagine che può creare altrettanta visibilità, come il tweet dell'ex presidente degli Stati Uniti, Obama abbracciato con la consorte Michelle per condividere la ri-vittoria delle elezioni nel 2012.

Bentivegna definisce la piattaforma come un esempio di ibridazione tra un microblogging e un social network, perché permette la pubblicazione di pensieri e notizie, creando così un evento da seguire e dà l'opportunità di poter instaurare delle relazioni tra individui.

Inoltre, la piattaforma ha un tratto che la contraddistingue dalle altre, ossia la sua natura di *storytelling*.

Lo *storytelling* è una tecnica di comunicazione, che propone al proprio interlocutore una narrazione da seguire, in questo caso l'insieme di tweet che vengono pubblicati dagli utenti unendosi all'interazione che segue una notizia si riesce a creare una narrazione di gruppo. Molto spesso accade che l'evento sia di *real-time information*, ossia che viene prodotto in tempo reale da tutte le testimonianze degli utenti che stanno assistendo all'evento e che hanno il libero pieno accesso a poter condividere e aggiornare il social. Per coordinare meglio questa azione viene utilizzato solitamente anche un hashtag,

⁶ <https://www.oberlo.it/blog/statistiche-facebook>

⁷ <https://www.oberlo.it/blog/statistiche-twitter>

rappresentato dal simbolo “#”, seguito dal nome di un fatto specifico. L’hashtag raggruppa tutte le informazioni, così da permettere di formare un’audience ad hoc, rendendo così lo *storytelling* ancora più discorsivo e interattivo. Per citare un fatto: nel 2014 fu organizzata la protesta pacifica a Hong Kong e fu utilizzato l’hashtag #OccupyCentral milioni di volte per coordinare e dare informazioni circa la protesta. Di più recente si può citare la morte di George Floyd nel 2020 che ha dato il via all’hashtag #BlackLivesMatter, il quale è stato utilizzato 47.8 milioni di volte su Twitter con una media giornaliera di 3.7 milioni⁸ che ricoprono il periodo dal 26 maggio al 7 giugno.

Anche su Twitter si vede la tecnica della *life politics*, infatti i tweet possono condividere qualcosa che ricopre la sfera privata e intima dell’utente e questo caso riguarda molto i leader negli ultimi tempi. Questo effetto è definito da Goffman (1959) *backstage*, perché essi ci danno volontariamente la possibilità di vedere quello che sta dietro un processo o un evento che si sta svolgendo in quel momento e lo rendono visibile e disponibile per tutti.

Avendo valutato quali sono i nuovi media, si può anche commentare come si sia evoluto il pensiero riguardo gli effetti che essi hanno sulle persone. Tornando agli anni Cinquanta, nel momento in cui la televisione stava acquisendo potere, nasce la tesi del rinforzo, conosciuta anche come il modello degli effetti minimi (Klapper, 1960). Il rinforzo si ricollega a quello che è stato citato nella prima fase, nel paragrafo precedente; quindi, nel momento in cui le opinioni erano fortemente dettate dal gruppo di appartenenza politico. Il rinforzo, infatti, agisce sulle opinioni preesistenti degli individui. In questo modo, gli elettori andranno a leggere le informazioni interpretandole con le proprie opinioni di base ed eliminando ciò che non riguarda la sfera di appartenenza.

Questa teoria però con il cambiamento avvenuto non può essere più applicabile ed è così che negli anni Settanta e Ottanta viene teorizzata l’agenda setting: per cui si pensa che i

⁸ M. Anderson, M. Barthel, A. Perrin e E. Vogels, *#BlackLivesMatter surges on Twitter after George Floyd’s death* (https://www.pewresearch.org/fact-tank/2020/06/10/blacklivesmatter-surges-on-twitter-after-george-floyds-death/?utm_content=bufferf0ad5&utm_medium=social&utm_source=twitter.com&utm_campaign=buffer, 10 giugno 2020)

media abbiano la capacità di influenzare ciò a cui gli individui pensano e anche dei temi di cui parlano.

Questo può avvenire in base alle notizie che vengono selezionate per essere in seguito trasmesse. Due studiosi Maxwell E. McCombs e Donald L. Shaw (1972), hanno determinato come questo processo di agenda setting influenzi i media e le conoscenze di temi sociali e politici da parte del pubblico. Una scoperta dei due ricercatori fu che vi era una corrispondenza tra l'ordine di importanza delle notizie coperte dai media e invece quali gli intervistatori ritenevano più importanti. Ad esempio, durante una campagna elettorale, la televisione suscita l'interesse nei maggiori candidati e si impegna a fare previsioni su chi vincerà, al contrario, non mostra sui canali principali i candidati che sono considerati secondari e che quindi vengono emarginati. L'opinione di W. Lippman (1922) fa ulteriore chiarezza sull'agenda setting *“è come un fascio di luce di un riflettore che si sposta in continuazione, facendo emergere dall'oscurità prima un episodio e poi un altro”*.

Inoltre, gli eventi dell'agenda setting sono responsabili della diffusione di meme⁹, perché dando molto spazio a notizie selezionate, gli argomenti sono circoscritti e da qui nascono questo tipo di contenuti. I meme hanno generalmente una diffusione molto rapida, dovuta al contenuto umoristico e di facile riproduzione che trasmettono. Non appena è apparso chiaro che i meme svolgono un ruolo importante nell'influenzare la narrazione mediatica dei candidati, essi hanno iniziato ad essere riconosciuti come elementi chiave nello sviluppo delle strategie di comunicazione dei leader, che hanno obiettivi di trasmissione e propaganda di un messaggio, ma in modo indiretto.

La condivisione di meme consiste, quindi, nello sfruttare un meccanismo ben noto negli studi di comunicazione politica, che ha stabilito la credibilità del trasmittente, il cui tentativo persuasivo o deliberato non è considerato una leva importante per la diffusione di messaggi ideologici nella comunicazione a due fasi.

La produzione dei meme si evolve attorno a due diverse funzioni: da un lato, sostenere le idee del proprio partito o del leader, e dall'altro, criticare gli oppositori. Queste due caratteristiche si possono identificare in un caso italiano: dopo che è andata in onda la

⁹ Il meme è un elemento di una cultura che viene replicato e trasmesso in rete, può essere rappresentato da mode

terza puntata della celebre serie televisiva “Game of Thrones”. Inseguito, sono apparsi sui social network meme dell’ex leader di Fratelli d’Italia Giorgia Meloni e della politica appartenente a Più Europa, Emma Bonino.



Figura 1 Meme di Giorgia Meloni

Fonte : <https://www.nextquotidiano.it/giorgia-meloni-non-oggi-game-of-thrones/>

Questi meme comparsi online avevano due scopi: in primo luogo, parlare ai fan della serie e, in secondo luogo, immettersi nel flusso comunicativo che monopolizzava il web a causa del gran numero di fan del fantasy. Si tratta di un metodo chiamato *instant* o *real marketing*, che permette di inserirsi nelle conversazioni utilizzando argomenti ed eventi di tendenza con l'obiettivo di incontrare un pubblico differente dai propri follower. Vi è pertanto una convergenza da parte di tutti i leader verso lo stesso oggetto della cultura pop, ma con dei frame diversi.

Di fatto, un'altra tecnica da citare è proprio il *framing*. Ideato da E. Goffman, il termine è traducibile in italiano con inquadramento, e ci si riferisce ad un processo per cui la narrazione di un evento si focalizza su determinati aspetti della vicenda. Goffman usava l'idea per definire "schemi di interpretazione" che permettono alle persone di distinguere e catalogare eventi e fatti, in tal modo strutturando il significato, organizzando le esperienze e guidando le azioni.

Se si riflette quando una persona cerca di spiegare un evento, la comprensione di esso, spesso, dipende da quale cornice il soggetto vi inserisce. George Lakoff, celebre linguista e docente universitario presso l'Università di Berkeley, con dei suoi studenti decise di fare un esperimento chiedendo loro di "Non pensare all'elefante!". Ovviamente, la maggior parte degli studenti non riuscì a fare a meno di pensare a un elefante, perché la sola parola aveva innescato la loro cornice.

Sommando gli effetti dell'agenda setting e del framing dei media possono avere un effetto di sensibilizzazione, il quale persuade le persone ad utilizzare criteri contenuti nella storia a nuove informazioni e argomenti.

La sensibilizzazione estende l'impatto oltre un tema specifico. L'esposizione mediatica, infatti, influisce sul modo in cui viene interpretata la vita ordinaria, oltre che sul modo in cui viene rappresentato un particolare evento.

Per comprendere meglio, è stato condotto uno studio in America da Roy L. Behr e S. Iyengar, (1985) i quali notarono che i problemi più enfatizzati nei telegiornali influenzavano pesantemente la valutazione della performance presidenziale. Pretendendo in considerazione il caso delle aggressioni razziste, si è riscontrato che se si tende a parlare di più dell'argomento, questo potrebbe spingere individui a comportarsi nello stesso modo.

CAPITOLO 2

LA COMUNICAZIONE POLITICA DI ZELENSKY

2.1 Dalla recitazione alla politica

Dal 24 febbraio 2022, data storica che segna l'invasione del territorio ucraino da parte della Russia, emerge una figura con un background alquanto insolito: il Presidente ucraino Volodymyr Zelensky.

La popolarità di Zelensky è accresciuta con una velocità a dir poco impressionante nell'ultimo anno, tanto che il settimanale "Time" lo ha incluso nella lista delle 100 persone più influenti del 2022¹⁰. La storia dell'ascesa di Zelensky si potrebbe paragonare a quella del Presidente americano Reagan, perché entrambi prima di lanciarsi nella sfera politica erano attori. Quello che distingue Zelensky rispetto a Reagan è che la sua performance televisiva non solo gli ha dato l'opportunità di arrivare alla celebrità tra gli elettori, ma è riuscito ad ottenere una fama particolare, quella di interprete del ruolo di presidente del suo Paese.

Zelensky è nato in una famiglia ebrea a Kiev nel 1978, è importante sottolineare che prima di iniziare la sua carriera da attore, ha concluso gli studi in giurisprudenza, che gli saranno utili per la sua dialettica e la sua competenza nel campo politico. Nonostante il conseguimento di quel titolo accademico era evidente la sua passione per il cinema e per il teatro che lo portò a fondare nel 1995 una sua società di produzione, Kvartal 95, che ha prodotto diversi film e caricature.

Uno dei prodotti di intrattenimento di maggior successo è lo spettacolo, *Vechernii Kwartal*, basato su sketch comici. Il programma è stato trasmesso tra il 2005 e il 2018, in lingua prevalentemente russa e con occasionali espressioni ucraine. Natalya Ryabinska, professoressa al Collegium Civitas di Varsavia, prende in considerazione per il suo studio

¹⁰ <https://time.com/collection/100-most-influential-people-2022/6177690/volodymyr-zelensky/>

12 episodi che ricoprono il periodo che va da marzo 2017 a marzo 2018¹¹. I dati dello studio mostrano che l'elenco delle persone e dei temi trattati è piuttosto ridotto. Molti sketch si basano su personaggi politici o istituzioni ed eventi politici.

N. Ryabiniska fa una dettagliata analisi e riscontra che in primo luogo, i politici che vengono presi di mira nelle battute includevano i più importanti titolari di cariche politiche in Ucraina, come l'ex presidente Petro Poroshenko. Secondo, Vitali Klitschko è stato spesso oggetto di battute anche il sindaco di Kiev, e alcuni capi di partiti politici. In terzo luogo, ci sono stati molti sketch dedicati a persone coinvolte in scandali politici, in particolare l'ex presidente georgiano Mikheil Saakashvili. Lo scandalo riguarda le dimissioni dal ruolo di capo dell'amministrazione statale e regionale di Odesa nel 2015, una regione dell'Ucraina. Poroshenko lo aveva incaricato di combattere la corruzione nella città portuale, ma un anno dopo Saakashvili decise di dimettersi accusando la leadership ucraina e Poroshenko di sostenere i funzionari corrotti di Odesa. Lo scandalo è stato aggravato dal fatto che nel 2017 Saakashvili è stato privato della cittadinanza ucraina e poi espulso dall'Ucraina all'inizio del 2018.

Da questo studio si deduce che i politici sono per lo più vittime di bullismo a causa del loro carattere e il messaggio principale che la serie televisiva vuole trasmettere è che i vertici del potere si dimettano dalle proprie posizioni, perché inadeguati. Inoltre, è significativo che ci siano attori che non sono mai stati presi di mira: da un lato vi sono i rappresentanti della società civile, rappresentanti di organizzazioni di volontariato e ONG.

Un altro programma, sempre prodotto da Kvartal 95, è la popolare serie televisiva, andata in onda nel 2015, *Sluha Narodu*, tradotta in italiano, *Servitore del popolo*, il cui protagonista è Zelensky. Il ruolo che ricopre e che lui stesso ha ideato è quello di un insegnante di storia, Vasilij Petrovyč Holoborodko.

Il protagonista insoddisfatto del governo vigente inaspettatamente viene eletto Presidente ucraino e inizia la sua missione per combattere gli oligarchi e la corruzione. È dato di fatto che i personaggi fittizi hanno il potenziale per diventare simboli e modelli. R.

¹¹ Natalya Ryabinska, 2020, *Politics as a Joke: The Case of Volodymyr Zelensky's Comedy Show in Ukraine, Problems of Post-Communism*

Coomans and P.Boulogne sostengono che il personaggio di Holoborodko abbia molti richiami alla reale identità di Zelensky.

In primis, analizzano che la bassa statura costituisca la sua caratteristica più evidente. Gli autori danno un'interpretazione simbolica al fatto che Holoborodko, in quanto presidente, sia letteralmente più basso della classe dirigente e non al di sopra del popolo. Questo è di per sé una riabilitazione dell'espressione "servo del popolo", che diventa di nuovo credibile.

Bisogna anche considerare che Holoborodko, non aveva alcuna esperienza politica antecedente al ruolo che gli viene assegnato, come d'altronde lo stesso Zelensky. Questo viene interpretato come simbolo di rinnovamento dell'élite politica.

Inoltre, il protagonista diffida dell'intera élite politica e decide di assegnare le loro posizioni ai propri confidenti, essendo la conoscenza della materia subordinata alla presunta integrità morale. Così facendo, Holoborodko diventa il simbolo di una nuova classe politica. È anche importante notare che non perde il suo senso dell'umorismo dopo essere diventato Presidente, mantenendo la capacità di mettere in prospettiva la sua posizione, egli crea una rottura con l'attuale ordine politico. In questo modo il nuovo tipo di potere politico viene preso meno sul serio. Non è azzardato affermare che Holoborodko simboleggia anche la figura storica di Zelensky. È possibile, infatti, fare una comparazione dal punto di vista biografico. Infatti, quando gli oligarchi ucraini vengono informati sulla vita di Holoborodko, apprendiamo che ha la medesima età e che ha studiato alla stessa facoltà di legge dell'attuale Presidente ucraino.

Gli studiosi sostengono che si potrebbe anche analizzare il fatto che il personaggio interpretato e Zelensky si siano ritrovati in una posizione di ampio potere e responsabilità senza nessuna esperienza politica. Tuttavia, non sarebbe appropriato questo tipo di parallelismo perché, al momento della messa in onda della serie Zelensky non contemplava l'idea di potersi ipoteticamente candidare.

Dopo il successo della serie televisiva, nel marzo 2018, alcuni dipendenti della sua casa di produzione hanno fondato un partito politico con lo stesso nome dello spettacolo. Prima della messa in onda dell'ultima stagione, Zelensky aveva annunciato la sua candidatura alla presidenza ed è subito balzato in testa ai sondaggi.

Riesce ad ottenere il 32 per cento al primo turno e il 73 per cento¹² al secondo turno delle elezioni presidenziali, sconfiggendo il Presidente uscente Poroshenko e vincendo le elezioni del 2019. La sua vittoria è stata fulminea, ottenuta in breve tempo grazie a una campagna elettorale in cui Zelensky si è posizionato come il nuovo volto della politica, diverso da tutti i suoi predecessori, in grado di trasformare l'Ucraina in una vera democrazia.

La ricercatrice Victoria Demydova, ha analizzato le elezioni che hanno portato al trionfo Zelensky contro il suo avversario Poroshenko partendo dal suo programma elettorale, che la ricercatrice definisce *“piuttosto un saggio utopico sul futuro dell'Ucraina”* rispetto a idee concrete che si possano realizzare.

Il programma era sintetizzato in frasi molto brevi che criticavano la situazione esistente e offrivano un quadro del futuro, ma non i mezzi per realizzarlo. Il programma era molto superficiale e populista di "salari reali", "pensioni decenti" e "sentenze reali" per i funzionari corrotti. Zelensky ha enfatizzato la priorità della democrazia e ha fatto riferimento alla sua forma diretta attraverso il referendum.

In seguito, ha proseguito con una proposta concreta della legge "Sul potere del popolo" e un disegno di legge sulla revoca dell'immunità dei membri del parlamento, sull'impeachment del presidente e sul ritiro dei deputati. Per quanto riguarda l'integrità territoriale dell'Ucraina, Zelensky intendeva invitare i garanti dell'accordo di Budapest di sostenere l'Ucraina e ad agire con fermezza.

Zelensky non sembrava ossessionato dalla costruzione della nazione come lo era Poroshenko. Nel suo discorso di Capodanno del 2019, ha sottolineato l'insignificanza della politica della memoria in Ucraina, portata avanti dal suo predecessore, riferendosi alla ridenominazione delle strade e lo smantellamento dei monumenti. Inoltre, il politologo ed esperto di Ucraina Taras Kuzio sostiene che, ciò suggerisce che Zelensky promuoverebbe un patriottismo inclusivo invece di un nazionalismo divisivo.

¹² <https://www.statista.com/statistics/996813/ukraine-second-round-election-results/>

Il partito politico di Volodymyr Zelensky, Sluga Naroda, Servitore del Popolo, è stato ufficialmente registrato nell'aprile 2016 e rinominato nel dicembre 2017. È un partito populista, filo-occidentale e ha una posizione anti-corruzione.

Il partito può essere definito come un partito *catch-all*¹³, perché nel suo programma molto ampio si rivolge a diversi gruppi di elettori. Nel febbraio 2019, i sondaggi del Centro Razumkov sulla valutazione dei partiti ucraini prima delle elezioni parlamentari del 2019 hanno mostrato un indice di gradimento del partito pari al 18%.

Il programma del partito comprende sedici titoli, in cui alcuni dei temi politici più importanti sono state l'abolizione dell'immunità per i membri del parlamento, il veto pubblico, l'introduzione di una legge per la tutela dei diritti umani, l'introduzione del sistema proporzionale con liste aperte e l'uso dei referendum.

Nonostante la mancanza di esperienza, il partito del presidente si è assicurato la vittoria nelle elezioni anticipate. Il Centro Razumkov ha poi suddiviso i diversi partiti in competizione sulla base del sostenimento anagrafico, dividendoli in quelli più sostenuti dai giovani e in quelli più sostenuti dalla generazione più anziana.

I partiti che hanno attratto i giovani sono stati, innanzitutto, il Partito del Servitore del Popolo in cui il 57% dei giovani sotto i 30 anni secondo le statistiche lo avrebbe votato nel giugno 2019. Tuttavia, con l'aumentare dell'età degli elettori, il sostegno è andato diminuendo leggermente; infatti, con gli elettori di età compresa tra i 50-59 anni e gli over 60 ha ottenuto rispettivamente il 27% e il 29%¹⁴. Nonostante questo leggero calo nell'elettorato anziano, si può evincere che il Servitore del Popolo è un chiaro leader.

Secondo i risultati della Commissione elettorale centrale, il partito è più popolare nelle regioni orientali, con il punteggio più alto a Dnipropetrovsk (56,7%), la regione natale di Zelensky. Al contrario, le regioni occidentali hanno dimostrato il più basso sostegno al Partito del Servo del Popolo, con il 23,09% a Leopoli. Tuttavia, in tutte le regioni dell'Ucraina il partito è sembrato essere vincitore.

¹³ Il partito *catch-all*, tradotto in italiano pigliatutto, ha come idea quella di attrarre il maggior numero di elettori attraverso la scelta di temi che trovano un ampio consenso generale.

¹⁴ <https://www.cvk.gov.ua/pls/vp2019/wp313pt001f01=719.html>

Il ballottaggio presidenziale è stato preceduto dal grande dibattito tra Petro Poroshenko e Volodymyr Zelensky allo Stadio Olimpico di Kiev il 19 aprile 2019 per presentare nuovamente i loro programmi elettorali.

Lo scambio tra i due candidati è stato intenso e ricco di colpi di scena. Petro Poroshenko è stato accusato di essere corrotto per aver venduto i prodotti delle sue pasticcerie “ROSHEN” alla Russia e di aver portato il Paese in uno stato di crisi permanente. Inoltre, è stata condannata l'incapacità del presidente di porre fine al conflitto nel Donbass, nonostante le numerose promesse fatte prima delle elezioni del 2014.

La contro risposta di Poroshenko è di accusare il suo avversario Zelensky di essere solo una pedina nel gioco di uno dei più potenti oligarchi ucraini, Igor Kolomoisky, nonché proprietario del canale privato 1+1, dove Zelensky trasmette le sue serie. Per concludere, viene accusato di aver poca esperienza e che questo lo rende debole agli occhi del presidente russo Putin. La replica di Zelensky è quasi una promessa ai suoi elettori, che avrebbe fatto ogni cosa per negoziare la pace con la Russia. Questa promessa sembra troppo grande per Poroshenko, che afferma che Zelensky sarebbe pronto ad inginocchiarsi di fronte a Puntini per arrivare a questo obiettivo. Inaspettatamente, Zelensky compie un gesto alquanto simbolico e scenico, che attira l'attenzione degli elettori: si inginocchia davanti al pubblico, dove sono presenti anche i parenti dei soldati morti nella guerra in Donbass. Di risposta Poroshenko si inginocchia anche lui, ma di fronte alla bandiera ucraina, dando così le spalle al pubblico.

Secondo Zelensky, il parlamento ucraino voleva l'annuncio dei risultati ufficiali e la cerimonia di insediamento togliessero al presidente il suo diritto di sciogliere il parlamento. Secondo la Costituzione ucraina, l'elezione della legislatura deve essere condotta il 27 ottobre e il parlamento non può essere sciolto meno di 6 mesi prima delle elezioni.

Le elezioni parlamentari anticipate di Poroshenko nel 2014 e di Zelensky nel 2019 dimostrano la volontà dei presidenti di formare una maggioranza parlamentare pro-presidenziale al fine di evitare situazioni di stallo politico. Tale crisi si era già verificata nel 2006, quando i tre principali gruppi politici del parlamento non erano riusciti a trovare un accordo. La vittoria del comico ha segnato il passaggio della politica alla sfera virtuale, dove i giovani ucraini hanno un ruolo attivo e di sostegno.

2.2 Zelensky e la comunicazione durante la guerra

È da notare che Zelensky si sta rivelando un ottimo comunicatore; infatti, possiede la capacità di veicolare un messaggio in modo controllato e significativo, anche in situazioni complesse e drammatiche. Infatti, egli facendo buon uso della sua creatività, delle sue capacità imprenditoriali e del suo passato in legge è riuscito a costruire una serie di competenze fondamentali, ancora prima di sapere che sarebbe diventato presidente.

Messe a confronto, le capacità richieste agli attori e ai diplomatici sono molto simili, esse mirano a valorizzare una serie di punti di forza e di abilità, che consentono ai professionisti di gestire le relazioni professionali. Per citarne qualcuna: la capacità di memorizzare, di essere creativi, di lavorare in squadra per raggiungere un obiettivo comune e la leadership.

Molti politologi considerano Zelensky "l'anno zero di interazione sociale in tempo di guerra", niente di simile si era mai visto prima. Il politologo e sociologo Massimiliano Panarari afferma che mai come oggi i social network sono diventati uno strumento di informazione e propaganda attorno a un tragico evento militare. I suoi canali, infatti, sono in continua crescita: ha 16 milioni di followers su Instagram, più di 2 milioni su Facebook, 5 milioni su Twitter, e cresce anche il suo canale Telegram.

Inoltre, Panarari afferma che dall'inizio del conflitto si ha assistito alla trasformazione di TikTok, che è diventata una piattaforma molto popolare per le storie di conflitto. Infatti, dall'inizio del conflitto il "feed" è stato sommerso di video di adolescenti ucraini che raccontano la distruzione che la guerra ha portato e lo stesso Presidente lo utilizza per trasmettere brevi messaggi. In poco tempo, lo staff di Zelensky è riuscito a trasformare la tragedia ucraina in un fenomeno "social pop" che ha ottenuto riconoscimenti e seguaci da parte della comunità internazionale.

Enrico Della Gatta, responsabile della Comunicazione strategica del comitato militare dell'Unione Europea, analizza la campagna di comunicazione strategica messa in atto dal Presidente ucraino, e afferma che è una campagna che sembra seguire abbastanza fedelmente il ciclo anglosassone della comunicazione strategica. Della Gatta afferma che essa si basa su cinque passaggi: definizione degli obiettivi, analisi dell'audience di riferimento, bilanciamento della strategia con l'istinto situazionale, messa in atto del

piano con l'appoggio di professionisti delle pubbliche relazioni e una valutazione degli effetti prodotti.

Il primo video apparso sui social network all'alba del conflitto, risale al 25 febbraio 2022, e compare sul profilo ufficiale dello stesso presidente ucraino. Nel video, si vede Zelensky insieme alle autorità ucraine in piedi, nel centro di Kiev, dopo che i propagandisti russi lo hanno accusato di essere fuggito dal paese a cui lui risponde con parole semplici ma che hanno un impatto importante *“Il presidente è qui. Siamo tutti qui, i nostri militari sono qui, i cittadini della società sono qui. Siamo tutti qui, a difendere la nostra indipendenza, il nostro paese.”*¹⁵.

Il video, che è diventato virale ed è riuscito a ottenere tre milioni di visualizzazioni in meno di un'ora, fa parte di uno sforzo più ampio per infondere coraggio e speranza negli ucraini e mobilitare l'opinione pubblica internazionale contro l'aggressione russa.

I primi due passaggi della comunicazione strategica proposta dal Professor Della Gatta e precedentemente menzionati sono chiaramente visibili qui: sostenere gli ucraini (definizione dell'obiettivo) e mobilitare i governi occidentali (identificazione del pubblico).

Scorrendo i post pubblicati sui diversi social media ci si rende conto di quanto sia cambiato radicalmente lo stile di comunicazione del presidente ucraino dopo l'invasione russa. Stephen Langston, Professore associato dell'Università del Galles, ha analizzato il discorso del 24 febbraio, poche ore prima dello scoppio ufficiale della guerra, quando la maggior parte dei Paesi occidentali faticavano a credere che Putin stesse per invadere uno Stato libero e sovrano.

Zelensky è apparso alla televisione ucraina con una serietà che di solito non gli viene associata, ha infatti parlato con un tono calmo, rassicurante, ma patriottico, indossando un abito scuro e una cravatta d'ordinanza. Quello che si può percepire è la sincerità e l'autenticità che evoca e queste abilità rappresentano dei requisiti essenziali anche per un attore e uno sceneggiatore. Inoltre, il messaggio viene registrato in ottima qualità con

¹⁵ Video di Zelensky del 25 febbraio 2022, <https://www.youtube.com/watch?v=tLGpbhyUSds>

telecamere professionali e con il supporto degli inserzionisti televisivi. A poche ore dalla pubblicazione di questo video, in Europa è scoppiata di nuovo la guerra e con essa si trasforma la visione di Zelensky come mero ex attore, in virtù della completa validazione del suo ruolo di leader.

Quella di Zelensky non è solo una rivoluzione dei contenuti in tempo di guerra, ma anche una rivoluzione dell'immagine. Sono vietate uniformi, abiti sartoriali e cravatte. Il leader dell'Ucraina indossa sempre una maglietta verde militare, pantaloni con ampie tasche e scarponi, ricordando l'immagine di un soldato. Un abbigliamento che viene adottato anche dalla delegazione ucraina seduta al tavolo dei negoziati in Bielorussia. L'obiettivo è creare uno strappo di immagine rispetto all'establishment russo, pomposo e ben vestito.

Zelensky è un combattente influencer, il primo nella storia a condurre una guerra da un profilo social. La convinzione che la comunicazione fosse parte integrante della strategia di difesa ucraina e l'istinto situazionale del presidente hanno fatto sì che la chiarezza del messaggio ne diventasse l'emblema distintivo. Ed ecco un punto molto importante nel funzionamento di questa campagna: *the medium is the message*¹⁶.

Questa frase, coniata dal teorico della comunicazione McLuhan, indica che la forma assunta dai media si fonde con il concetto veicolato, creando un rapporto collaborativo in cui l'ambiente influenza la percezione del messaggio. Affinché la notizia fosse immediatamente disponibile al pubblico identificato, era infatti necessario scegliere il mezzo giusto per diffonderlo rapidamente e senza intermediari. La risposta ovvia è arrivata sui social media. Oltre a una saggia scelta dei media, lo scopo del messaggio è stato trattato dai media internazionali come semplice, diretto, memorabile, ripetibile e citabile.

Lo stile di Zelensky è cinematografico, fatto di frasi ad affetto che sembrano ricalcare i film d'azione americani, per citare alcuni esempi: “*Quando ci attacchi, vedrai i nostri volti, non le nostre spalle*”, discorso fatto ai cittadini russi; “*Se vinciamo, e sono sicuro che vinceremo, questa sarà una vittoria per l'intero mondo democratico*”.

Bisogna considerare anche le modalità con cui questi discorsi vengono trasmessi, a volte tramite i canali ufficiali come le piattaforme social del Presidente con un'ottima

¹⁶ M. McLuhan, (1964), *Understanding Media: The Extensions of Man*, The MIT Press

risoluzione dei video e sottolineati in lingua inglese per aumentare la comprensione del messaggio. Invece, quando si vuole enfatizzare la presenza sul campo e la drammaticità del momento storico che il popolo ucraino sta vivendo, vengono condivisi video più spartani, girati con la telecamera interna del telefono ad una bassa risoluzione. Il messaggio cardine che vuole arrivare è: siamo qui per resistere, siamo sul campo, siamo vicini a chi combatte contro l'invasione.

Come spesso accade nelle guerre, il corpo stesso del leader diviene sia un messaggio sia un medium. Zelensky è consapevole che le azioni hanno più forte impatto rispetto le parole e così ha fatto circolare le immagini di sé stesso nei bunker con i civili e quelle in prima linea con i soldati. Tutte immagini che hanno contribuito a diffondere il messaggio *“La lotta è qui. Ho bisogno di munizioni, non di un passaggio”*, parole pronunciate nel tentativo di chiedere aiuti militari ed economici ai suoi alleati. Un messaggio con una forte carica persuasiva che ha incoraggiato i cittadini a combattere e resistere per il proprio Paese, facendo emergere Zelensky come un leader fermo e carismatico. Questo ha contribuito non solo a sollevare il morale dei combattenti ucraini, ma ha anche dato all'Ucraina più tempo per ottenere il supporto dall'Occidente. Pertanto, il messaggio ha avuto l'effetto desiderato e ha contribuito soprattutto a prevenire il crollo delle strutture governative, lo scioglimento delle forze armate e la rapida resa dell'Ucraina.

In questa prima fase della guerra, il presidente Zelensky ha usato la giusta combinazione di diverse tecniche di comunicazione. Ha trasmesso autenticità, e quando si parla di leadership autentica, si intende qualcuno che si rispecchi nella persona che si vede in televisione, ma che si potrebbe anche incontrare per strada. Inoltre, il leader ucraino ha fatto molto uso della tecnica associativa; è una delle tecniche più elementari e intuitive per l'uomo e consiste nel riuscire a visualizzare mentalmente delle immagini e legarle tra di loro con un ragionamento di qualunque natura.

Nella pubblicità come in guerra le connessioni sono fondamentali. Quando un marchio viene associato a un termine o ad un'immagine, rimane nella memoria collettiva. Un esempio fatto è quello di associare Putin al dittatore tedesco Hitler, capovolgendo così la narrativa che ritraeva il governo ucraino come "una banda di drogati neonazisti". Così facendo, questa associazione ha ricevuto la foto di copertina del quotidiano *“Time”*, dove i baffi di Hitler si sono aggiunti al volto di Putin al centro dell'immagine.

In aggiunta, il governo ucraino ha fatto ricorso anche alla guerra psicologica con l'attivazione di un sito web che permette alle famiglie russe di essere informate sulle condizioni dei propri figli, ossia soldati inviati al fronte, di cui non si hanno più notizie. La piattaforma online, chiamata RF200, è semplicemente un grande album fotografico con i volti dei soldati russi morti in battaglia o catturati dalle forze ucraine, le immagini talvolta sono molto crude, come viene sottolineato dagli ideatori del sito, ma scelgono comunque di pubblicarle. L'obiettivo che si vuol far primeggiare per giustificare l'esistenza della piattaforma è il riconoscimento delle vittime, ma lo scopo reale è di catturare le anime delle famiglie e creare una convinzione pacifista che le incoraggi ad agire per porre fine al conflitto alimentando le crescenti proteste, indebolendo così il morale e il consenso dell'opinione pubblica russa. Questa piattaforma ha violato con successo il firewall costruito dal Cremlino attorno allo spazio informativo della Russia, che ha impedito la diffusione di informazioni online dall'inizio del conflitto. Oltre a questa guerra psicologica, i media ucraini hanno diffuso immagini di soldati russi accolti e curati dal popolo ucraino. Un esempio è il video di un giovane soldato russo circondato da civili ucraini, che parla al mondo con le lacrime agli occhi al telefono con mamme mentre sullo sfondo ci sono i razzi che colpiscono gli edifici (La Repubblica, 2022).

Infine, in questa costante battaglia mediatica, condotta secondo le operazioni militari dall'inizio del conflitto, Zelensky ha coinvolto esperti di comunicazione. È noto che esiste una rete dietro le quinte fatta di professionisti delle pubbliche relazioni, lobbisti, ex funzionari governativi e volontari nelle principali capitali del mondo che hanno creato un potente meccanismo di influenza per aiutare il governo ucraino a vincere la guerra di informazione. Tra quei personaggi spiccano sicuramente Andrew Mac, consulente dell'importante studio legale americano Asters, e Yuri Kostyuk, lo sceneggiatore della serie televisiva "Servitore del popolo", che ha avuto un ruolo importante nella strategia social del presidente.

Secondo, il Professore Panarari ci sono dei limiti però a questa strategia comunicativa e questi sono esterni e oggettivi. In altre parole, anche la comunicazione più efficace in guerra non può cambiare l'esito sul campo, dove la macchina da guerra russa e la determinazione di Putin a "russificare" l'Ucraina potrebbero dichiararsi vincenti, anche se il conflitto è in continuo sviluppo. Poiché la comunicazione del leader ucraino si basa su

una strategia evolutiva, tende a stimolare fortemente il coinvolgimento emotivo nei riceventi, creando un rischio di infortunio ed errore.

2.3 Zelensky e Putin: comunicazioni a confronto

Considerato quanto emerso nei paragrafi precedenti, è opportuno mettere a confronto i due tipi di comunicazione che i rispettivi leader delle nazioni in guerra perseverano. Attraverso l'uso professionale di tutte le tecniche di marketing, i politici possono davvero comunicare: posizioni politiche; pensieri su argomenti specifici; i loro valori; la loro visione del paese; la loro vita privata per creare un confine naturale con i cittadini. Raggiungere e mantenere nel tempo il consenso, la libera comunicazione dei messaggi politici e soprattutto l'avvicinamento delle persone attraverso questi mezzi di comunicazione. In questo caso, tra i due presidenti c'è una frattura netta per quanto riguarda il loro stile comunicativo.

Per quanto riguarda il Presidente russo, Vladimir Putin, che è considerato uno dei migliori oratori russi grazie alla sua saggezza, che gli permette di creare discorsi concisi, con affermazioni chiare, utilizzando sapientemente pause e scegliendo le parole più giuste. Il metodo che utilizza Putin implica uno stile comunicativo solenne, distaccata e marziale, che vuole creare distanza e divisione. Questi elementi sono particolarmente visibili in diverse situazioni, ad esempio nelle sue riunioni con i consiglieri e i ministri vi è sempre una debita distanza, come segno di autorità. Inoltre, si può aggiungere che non solo cerca di mantenere le distanze fisiche, ma emerge anche un atteggiamento di chiusura nei confronti del dialogo. Infatti, in questi ultimi mesi, non solo ha deciso di non esprimersi sugli account social e di inasprire la censura per mantenere regole ferree, ma ha anche deciso di chiudere definitivamente Facebook, Instagram e Twitter per fermare qualsiasi forma di discussione sulle decisioni politiche prese dalla Russia.

La strategia comunicativa adottata da Vladimir Putin per giustificare il conflitto agli occhi del suo popolo si può riassumere in tre momenti: accrescere l'opposizione e retorica antioccidentale, alternando momenti in cui il leader mostra identificarsi con il popolo

russo e altri invece un cui stabilisce saldamente le gerarchie; quindi, ritorna la figura di leader autoritario. Inevitabile, infine, la chiusura di tutte le versioni alternative della storia ufficiale. Si tratta di elementi insiti nei regimi autocratici come la Russia, più interessati a proteggere la situazione interna che ad aumentare la comprensione e l'accettazione all'estero.

Esiste una traccia classica nella propaganda bellica di Putin che percorre anche l'uso strumentale del passato. La storia è uno strumento politico utilizzato dai leader per giustificare le loro teorie e le conseguenti azioni politiche. In particolare, nel suo discorso del 24 febbraio, Putin ha riscritto la storia negando l'esistenza dell'Ucraina e incolpando Lenin di aver riconosciuto Kiev all'interno dell'Unione Sovietica grazie al diritto al diritto alla secessione delle repubbliche ai sensi della Costituzione del 1924. Putin si posiziona come l'unica persona che può correggere questo errore.

Il Presidente russo preferisce rivolgersi in prima persona al suo popolo, non tenendo conto dell'opinione globale e questo atteggiamento è stato notato; infatti, il redattore John Thornhill ha scritto sul Financial Times *“L'unica audience che a Putin interessa davvero è quella a casa sua”*¹⁷. Nelle sue apparizioni pubbliche, come quella allo stadio del 18 marzo Luzhniki¹⁸, il leader del Cremlino ha basato il suo discorso su un tipo di comunicazione populista, citando non solo la Costituzione della Federazione Russa, ma anche il Vangelo con le seguenti parole *“Nessuno ha un amore più grande di chi dà la vita per gli amici”* riferendosi ai soldati russi. Questo ha contribuito a creare un senso di unione e patriottismo per il popolo russo. Putin è un leader in guerra che vuole e deve trasmettere sicurezza e forza.

Infine, è stata analizzata anche l'immagine estetica di Putin, che in forte contrapposizione con quella di Zelensky. Il presidente russo viene sempre immortalato in giacca e cravatta o con capi firmati. Questo ad impatto visivo sostiene il Professore Marco Marturano¹⁹,

¹⁷ <https://www.ft.com/content/2a11a507-80a3-4da5-9eee-4dafa4a7ee6e>

¹⁸ Discorso 18 marzo 2022, <https://www.youtube.com/watch?v=crviTauRRDQ>

¹⁹ <https://www.ilgiorno.it/mondo/putin-zelensky-comunicazione-stile-differenze-propaganda-1.7508737>

rappresenta l'immagine di un aggressore, mandando così un messaggio autorevole e istituzionale a chi lo osserva.

Il contrasto è evidente, Zelensky si fa riprendere in mezzo ai soldati, ad altezza d'uomo e in contesti che cambiano regolarmente. Comunica direttamente sui canali social con i suoi cittadini rispondendo direttamente alle accuse che gli vengono date dai propagandisti russi.

La sua comunicazione si basa sul suscitare emozioni, infatti ha un dialogo empatico con i cittadini e cerca di avere un colloquio proficuo con il nemico, ma l'obiettivo principale è la fine del conflitto. Il Presidente dell'Ucraina non usa mai toni aspri o parole offensive nei suoi discorsi, ma cerca di rivendicare la democrazia e lotta per la libertà da ogni oppressione politica. Per essere il più vicino possibile al suo popolo e non solo, usa in modo strategico i social media per inviare messaggi di speranza e patriottismo. Oltre ai messaggi politici, i social media si stanno rivelando uno strumento chiave per influenzare la discussione e cambiare la percezione pubblica su determinati argomenti.

Dalla parte di Zelensky, poi, ci sono anche le circostanze. L'Ucraina è il Paese aggredito, deve difendersi e per questo motivo ha il favore dell'opinione pubblica, che simpatizza quasi sempre per chi subisce. Come suggerisce il Professore Marco Marturano²⁰, Zelensky si trova in una condizione di svantaggio e per accentuare il tutto diffonde il proprio messaggio da luoghi dove la comunicazione è complessa, ossia dalle strade della capitale assediata. Pertanto, andando a valutare il miglior tipo di comunicazione è evidente come quella del Presidente Zelensky si stia rivelando la vincente e la più efficace, tuttavia, essa, a lungo andare può incorrere in alcuni rischi.

Esperti e politologi del conflitto parlano di banalizzazione di esso, causata appunto dalla trasformazione della guerra in corso in un evento *social-pop*, che si basa su frasi sceniche. Inoltre, l'atteggiamento che mantiene nei tentativi assidui di ricercare il consenso e l'empatia dei paesi occidentali, di aiuti economici e di intervento per aiutare la nazione, di natura sia militare che nella no-fly zone²¹, stanno giocando a suo svantaggio. Infatti, spiega il professore Marco Marturano, che le richieste di Zelensky sono fatte in modo

²⁰ <https://www.ilgiorno.it/mondo/putin-zelensky-comunicazione-stile-differenze-propaganda-1.7508737>

²¹ La no-fly zone è un'area limitata a cui non è permesso di sorvolare agli aerei non autorizzati

autoritario, basandole sul dovere di intervenire e puntando ai sensi di colpa se questo non viene fatto.

Tuttavia, l'effetto di questa invasività ha fatto nascere una reazione opposta rispetto a quanto desiderato creando così un punto di pressione²², che satura le persone di informazioni portandole ad un allontanamento.

Nonostante questo, il professore Marco Marturano²³, docente di comunicazione e spin doctor sostiene che vi sono delle analogie tra i due leader, come l'obiettivo di propaganda, infatti egli sostiene che non stia facendo una vera e propria comunicazione ma piuttosto creare adesione alla causa che sostengono. Spiega anche quale siano le differenze tra comunicazione e propaganda: la prima esiste per creare opinioni e dubbi; invece, la seconda non lascia spazio a dubbi, ma l'unico obiettivo è costruire e aumentare l'approvazione nella causa che si porta avanti.

Per introdurre al meglio il terzo capitolo, ci si vuole soffermare sui discorsi che Zelensky ha tenuto ai leaders di tutto il mondo, che sono riusciti ad attirare particolarmente l'attenzione e a riscuotere notevole successo. Kathleen Hall Jamieson, docente di comunicazione presso l'Università della Pennsylvania, ha definito lo stile comunicativo di Zelensky: *“evocativo dal punto di vista visivo e molto teatrale”*²⁴. In questo modo, Jamieson spiega, Zelensky è in grado di far simpatizzare il mondo con quello che il popolo ucraino sta vivendo e di acquisire consenso e alleati.

Il presidente Zelensky ha impiegato molto tempo e risorse nella comunicazione con l'estero, che a sua volta è propaganda volta a ottenere più sostegno e aiuto. Gli sforzi di Zelensky sembrano aver prodotto dei risultati: secondo un'analisi del Washington Post, i suoi discorsi e il tipo di comunicazione adottato sui social hanno influenzato il modo in cui i paesi occidentali hanno reagito alla guerra in Ucraina. Le risposte da parte dei paesi occidentali sono state molteplici come il rafforzamento delle sanzioni contro la Russia,

²² Il punto di pressione è un effetto marketing che consiste nella ripetitività di un messaggio, che porta i consumatori ad essere saturi degli stimoli proposti e causa stanchezza e allentamento.

²³ <https://www.ilgiorno.it/mondo/putin-zelensky-comunicazione-stile-differenze-propaganda-1.7508737>

²⁴ <https://www.washingtonpost.com/national-security/2022/03/16/ukraine-zelensky-information-war/>

l'invio di grandi quantità di armi in Ucraina, che in alcuni casi sono riuscite a cambiare il verdetto sul campo.

Da questo punto di vista, i discorsi di Zelensky hanno prodotto dei risultati anche nella politica interna di vari Paesi, in quanto sono stati in grado di riunire e creare in vari gruppi politici, anche se con idee discordanti, un obiettivo comune: la necessità di aiutare l'Ucraina.

Secondo Sean McFate, autore del libro “Le nuove regole della Guerra” e senior Fellow presso il centro studi Atlantic Council²⁵, la capacità di comunicazione così efficace di Zelensky potrebbe portare a dei risultati duraturi. I discorsi che ha tenuto nei vari paesi hanno mostrato come la comunicazione e l'uso dei media avranno un determinato peso nelle guerre future. Attualmente, ha affermato McFate: *“la Russia potrà anche vincere la guerra fatta con le armi, ma l'Ucraina sta vincendo quella della comunicazione, che è cruciale per ottenere il sostegno e la vicinanza degli alleati”*²⁶.

²⁵ Atlantic Council è una think tank creata nel 1961 con lo scopo di promuovere la leadership americana e gli accordi internazionali che si basano sul ruolo centrale della comunità atlantica.

²⁶ <https://www.washingtonpost.com/national-security/2022/03/16/ukraine-zelensky-information-war/>

CAPITOLO 3

GLI APPELLI DEL PRESIDENTE ZELENSKY AI LEADERS EUROPEI E MONDIALI

Nel seguente capitolo, verranno presentati alcuni dei discorsi più famosi ed evocativi tenuti dal Presidente Zelensky. Per una questione di temporalità e di conseguenza di evoluzione della guerra, sono stati selezionati quattro discorsi tenuti all'inizio del conflitto russo-ucraino nel mese di marzo 2022. I suoi discorsi sono stati adattati per fare appello ai valori comuni, alle storie e ai simboli emotivi importanti per ciascuna nazione, evocando immagini che risuonano nella memoria della popolazione generale.

La forza dei discorsi di Zelensky risiede anche nel fatto che vengono scritti da lui stesso, come afferma il Consigliere del Capo dell'Ufficio del Presidente, Mykhailo Podolyak. In seguito, essi vengono redatti dal team di sceneggiatori di Kvartal 95, che aggiungono figure retoriche.

3.1 Il discorso alla House of Commons

Il discorso di Zelensky alla Camera dei Comuni del Regno Unito è stato tenuto in videochiamata l'8 marzo 2022²⁷. Il Presidente ucraino decide di aprire il suo intervento facendo ripercorrere con attenzione i tredici giorni di conflitto. Il primo giorno dell'invasione sono stati attaccati all'alba da missili da crociera e con toni drammatici afferma che: *“tutti noi ci siamo svegliati e non abbiamo più dormito.”*

L'accurata cronologia del presidente ha sottolineato alcuni aspetti: ogni giorno è un'atrocità, ogni giorno è un'escalation, ogni giorno è più difficile. *"Il quinto giorno"*, ha detto, con tono spento, *"il terrore contro di noi era contro i bambini, contro le città. Ci sono stati bombardamenti continui in tutto il Paese. E questo non ci ha fatto desistere".*

²⁷ Zelensky V., (2022), *Per l'Ucraina*, Milano, La nave di Teseo, cit. p. 65-69

I razzi russi sono caduti su Babyn Yar, 80 anni dopo le atrocità naziste che commemora; il volto di Zelensky è bastato a sottolineare la gravità della linea tematica. E poi, l'ottavo giorno, *"abbiamo visto i carri armati russi colpire la centrale atomica e tutti devono capire che questo è terrore contro tutti"*.

Eppure, i bombardamenti e i razzi sono incessanti, i bambini e le città continuano a essere colpiti. Ora ci sono 50 bambini che *"sarebbero vivi, ma questa gente ce li ha portati via"*.

Infine, si sofferma sui martiri di guerra, i bambini: *"Durante i tredici giorni dell'invasione russa, sono stati uccisi cinquanta bambini, cinquanta martiri. È terribile. È spaventoso. L'annientamento. Cinquanta universi che avrebbero potuto vivere, e loro li hanno tolti di mezzo. Se li sono presi"*. Sottolineando l'atrocità e la freddezza dei soldati russi.

Nel tentativo di fare breccia nell'orgoglio nazionale dei britannici, Zelensky ha citato Shakespeare e la domanda esistenziale "Essere o non essere?". Questa domanda shakespeariana evocato dall'Amleto in cui l'alternativa è il vivere soffrendo o ribellarsi rischiando di morire. Zelensky afferma: *"Il tredicesimo giorno, la si potrebbe porre riguardo all'Ucraina, anche se non adesso. Perché adesso, con tutta evidenza, noi siamo e saremo in un paese libero. E dove, se non in questo luogo, potrei richiamare a voi quelle parole che la Gran Bretagna ha già ascoltato in passato e che sono nuovamente di attualità?"* Ha chiesto di rispettare la scelta degli ucraini, che hanno scelto la vita e la sovranità, o, semplicemente, di "essere".

Zelensky come ultimo esempio prosaico cita Winston Churchill, riprendendo il suo celebre discorso del 1940 dove esprimendo con toni solenni disse: *"Non cederemo, non perderemo! Andremo fino in fondo. Combatteremo in mare, combatteremo nell'aria, difenderemo la nostra terra a qualsiasi costo. Combatteremo nei boschi, nei campi, sulle spiagge, nelle città e nei villaggi, nelle strade, combatteremo sui monti."*

Il discorso è indubbiamente carico di un'intensità quasi teatrale dal punto di vista comunicativo, che segue lo stesso principio guida, come già avvertito nei suoi interventi: prima creare empatia con il pubblico, poi sottolineare la drammaticità della situazione attuale, e infine la richiesta di aiuto e cooperazione.

La comunicazione e il linguaggio prosaico che ha utilizzato avevano come obiettivo per chi lo stava ascoltando di identificarsi con il leader e il popolo ucraino. Infine, si rivolge

in prima persona al Primo Ministro britannico, al tempo Boris Johnson, ringraziandolo e chiedendogli di aumentare le sanzioni contro la Russia. In termini di empatia e drammatizzazione, il discorso al parlamento inglese sarà senza dubbio ricordato dai parlamentari inglesi, in quanto Zelensky ha fatto riecheggiare nell'aula dei Comuni le memorie della Seconda guerra mondiale.

Al termine del discorso, i deputati e i Lord si sono uniti in una standing ovation e il Presidente Zelensky in segno di riconoscenza per il sostegno mostrato si è toccato il petto con il palmo della mano, un gesto che ha fatto comprendere al mondo quanto il leader ucraino si senta grato per la vicinanza mostrata. Bisogna aggiungere che era la prima volta che un leader straniero si rivolgeva direttamente alla Camera dei Comuni.

La risposta del primo ministro britannico è stata esemplare: *“Mai durante i secoli di storia della nostra democrazia parlamentare, la Camera dei Comuni aveva ascoltato un discorso così”*. Ha ribadito la posizione della Gran Bretagna dicendo che: *“Il nostro Paese è e rimarrà schierato a fianco dell’Ucraina contro l’invasione russa”*. Commentando inoltre, che: *“una grande capitale è sotto il fuoco delle armi russe e il presidente Zelensky si erge con fermezza per la democrazia e per la libertà”*.

Boris Johnson conclude il suo intervento con delle parole significative, pronunciate in lingua ucraina: “Io sono ucraino”, riaffermando l’impegno della Gran Bretagna nell’aumentare le sanzioni nei confronti della Russia.

3.2 Il discorso al Congresso statunitense

Nel ventunesimo giorno di guerra, il 16 marzo²⁸, il presidente Zelensky si rivolge al Congresso americano. Il discorso è avvenuto mentre la popolazione civile ucraina si trovava vittima di un’escalation di violenza, in particolare a Mariupol e Odessa, dove vi è stato un aumento dei bombardamenti e le morti civili.

²⁸ Zelensky V., (2022), *Per l’Ucraina*, Milano, La nave di Teseo, cit. p. 92-97

Il leader ucraino ha aperto il suo intervento con un richiamo visivo impresso su uno dei monumenti più famosi americani: il monte Rushmore, dove sono rappresentati i volti di George Washington, Thomas Jefferson, Theodore Roosevelt e Abraham Lincoln. Per ricordare i principi su cui si basa l'America, ossia, il diritto alla libertà, all'indipendenza e alla democrazia.

Nel suo intervento richiama diversi eventi di una certa rilevanza, che hanno segnato la storia americana. Come primo paragone utilizza l'attacco giapponese a Pearl Harbor, dove vennero distrutte le installazioni militari americane. Questo evento ha segnato l'entrata nella Seconda guerra mondiale da parte degli Stati Uniti e Zelensky scandisce con toni seri: *“Ricordatevi di Pearl Harbor, di quella terribile mattina del 7 dicembre 1941, quando il vostro cielo si annerì di colpo a causa degli attacchi aerei.”*

Per poi citare uno dei fatti che tutt'oggi è impresso nella mente di tutto il mondo: l'11 settembre 2001. Zelensky paragona l'attentato terroristico a quello che la guerra ha portato in Ucraina ed enfatizza con le seguenti parole: *“in Ucraina l'11 Settembre succede ogni giorno, da tre settimane”*. Ha elencato inoltre, le città più colpite dall'inizio del conflitto: Odessa e Kharkiv, Černivci e Sumy, Žytomyr e Lviv, Mariupol e Dnipro.

Ha invitato gli Stati Uniti a sovrapporre potenti sistemi di difesa aerea e nuove sanzioni finanziarie russe ai trasferimenti militari, agli aiuti umanitari e ai salvataggi economici che gli Stati Uniti hanno già fornito da quando la Russia ha iniziato a bombardare le città ucraine il mese scorso.

“La Russia ha trasformato il cielo ucraino in una fonte di morte per migliaia di persone”, ha detto Zelensky attraverso un interprete. *“Le truppe russe hanno già sparato quasi 1.000 missili contro l'Ucraina, innumerevoli bombe. Usano i droni per ucciderci con precisione.”* Ha proseguito: *“Ho bisogno di proteggere il nostro cielo. Ho bisogno della vostra decisione, del vostro aiuto”*.

Zelensky ha ribadito la richiesta di una no-fly zone rafforzata dall'Occidente - una mossa che Biden e altri leader occidentali hanno respinto come equivalente all'inizio di una guerra mondiale - ma è passato rapidamente ad altre richieste specifiche che hanno ottenuto un sostegno più ampio a Washington.

Tra queste, il trasferimento di sistemi missilistici terra-aria e di aerei all'Ucraina, un ulteriore giro di vite sul commercio russo e l'imposizione di sanzioni su una gamma molto più ampia di leader politici russi, compresi tutti i membri della Duma di Stato, la camera bassa della legislatura nazionale.

“Esigiamo una risposta, la risposta del mondo, la risposta al terrore. È chiedere troppo? Vogliamo stabilire una chiusura dello spazio aereo nei cieli d’Ucraina, per salvare il nostro popolo, una zona d’interdizione aerea di carattere umanitario. Così che la Russia non sia più nelle condizioni di terrorizzare giorno e notte le nostre pacifiche città. È chiedere troppo?” Alludendo alla richiesta di una no-fly zone. La risposta del Presidente degli Stati Uniti Biden e degli alleati è stata quella di evitare un confronto militare diretto con la Russia, che secondo i leader dei Paesi della NATO potrebbe portare ad una guerra globale catastrofica con conseguenze devastanti. Inoltre, i funzionari della NATO hanno nuovamente respinto categoricamente l'idea di una no-fly zone sull'Ucraina, affermando che richiederebbe il tipo di conflitto militare con la Russia che stanno cercando di evitare. A Washington, Biden non ha fatto alcun riferimento a una no-fly zone, anche se si è impegnato a inviare più aiuti militari.

Nel suo discorso al Congresso, Zelensky ha fatto appello sia alle emozioni dei legislatori che alla loro fiducia negli Stati Uniti come leader del mondo libero. Ha ringraziato i legislatori per il loro sostegno, ma ha suggerito con severità che gli Stati Uniti non hanno ancora adempiuto al presunto dovere morale della nazione di aiutare a difendere le democrazie terrorizzate da autoritari violenti - comprese le democrazie che non rientrano nelle sue alleanze.

Egli ha parafrasato la celebre frase di Martin Luther King Jr.: *“I have a dream” - conoscete tutti queste parole. Oggi io posso dire: “Ho un bisogno”. Il bisogno di proteggere il nostro cielo, il bisogno della vostra decisione, del vostro aiuto, e vorrà dire esattamente la stessa cosa, la stessa cosa che sentite quando sentire dire: “I have a dream.”*

Ha parlato di *“nuove istituzioni e nuove alleanze”* per fermare la guerra, e ha proposto un'alleanza denominata U-24, Uniti per la pace. Continua spiegando come questa associazione sarebbe delineata: *“Un’unione di stati responsabili che avranno la forza e*

la volontà di fermare immediatamente i conflitti” sottolineando che la tempestività dovrebbe essere un punto cardine e aggiunge che se si possa ritenere necessario l’invio di armi, sanzioni e sostegno dal punto di vista umanitario, politico e finanziario.

Per concludere Zelensky si rivolge direttamente a Biden, che seguiva l'intervento dalla Casa Bianca. *"Non vedo quale senso possa mai avere la mia vita se non posso fermare la morte”*, afferma con tono severo ed emblematico, rimarcando che questa è la sua missione principale come leader. Infine, conclude con le seguenti parole: *“Come leader della mia nazione mi rivolgo al presidente Biden e a voi in quanto esponenti della vostra grande nazione. Vi auguro di essere i leader del mondo. Essere i leader del mondo significa essere i leader della pace”*.

L'intervento del leader ucraino è durato venti minuti ed è stato caratterizzato da grandi emozioni. Dall'ovazione che il Congresso ha riservato a Zelensky sia all'inizio che alla fine del suo discorso, alle reazioni a un duro video della guerra in Ucraina, che mostrava scene di genitori che piangevano mentre baciavano i figli, ucraini feriti nei letti d'ospedale, bambini in lacrime e lenzuola insanguinate sui cadaveri. *"Questo è un omicidio"*, si leggeva in una didascalia. Il video si è concluso con le parole: *"Chiudete il cielo sopra l'Ucraina"*. Il video ha suscitato diverse reazioni da parte dei legislatori, alcune delle quali hanno portato ad uno stato di forte commozione.

Nelle sue dichiarazioni, poche ore dopo, Biden ha elogiato Zelensky per aver dimostrato *"notevole coraggio e forza di fronte a un'aggressione brutale"* e ha annunciato che gli Stati Uniti avrebbero presto consegnato 800 milioni di dollari di missili antiaerei, 9.000 proiettili anticarro, 7.000 armi leggere e circa 20 milioni di munizioni.

Il New York Times²⁹ ha commentato il discorso di Zelensky spiegando che esso ha portato a un accordo reciproco tra le parti, significativo in un momento in cui la politica americana era nettamente divisa sugli aiuti all'Ucraina. Nonostante questo, ci sono stati degli interventi come quello del tenente generale Ben Hodges, ormai in congedo, che è stato comandante dell'esercito americano in Europa, ha detto che per quanto Kiev sia

²⁹ <https://www.nytimes.com/2022/03/16/us/politics/zelensky-biden-ukraine-aid.html>

riuscita a plasmare la narrativa occidentale, non è stata in grado di convincere i leader della NATO ad approvare una no-fly zone o a fornire jet da combattimento.

3.3 Il discorso al Parlamento italiano

Il 22 marzo 2022³⁰ Zelensky è intervenuto in videochiamata di fronte al Parlamento, ed è stato accolto dagli applausi e la standing ovation dei senatori e deputati presenti alla Camera dei deputati. L'elemento dell'empatia si lascia intravedere dalle prime parole in cui viene riportato il dialogo avuto con il Papa poco prima: *“Oggi ho parlato con Sua Santità Papa Francesco che mi ha riferito parole molto importanti. L'ho rassicurato sul fatto che il nostro popolo è diventato un esercito quando ha visto il male che portava con sé il nemico”*.

Ha poi illustrato la situazione complessa e tragica di alcune città ucraine, in particolare si sofferma su Mariupol evocando un parallelismo che è stato molto sentito dai parlamentari italiani: *“Le città ucraine vengono distrutte. Alcune sono già distrutte del tutto come Mariupol, (...) di Mariupol non c'è più niente, solo rovine. Una città che aveva mezzo milione di abitanti, come Genova, immaginate Genova completamente bruciata”*.

Il Presidente ucraino aggiunge che il 12 marzo, una settimana prima di questo discorso, era intervenuto ad una manifestazione a supporto dell'Ucraina organizzata a Firenze dicendo: *“Ho chiesto a tutti gli italiani di ricordare il numero 79, che era il numero di bambini uccisi. Ora purtroppo sono saliti a 117, a causa del procrastinarsi della guerra. Con la pressione russa ci sono migliaia di feriti, centinaia di migliaia di vite distrutte, di case abbandonate, i morti nelle fosse comuni e nei parchi”*.

Ancora sulla componente dell'empatia, questa volta introducendo l'elemento di responsabilizzazione: *“Noi ucraini vi siamo stati vicini durante la pandemia inviandovi i nostri medici così come voi, che ci avete aiutato velocemente e sinceramente durante l'ultima alluvione, senza chiedere nulla in cambio”*. Il discorso si conclude ancora con toni di forte gratitudine nei confronti del governo e del popolo italiano per l'aiuto che ha offerto e spirito di fratellanza tra popoli: *“State accogliendo oltre 70.000 profughi, molti*

³⁰ <https://ilmanifesto.it/il-discorso-di-zelensky-al-parlamento-italiano>

sono bambini, in Italia è nato il primo bimbo scappato dalla guerra. Dal primo giorno di questa guerra avete condiviso con noi il nostro dolore e avete aiutato con il cuore gli ucraini. Lo ricorderemo per sempre.”

Inseguito ha parlato di quelli che a suo avviso sono gli obiettivi del presidente russo Putin: *“Obiettivo finale non è l’Ucraina, ma l’Europa: è avere il controllo della vostra politica, dei vostri valori. L’Ucraina è solo il cancello per l’esercito russo per entrare in Europa”.*

Alla fine dell’intervento del presidente ucraino, l’ex premier Mario Draghi ha tenuto un suo discorso: *“Quella del popolo ucraino è una resistenza eroica, l’Ucraina non difende solo sé stessa ma la nostra pace, la nostra pace e sicurezza. Quei beni che abbiamo costruito con tanta fatica, l’Italia vi è profondamente grata”.* Ha continuato illustrando le misure che sono state adottate contro la Russia: *“Davanti all’inciviltà l’Italia non intende girarsi dall’altra parte; davanti alla Russia che ci voleva divisi ci siamo mostrati uniti come Europa. Abbiamo congelato beni per 800 milioni di euro agli oligarchi”.*

Conclude con una solenne affermazione e un solenne impegno attraverso il governo di aiutare l’Ucraina a difendersi tramite l’invio di armi e aiutandola ad entrare nell’Unione Europea, perché l’Ucraina la considera parte della nostra stessa comunità ideale e politica.

Il discorso di Zelensky era molto atteso e non è stato molto diverso dai discorsi fatti nei parlamenti di altri Paesi nei giorni scorsi. Zelensky ha utilizzato questi interventi per cercare di aumentare il sostegno nei confronti dell’Ucraina chiedendo maggiore impegno e aiuto, aggiungendo ogni volta precisi riferimenti alla storia e all’identità dei Paesi a cui si appella. Tutto ciò ha trasformato i discorsi di Zelensky in una sorta di format, dove le formule retoriche sono state accuratamente studiate e modificate in base al pubblico con cui interloquiva.

Per quanto riguarda il discorso di Zelensky, la seduta comune del parlamento è stata definita una riunione "informale", dove non era richiesta la presenza e non era previsto il voto, ma è stato comunque un evento significativo nella storia del parlamento italiano. Infatti, è interessante sottolineare che fino a quel momento solo due capi di Stato si erano rivolti ai parlamentari in seduta comune: il re Juan Carlos di Spagna durante la sua visita a Roma nel 1998, per elogiare la democrazia e Papa Giovanni Paolo II nel 2002, che aveva lanciato un appello a tutti i politici del tempo di rimanere solidali e coesi tra di loro.

A causa della straordinarietà dell'evento, era stata inviata ai senatori e deputati una e-mail, alla quale avrebbero dovuto rispondere per confermare o meno la loro partecipazione. Più di 350 parlamentari hanno deciso di non partecipare alla seduta per vari motivi, legati al lavoro, impegni personali, ideologie. In particolare, tra gli assenti si sono contati i 17 deputati appartenenti al gruppo “L’Alternativa c’è”³¹, che hanno descritto l'intervento di Zelensky come una "forzatura" e una "operazione di marketing". Hanno giustificato la loro assenza affermando che la solidarietà con l'Ucraina *"non significa cedere alla propaganda volta ad alzare l'asticella di incessanti richieste di intervento militare, come una no-fly zone o il dispiegamento di truppe che farebbero entrare formalmente l'Italia e l'Europa nel conflitto mondiale"*.

Inoltre, è stata presa in considerazione dai media l'assenza del Presidente della commissione Esteri del Senato, Vito Petrocelli, facente parte del Movimento Cinque Stelle.

La peculiarità del discorso fatto all'Italia è che Zelensky non ha cercato un effetto retorico con paragoni storici, diversamente da come è stato fatto negli Stati Uniti e in Inghilterra. La sua unica richiesta all'Italia è stata di aiuto per cercare di fermare la guerra che avanza e porta distruzione.

3.4 Il discorso all'Assemblée Nationale e al Parlamento francese

L'ultimo discorso preso in analisi è quello tenuto il 23 marzo 2022³² in collegamento contemporaneamente sia con l'Assemblée Nationale che con il Parlamento francese.

Dall'inizio dell'invasione russa, la Francia ha cercato di ricoprire il ruolo di mediatore. Infatti, il presidente francese Macron è uno dei pochi leader occidentali ad aver mantenuto i contatti con il presidente russo, ma malgrado gli assidui tentativi di chiedere un cessate il fuoco i risultati sono stati scarsi. Nonostante, il risultato Zelensky ringrazia caldamente Macron per il suo operato, ma chiede alla Francia, essendo una potenza nucleare, qualcosa

³¹ Alternativa c'è è un gruppo misto composto dai dissidenti del Movimento Cinque Stelle.

³² Zelensky V., (2022), *Per l'Ucraina*, Milano, La nave di Teseo, cit. p. 108-112

di più: *“Vi chiedo di assumervi tutta la forza della vostra leadership per mettere fine a questa guerra, voi sapete tutto e avete tutte le informazioni: l’armata russa sta distruggendo tutto, case, scuole, ospedali, tutto.”*

Il presidente ucraino ha invitato il governo francese ad offrire un maggiore aiuto all’Ucraina per cercare di porre fine a *“una guerra contro la Libertà, l’Eguaglianza e la Fraternità”*. È importante sottolineare come abbia utilizzato i valori fondamentali su cui è stata fondata la République francese. Inoltre, Zelensky si è soffermato sulla parola “libertà”, quella che Zelensky ha richiesto per il suo popolo e il suo Paese dall’inizio del conflitto e di conseguenza il suo auspicio per un esito bellico positivo.

Seguendo lo schema concettuale dei discorsi analizzati in precedenza, dove ha per ogni Paese ripreso degli episodi che hanno segnato la storia di esso e che tendenzialmente, hanno provocato molto dolore, che tutt’oggi riesce ad avere un impatto emotivo.

Per quanto riguarda la Francia, ha ricordato Verdun, la cittadina dove si consumò una delle battaglie più violente della Prima guerra mondiale con oltre un milione di morti tra soldati francesi e tedeschi: *“Dopo settimane passate a contrastare l’invasione russa, Mariupol e altre città ucraine attaccate dall’occupante somigliano alle rovine di Verdun. Come nelle fotografie della Prima guerra mondiale che tutti voi avete certamente presenti.”* La battaglia di Verdun è davvero una pagina oscura e tragica della storia del XX secolo, che simboleggia la crudeltà e la drammaticità della guerra di trincea e Zelensky lo paragona con le immagini del martirio di civili a Mariupol.

Il capo di Stato ucraino ha parlato del format Normandie, un format di negoziati per cercare di raggiungere la pace nel Donbass dopo otto anni di guerra. Di questo format fanno parte quattro paesi: Ucraina, Russia, Francia e Germania, ma da quando l’Ucraina è stata invasa tutti gli sforzi fatti ha detto Zelensky: *“sono stati stroncati dall’artiglieria russa”*.

Zelensky ha continuato dicendo che i soldati russi: *“In Ucraina hanno portato il terrore, il terrore di Stato. Ne siamo tutti consapevoli. Tutte le informazioni sono disponibili.”* Commettendo inoltre crimini di guerra ma senza curarsene, racconta dei bombardamenti avvenuti il 9 marzo su un ospedale pediatrico di Mariupol: *“Nel reparto maternità che hanno colpito c’erano persone. C’erano donne in travaglio. La maggior parte di loro*

sono state salvate, altre sono rimaste gravemente ferite. A una è stato amputato un piede, completamente maciullato. Un'altra aveva il bacino rotto. Il bambino è morto prima di nascere. I medici hanno cercato di salvarla. Hanno lottato per la sua vita. È stata lei a supplicarli di lasciarla morire. Di lasciarla andare, di non aiutarla."

Per quanto riguarda le sanzioni contro la Russia, Zelensky ha fatto una richiesta: *"Le imprese francesi devono lasciare il mercato russo. Renault, Auchan, Leroy Merlin e altri. Devono smettere di sovvenzionare la macchina militare russa, di sovvenzionare gli assassini di donne e bambini, di sovvenzionare gli stupri, i furti, i saccheggi perpetrati dall'esercito russo."*

Renault, uno dei marchi iconici della Francia, di proprietà maggioritaria dello Stato, ieri ha confermato la riapertura del suo stabilimento di Mosca il 21 marzo, dove la produzione è proseguita regolarmente. La storica "Régie" guidata da Luca De Meo ha sospeso la produzione nello stabilimento il mese scorso, adducendo problemi logistici in seguito all'occupazione dell'Ucraina da parte delle forze di Vladimir Putin. Il produttore è particolarmente presente con la controllata AvtoVAZ, che ha interrotto parte della produzione a metà marzo a causa della carenza di componenti dovuta alle sanzioni occidentali contro Mosca.

Anche il marchio Leroy Merlin è molto presente anche in Russia, il suo secondo mercato dopo la Francia. L'azienda conta 36.000 dipendenti in 107 supermercati e 62 città. I dipendenti di una famosa catena di fai da te ucraina hanno chiesto al marchio francese di interrompere l'attività in Russia il lunedì dopo, in seguito al bombardamento di uno dei suoi negozi a Kiev. Eppure, la società ha confermato di non avere intenzione di chiudere alcun negozio nel sindacato. Anche la catena di supermercati Auchan è molto diffusa in Russia, con 231 supermercati e con un fatturato di 3,2 miliardi di euro, che rappresenta oltre il 10% delle sue operazioni globali.

Zelensky ha enfatizzato che: *"Tutte le aziende devono ricordare una volta per tutte che i principi valgono più dei profitti. In particolare, il profitto acquisito a prezzo del sangue."*

In seguito al discorso del leader ucraino si sono visti dei segni di cooperazione da parte di alcune aziende citate, come ad esempio, la Renault annuncia la chiusura del suo stabilimento di Mosca e TotalEnergie smette di acquistare petrolio e tutti i prodotti petroliferi russi.

Il presidente Zelensky conclude il suo discorso ricordando le popolazioni di civili ucraini uccisi, sembrando fiducioso del ruolo che la Francia potrebbe avere in questa guerra:
“Credo che la Francia vi svolgerà un ruolo essenziale. In modo che nessuno debba più implorare la morte!”.

CONCLUSIONE

Al termine di questo elaborato si può comprendere come in una materia in perenne evoluzione come la comunicazione politica, sia difficile giungere a delle conclusioni definitive. Ritengo che il seguente lavoro non sia stato un tentativo di analizzare il Presidente Zelensky come politico né tantomeno le dinamiche belliche che sono state e sono tutt'ora in perenne evoluzione, ma è di comprendere come la comunicazione ai tempi dei social media possa avere la capacità di influenzare le sorti di una nazione e della stabilità internazionale.

Per la loro versatilità e fruibilità, i social network sono il mezzo di comunicazione politica più utilizzato dai leader, che aumentano la partecipazione democratica dei cittadini. Tuttavia, questi strumenti sono esclusivi, non tutti infatti hanno accesso ad Internet nel mondo e quindi spesso sono tagliati fuori da ciò che succede, inoltre si può aggiungere il fattore dell'età. La popolazione, infatti, si divide tra nuova generazione e vecchia, cresciuta con una comunicazione fatta attraverso la radio e la televisione. Con la possibilità di informazione globale che i social network offrono oggi si rischia di cadere anche nel fenomeno delle *fake news*, che si espande in maniera capillare e concorre alla disinformazione degli elettori, portandoli alla confusione e alla difficoltà di comprendere quali notizie siano o meno veritiere.

Il mutamento dei mezzi e di per sé della comunicazione ha contribuito alla nascita e lo sviluppo di diverse tecniche comunicative, che hanno rivoluzionato il modo in cui i politici interagiscono sui social e di conseguenza di effetti anche le reazioni degli elettori.

All'interno del panorama mondiale, la figura del Presidente Volodymyr Zelensky che è emersa dal conflitto russo-ucraino, è riuscita a colpire maggiormente la mia attenzione. Fin dall'inizio dell'invasione da parte della Russia, il 24 febbraio 2022, il Presidente ucraino si è rivelato un abile e talentuoso comunicatore. In accordo con l'analisi sviluppata in questa tesi, egli sta conducendo una guerra mediatica senza precedenti, che si è dimostrata importante tanto quella militare, influenzando anche il destino delle relazioni internazionali.

L'analisi introspettiva di questo personaggio e la successiva valutazione di tecniche di strategia comunicativa hanno portato all'individuazione di alcuni fattori decisivi nelle sue

azioni, che si sono rivelate efficaci fin dal primo giorno del conflitto: l'immediatezza nel comunicare e il contenuto dei suoi appelli.

L'impatto che è riuscito ad ottenere è stato eclatante. Fin dal suo primo videomessaggio dove, cambiando completamente il modo di vestire, ha fatto arrivare ai suoi interlocutori il messaggio che lui era un combattente e che avrebbe lottato per liberare il suo Paese dagli aggressori. Le sue tecniche persuasive sono riuscite ad ottenere empatia da parte di tutto il mondo ed in questo, il suo passato da attore ha sicuramente aiutato e influenzato il suo operato da presidente. Inoltre, egli è stato capace con la forza delle parole e dei fatti ad arrivare a creare livelli di solidarietà e comprensione tra le nazioni di tutto il mondo.

I suoi discorsi sono passati alla storia, per come sono stati scritti ed elaborati, nonostante siano diventati un format a causa della struttura ripetitiva. Essi sono pensati in una maniera esemplare e Zelensky riesce a rendere unico ogni appello riuscendo a personalizzarlo sulla base dell'interlocutore. Inoltre, la rivoluzione dei suoi interventi sta anche nel fatto che è l'unico presidente straniero che si è appellato alla maggior parte dei parlamenti del mondo attraverso una piattaforma online, una cosa mai fatta prima.

La sua unicità sta proprio nell'empatia che riesce a suscitare nelle persone, ma soprattutto nei confronti dei capi di stato e premier delle varie nazioni, facendo richieste chiare e dirette, chiedendo appoggio da parte degli alleati e sanzioni economiche che sono andate a svantaggio della Russia. Il confronto con il Presidente Putin è stato immediato per comprendere al meglio cosa differenzi il leader ucraino e il perché il suo tipo di comunicazione è più incisivo rispetto a quello del Presidente russo. La differenza nei due sta nel modo in cui si appellano ai propri interlocutori, Putin è glaciale e non gli importa di ottenere consenso dal mondo, essendo consapevole della potenza della sua nazione, invece, Zelensky è evocativo, risveglia delle emozioni attraverso luoghi comuni, paragoni storici e figure metaforiche.

In conclusione, questo elaborato descrive in dettaglio i mezzi di comunicazione, sottolineandone il valore e la rilevanza di utilizzo nel campo mediatico. Ogni singola notizia o parola abbia una validità e una forza incredibile in situazioni di emergenza come in questo caso di guerra. L'impegno e la determinazione del Presidente Zelensky hanno condotto le sorti del conflitto a diversi orizzonti, senza mai dare un esito per scontato.

La politica e la comunicazione sono strettamente collegate, perché un buon politico e leader è in primis un buon oratore. Per avere una comunicazione che sia veicolata ad un audience specifico servono dei mezzi particolare. In questo periodo storico di cambiamento anche le modalità di comunicazione, come precedente spiegato, sono differenti. Da una certa prospettiva, si può affermare che Zelensky sia un precursore di una nuova modalità di comunicazione all'interno del conflitto che può bilanciare e sostituire i colpi di pistola con i Tweet.

BIBLIOGRAFIA

- Amoretti F. (1997), *La comunicazione politica*, Roma, Carrocci.
- Arvidsson A. e Delfanti A. (2013), *Introduzione ai media digitali*, Bologna, Il Mulino.
- Bentivegna S. (2014), *La politica in 140 caratteri. Twitter e spazio pubblico*, Milano, FrancoAngeli.
- Bentivegna S. (2015), *A colpi di Tweet: la politica in prima persona*, Bologna, Il Mulino.
- De Blasio E., Hibberd H., Sorice M. (2012), *La leadership politica. Media e costruzione del consenso*, Roma, Carrocci.
- Di Gregorio L., (2019), *Demopatia: sintomi, diagnosi e terapie del malessere democratico*, Soveria Mannelli, Rubbettino Editore.
- Fenwick G., (2022), *Volodymyr Zelensky. Lottare per il futuro*, Libreria Pienogiorno.
- Fina M., Lioni G., (2022), *I grandi discorsi che hanno cambiato la Storia*, Newton Compton Editori.
- Goffman E., (1974) *Frame analysis: An essay on the organization of experience*, Harvard University Press.
- Genté R. e Siohan S. (2022), *Volodymyr Zelensky. Nella mente di un eroe*, Solferino.
- Hague R. e Harrop M. (2011), *Manuale di Scienza Politica*, Milano, McGraw-Hill.
- Mazzoleni G. (1998), *La comunicazione politica*, Bologna, Il Mulino.
- Mazzoleni G. e Bracciale R. (2019), *La politica pop online*, Bologna, Il Mulino.
- Nicodemo F. (2017), *Disinformazia, La comunicazione al tempo dei social*, Venezia, Marsilio editore.
- Riva C. (2021), *Social media e politica. Esperienze, analisi e scenari della nuova comunicazione politica*, Torino, UTET Università.
- Rudenko S. (2022), *Zelensky. La Biografia*, Nutrimenti.

Stringa P. (2009), *Lo Spin doctoring: strategie di comunicazione politica*, Roma, Carrocci.

Ventura S. (2022), *Come nasce un leader. Volodymyr Zelensky: da attore-presidente a eroe nazionale*, Rubbettino.

Zelensky V., (2022), *Combatteremo fino alla fine. I giorni della Resistenza*, Chiarelettere.

Zelensky V., (2022), *Per l'Ucraina*, Milano, La nave di Teseo.

SITOGRAFIA

<http://qualitapa.gov.it/sitoarcheologico/relazioni-con-i-cittadini/comunicare-e-informare/comunicazione-politica/index.html>

<https://encyclopedia.ushmm.org/content/it/article/writing-the-news>

<https://ilmanifesto.it/il-discorso-di-zelensky-al-parlamento-italiano>

<https://time.com/collection/100-most-influential-people-2022/6177690/volodymyr-zelensky/>

https://www.corriere.it/opinioni/22_marzo_22/noi-l-ucraina-svolta-l-impegno-fb7675d2-aa20-11ec-a7d6-08630d5b986a.shtml

<https://www.ilsole24ore.com/art/zelensky-ottimo-servitore-popolo-AEWxUnPB>

<https://www.money.it/tecniche-di-comunicazione-politica-nellera-dei-social-media>

<https://www.money.it/tecniche-di-comunicazione-politica-nellera-dei-social-media>

<https://www.thewatcherpost.it/esteri/zelensky-la-comunicazione-di-guerra-sui-social/>

<https://www.wallstreetitalia.com/chi-e-volodmymr-zelensky-da-attore-a-presidente-dellucraina/>

<https://www.wallstreetitalia.com/chi-e-volodmymr-zelensky-da-attore-a-presidente-dellucraina/>

<https://www.informazione.it/a/7567D566-7A8D-4D09-80F7-508896B76444/L-iniziativa-del-governo-ucraino-un-sito-per-consentire-l-identificazione-dei-soldati-russi-morti-in-guerra>

<https://www.lastampa.it/esteri/2019/04/20/news/ucraina-il-dibattito-delle-presidenziali-riempie-lo-stadio-1.33696548/>

<https://www.wired.it/internet/regole/2019/09/30/luciano-floridi-internet-influencer-populismi/>

<https://corriereinnovazione.corriere.it/2021/05/05/non-facciamo-megafonare-l-intellettuale-populista-l-analisi-filosofo-floridi-f1bd5c9a-ad96-11eb-a291-9e846c3a1f8f.shtml>

<https://corriereinnovazione.corriere.it/2021/05/05/non-facciamo-megafonare-l-intellettuale-populista-l-analisi-filosofo-floridi-f1bd5c9a-ad96-11eb-a291-9e846c3a1f8f.shtml>

https://www.lastampa.it/esteri/2022/02/27/news/ucraina_kiev_lancia_un_sito_web_per_ritrovare_i_soldati_russi_uccisi-2864292/

<https://www.rainews.it/articoli/2022/03/zelensky-e-la-comunicazione-politica-in-tempi-di-guerra--intervista-a-massimiliano-panarari-d3067f07-44a0-4058-acb6-861073078e6d.html>

<https://www.theguardian.com/politics/2022/mar/08/zelenskiy-brings-down-the-house-with-his-speech-to-the-commons>

<https://www.theguardian.com/politics/live/2022/mar/08/uk-politics-ukraine-war-energy-prices-boris-johnson>

<https://www.theguardian.com/world/2022/mar/08/thirteen-days-of-struggle-volodymyr-zelenskiys-speech-to-uk-parliament-transcript>

<https://www.theguardian.com/world/2022/mar/09/we-will-fight-until-the-end-how-the-papers-covered-zelenskiys-commons-speech>

<https://www.nytimes.com/2022/03/16/us/politics/transcript-zelensky-speech.html>

<https://www.nytimes.com/2022/03/16/us/politics/zelensky-biden-ukraine-aid.html>

<https://www.nytimes.com/interactive/2022/03/16/world/zelensky-congress-speech.html>

<https://www.washingtonpost.com/national-security/2022/03/16/ukraine-zelensky-information-war/>

https://www.ansa.it/sito/notizie/mondo/2022/03/21/zelensky-parla-alla-camera-tra-assenze-e-polemiche-_eb3ca16f-009c-4eaf-89fe-f4341b14ae3a.html

<https://www.terzogiornale.it/2022/03/21/zelensky-e-putin-due-modi-di-comunicare/>

<https://moked.it/blog/2022/03/22/zelensky-appello-allitalia/>

<https://tg24.sky.it/mondo/2022/03/22/discorsi-zelensky-citazioni#14>

<https://www.dire.it/22-03-2022/717374-discorso-zelensky-le-reazioni-della-politica-salvini-non-applaudo-alle-armi/>

<https://www.ilpost.it/2022/03/22/zelensky-parlamento-italiano/>

<https://www.iltempo.it/politica/2022/03/22/news/discorso-volodymyr-zelensky-parlamento-italiano-video-collegamento-deputati-senatori-assenti-m5s-pd-30922598/>

https://www.lemonde.fr/international/article/2022/03/23/devant-les-parlementaires-francais-volodymyr-zelensky-evoque-la-devise-de-la-republique-et-jean-paul-belmondo_6118854_3210.html

https://www.lemonde.fr/international/live/2022/03/23/guerre-en-ukraine-en-direct-zelensky-appelle-les-citoyens-du-monde-entier-a-se-mobiliser-l-armee-russe-sur-la-defensive_6118701_3210.html

<https://www.liberopensiero.eu/29/03/2022/esteri/putin-zelensky-guerra-di-comunicazione/>

<https://formiche.net/2022/04/analisi-strategia-comunicazione-zelensky-della-gatta/>

RINGRAZIAMENTI

Un sentito ringraziamento al mio relatore, il Professore Marco Almagisti, che mi è stato vicino nella stesura di questo elaborato e ha condiviso le sue conoscenze con me.

Un ringraziamento va all'Università di Padova, che mi ha permesso durante questi tre anni di poter partecipare a due delle esperienze più belle della mia vita: il mio Erasmus studio a Parigi e il mio Erasmus tirocinio a Barcellona. Aver avuto queste opportunità mi ha decisamente aperto la mente e messa a contatto con molte realtà, mi ha cambiata e fatta crescere.

Desidero ringraziare con tutto il mio cuore i miei genitori, che mi hanno permesso di realizzare i miei sogni e non mi hanno mai chiesto nulla in cambio. La vostra vicinanza e il vostro supporto mi hanno concesso di arrivare alla fine di questo traguardo.

Ringrazio la mia grande famiglia, che non ha mai perso occasione per supportarmi nel mio percorso universitario ed extra curriculare. Mi ritengo molto fortunata ad avervi e non smetterò mai di ringraziarvi per l'affetto che mi trasmettete ogni giorno.

Infine, ringrazio di cuore tutti i miei amici e le mie amiche, coloro che ci sono stati da sempre e quelli che ho trovato durante questi anni. Siete per me una fonte di ispirazione e sostegno e non potrei essere più felice di avere ognuno di voi nella mia vita.