

La transformació del sistema televisiu a la Rússia postsoviètica. Vint anys de lluita per l'hegemonia mediàtica

*The transformation of the television system
in post-Soviet Russia. Twenty years of struggle
for hegemony in media*

Frederic Guerrero-Solé

Professor i investigador del Departament de Comunicació
de la Universitat Pompeu Fabra.

La transformació del sistema televisiu a la Rússia postsoviètica. Vint anys de lluita per l'hegemonia mediàtica

*The transformation of the television system in post-Soviet Russia.
Twenty years of struggle for hegemony in media*

RESUM:

La dissolució de l'URSS el desembre de 1991 va provocar la desaparició del monopoli informatiu i mediàtic soviètic. La política de privatitzacions dels actius estatals, acompanyada d'una competició salvatge per apropiarse'n (Castells, 2001), va tenir com a conseqüència una transformació absoluta de tots els sectors econòmics i, en particular, del sector dels mitjans de comunicació. L'entrada de companyies privades i la transformació del model de negoci van desembocar en una lluita entre la nova oligarquia per aconseguir l'hegemonia mediàtica. Aquest article té com a objectiu l'anàlisi dels principals canvis que van tenir lloc al sector dels mitjans durant els vint anys de democràcia russa i, en particular, de l'evolució del sector de la televisió des de la primera fase de liberalització, que comença l'any 1991, dominada pels oligarques afins a Ieltsin, fins a l'actual model de control hegemònic per part d'empreses i oligarques afins als governs de Putin i Medvédev.

PARAULES CLAU:

televisió russa, ORT, NTV, oligarquia, hegemonia, Gazprom.



The transformation of the television system in post-Soviet Russia. Twenty years of struggle for hegemony in media

*La transformació del sistema televisiu a la Rússia postsoviètica.
Vint anys de lluita per l'hegemonia mediàtica*

ABSTRACT:

The dissolution of the Soviet Union in December 1991 caused the disappearance of the Soviet media and informative monopoly. The policy of privatization of state assets, accompanied by a wild competition for their appropriation (Castells, 2001), resulted in a complete transformation of all economic sectors, particularly the media sector. The entry of private companies and the transformation of the business model led to a struggle between the new oligarchs to achieve hegemony in media. This article aims to analyze the main changes that took place in the media sector during the twenty years of Russian democracy and in particular the evolution of the television industry from the first phase of liberalization that began in 1991 (dominated by the oligarchs close to Yeltsin) to the current model of hegemonic control by companies and oligarchs close to Putin's and Medvedev's governments.

KEY WORDS:

Russian television, ORT, NTV, oligarchy, hegemony, Gazprom.

Introducció

La *perestroika* de Gorbatxov i la posterior desaparició de l'URSS van obrir una etapa de transformació en les maneres d'estructurar la televisió en el desaparegut espai soviètic de comunicació. El model de mitjans monopolista, centralitzat, controlat per l'aparell del Partit Comunista de la Unió Soviètica (PCUS), va ser substituït per un de liberal que obria les portes a la propietat privada i a la pluralitat informativa. En el present article, s'analitza quina ha estat durant els darrers vint anys l'evolució del sector de la televisió a Rússia, i es presta una atenció especial a aquells aspectes que fan referència a la propietat dels mitjans i a les lluites per l'hegemonia política, econòmica i ideològica a Rússia que han influït decisivament en l'estructuració del sector de la televisió.

Per tal de realitzar aquesta anàlisi, s'utilitzen principalment, tant a nivell teòric com metodològic, les aportacions en el camp de l'estudi del mitjà televisiu a Rússia d'autors russos —principalment d'Íltxenkov, Muràtov, Tsvik i Katxkàeva. Dels treballs d'aquests autors, es recullen en el present article aquells que fan referència als canvis produïts en la propietat dels mitjans, les vinculacions entre els mitjans i els poders polític i econòmic russos, les diferents estratègies utilitzades des del poder per aconseguir el control dels mitjans no afins a la política governamental, la influència de les eleccions parlamentàries i presidencials en la configuració dels principals actors del sector, i a alguns dels principals aspectes de la realitat russa post-soviètica que van adquirir protagonisme a través dels mitjans —com el cas de les guerres a Txetxènia— i que van tenir també una incidència en la configuració del sector. En relació amb aquests punts, també s'analitzen les principals resolucions presidencials que han tingut un efecte determinant en l'ordenament del sector de la televisió sorgit a la Rússia posterior a l'URSS. En aquest sentit, doncs, l'article se situa dins la perspectiva teòrica de l'economia política. Tanmateix, i pel que fa a les aportacions teòriques russes citades en l'article, cal esmentar que les escoles teòriques russes només darrerament s'han anat adaptant de manera gradual als corrents teòrics occidentals; en conseqüència, es fa difícil determinar les perspectives dels autors i en les seves obres es combinen diferents aspectes d'anàlisi dels mitjans i de la televisió.

L'objectiu de l'article és determinar com els actors polítics i econòmics afins als diferents poders democràtics de la Rússia postsoviètica han definit l'ordenació del sector de la televisió per tal d'aconseguir l'hegemonia, tant en el sentit econòmic, de propietat dels mitjans, com en el sentit d'imposició de les seves línies ideològiques. Es diferencien dues fases en l'evolució de la televisió en l'etapa postsoviètica, recollides també per autors com Íltxenkov i Katxkàeva: la primera de les etapes va des de la desaparició de l'URSS fins a les eleccions presidencials de 2000, quan Putin guanya les eleccions; la segona etapa va del 2000 a l'actualitat. Aquesta divisió queda justificada pel fet que el canvi presidencial té com a conseqüència la desaparició de l'escena dels principals propietaris opositors a Putin, i l'adquisició de les principals televisions per oligarques o empreses directament vinculats al president.

Una de les principals tesis d'aquest article és que en l'evolució dels mitjans a la Rússia postsoviètica l'estratègia del poder polític ha estat aconseguir —o, de fet, recuperar— l'hegemonia mediàtica que havia tingut el règim soviètic abans de 1991. Per tant, des d'una perspectiva gramsciana, el període 1991-2010 s'ha caracteritzat per una lluita per l'hegemonia en una societat en plena transició. El concepte d'hegemonia de Gramsci (Fernández Buey, 2001) fa referència a la dominació d'una classe o bloc social per sobre dels altres, així com al consens o consentiment de la majoria. En el cas rus, són els poders econòmics —l'oligarquia— i polítics —els hereus del sistema soviètic— sorgits de la desfeta soviètica, els qui lluiten per obtenir les posicions que els permetin exercir la dominació. Els mitjans de comunicació, en aquest sentit, són una part fonamental de l'anomenat *aparell d'hegemonia* (Buci-Glucksmann, 1976). Tot i que la teoria de l'hegemonia tal com era concebuda per Gramsci s'aplicava a les societats burgeses occidentals, en aquest article es recull i se segueix la justificació de Hobsbawm —recollida també per Lester (1995)— referent a l'aplicabilitat de la perspectiva teòrica gramsciana en societats en transició, en què té lloc un procés de construcció d'una nova economia, política, ideologia i cultura (Gruppi, 1978). Precisament Lester (1995) aplica el mateix marc teòric en l'evolució del sistema de partits polítics i les lluites pel poder a la Rússia postsoviètica.

Afegit a la teoria de l'hegemonia, una altra de les hipòtesis proposades és que els usos polítics dels mitjans de comunicació a la Rússia postsoviètica no han diferit gaire dels usos postulats pel líder de la Revolució Russa, Vladímir Íltx, Lenin. En aquest sentit, cal destacar el romanent en la majoria de polítics i empresaris russos de la perspectiva autoritària leninista. Aquests fan una versió adaptada a la nova realitat russa dels principis leninistes sobre la premsa, recollits a l'obra de Saifulin (1972). Entre aquests principis, hi ha el fet que els mitjans han d'estar al servei del govern, no han de posar en dubte la seva doctrina i, tot i la liberalització del mercat, han d'estar al servei de la ideologia dominant.

Finalment, cal afegir que l'article es fixa, principalment, en les tres grans televisions russes —Pervi Kanal, NTV i Rossia— i, en particular, en les lluites que han tingut lloc per aconseguir el control de les dues primeres, de propietat semiestatal i privada, respectivament.

La reestructuració de la televisió russa. L'aparició de la televisió privada a Rússia

La desintegració del monopoli dels mitjans de comunicació soviètic, Gosteleràdio, va desencadenar una dura batalla per repartir-se'n el patrimoni, dins del procés accelerat, tal com apunta Castells (2001), de liberalització i privatitzacions dut a terme pels polítics reformistes russos, interessats en un ràpid desenvolupament del capitalisme a Rússia. La televisió central es va convertir en Ostànkino, que emetia

pel primer canal. Pel segon canal, emetia la que havia estat la televisió del govern de Ieltsin, RTR. Ambdues, a més, es van repartir el quart canal i el tercer va quedar en mans de MTK (Moscou Televisió) i de la primera televisió comercial russa, 2x2. A més, la liquidació de Gosteleràdio va provocar el naixement de tot d'estudis regionals amb estatut de companyies estatals autònomes. El debilitament de l'Estat va tenir com a conseqüència l'aparició de companyies de televisió semilegals, i el sector es va sumir en un caos que només va quedar resolt, en part, amb la introducció, l'any 1992, de les llicències per als canals, fet que va permetre un millor ordenament de l'espai televisiu.

El panorama televisiu es va transformar del tot. Van nèixer entitats fins aleshores inexistents, com les productores de programes, que oferien els seus productes a les televisions, fins i tot a les estatals. Paral·lelament a l'establiment de companyies no estatals, es va incrementar enormement el nombre d'agències de publicitat per a televisió. En aquest context de liberalització del model televisiu rus, les empreses estrangeres van començar a interessar-se pel mercat televisiu i es van fundar les primeres companyies mixtes que es dedicaven a la producció i venda de programes. Va esdevenir-se, doncs, un canvi fonamental en el model televisiu rus, pel fet que, en principi, ja no era ni el partit ni la seva ideologia els que regien les formes i els continguts de les programacions, sinó el seu rendiment econòmic. La dictadura de la ideologia va ser substituïda per la del capital i, en conseqüència, el rendiment econòmic també va anar per davant de l'ideològic. Segons Gifreu (1996), la pugna per la publicitat i les audiències se situà al centre d'interès.

La televisió plural

Un dels fets més destacables en aquest període de liberalització del sector televisiu va ser el naixement, el 10 d'octubre de 1993, de la companyia NTV, amb el suport econòmic de Most-Bank i el banc Stolixni. El seu noticiari *Segódnia* («Avui»), emès pel canal petersburguès de la televisió estatal, va significar un impuls definitiu a la pluralitat informativa. NTV de seguida va cridar l'atenció de l'audiència pel seu estil innovador i es va convertir en un fenomen social. En un principi, va compartir el quart canal: NTV feia la programació de nit, a partir de les sis del vespre. A més, NTV va esdevenir una peça essencial en la formació de l'opinió pública al país i un actor fonamental en els processos electorals a partir del seu naixement. Va ser precisament a través de NTV que l'audiència russa —o, més exactament, els habitants de Moscou i d'algunes altres grans ciutats del país— va poder seguir la guerra txetxena en directe, la primera guerra televisada a Rússia, des d'un punt de vista independent, encara que aquesta independència fos, segons Mickiewicz (1999), limitada. Amb NTV, doncs, es va institucionalitzar la televisió plural i es va trencar, definitivament, amb el domini monopolista i obsolet de la informació que fins aleshores havien tingut les autoritats soviètiques i russes.

La televisió pública russa

Un altre dels canvis fonamentals en aquest període posterior a la dissolució de l'Estat soviètic va ser la semiprivatització del primer canal rus. El 29 de novembre de 1994, el president de la Federació Russa va signar el Decret núm. 2133, sobre la millora en l'explotació del primer canal de televisió (Moscou) i la seva xarxa de difusió, que establia la creació de la societat accionària Obhtxéstvennoe Rossiiskoe Televidenie (ORT, la televisió pública russa). I, tot i que el 51 % de les accions eren de propietat federal, el decret va significar la fi a més de mig segle de monopoli estatal sobre el principal canal de televisió del país.

El president de la Federació Russa va acceptar la proposta de la Companyia Estatal de Ràdio i Televisió de Rússia, Ostànkino, de ser cofundadora d'ORT,¹ amb l'objectiu de desenvolupar una televisió independent i garantir la llibertat d'expressió i d'informació, i es va establir que la nova companyia utilitzés el primer canal de la televisió federal, així com els sistemes de satèl·lit russos. Va ser l'aposta de l'elitsin per una televisió pública a l'estil occidental. Però, segons Tsvik (2008: 90), la desaparició d'Ostànkino i la creació d'ORT no van suposar l'aparició d'una veritable televisió pública, ja que ORT no havia d'observar cap legislació sobre les obligacions del servei públic pel simple fet que a Rússia no existia cap llei en aquest sentit. En paraules de Zassoursky (2004), el qualificatiu *pública* era, en aquest cas, una paraula buida, ja que ORT no tenia res a veure amb la televisió pública tal com es concep a Europa.

La televisió en mans de l'oligarquia

Hi ha dos aspectes d'ORT que cal destacar i que marquen, en gran mesura, l'evolució del mercat televisiu rus durant la primera meitat de la dècada dels noranta. El primer fa referència a l'assassinat del director general del primer comitè de direcció d'ORT, Vladislav Lístiev, succeït el dia 1 de març de 1995, només trenta-quatre dies després d'accedir al seu càrrec i d'haver anunciat les seves intencions de revisar els contractes publicitaris de la companyia. Aquest fet va posar de manifest les lluites acarnissades pel mercat publicitari de la televisió a la Rússia de la dècada dels noranta. El segon, una qüestió fonamental i, en certa mesura, enigmàtica: la propietat d'ORT. Des de la seva fundació, fins a principis del segle XXI, el propietari *de facto* va ser el magnat Borís Berezovski, que controlava el 51 % de les accions de la companyia a través de diverses empreses. Tal com destaca Zassoursky (2004), el magnat era el veritable propietari i director de la política d'ORT. Posteriorment, aquest títol va passar a mans d'un altre magnat, Roman A. Abramóvitx, proper a Vladímir Putin, encara que Mikhaïl Lesin —ministre de Premsa i Mitjans de Comunicació de Massa de 1999 a 2004— sempre ha negat la relació de l'oligarca amb les companyies propietàries d'ORT (Zassoursky, 2004). En definitiva, tot i les seves

aspiracions de televisió pública, ORT, després rebatejada com a Pervi Kanal, no ha deixat mai d'oïre als interessos del règim i dels empresaris que li han estat fidels.

Si al fet que ORT sempre hagi estat en mans d'oligarques hi afegim el fet que NTV també estava en mans d'un magnat, Vladímir Gusinski, podem concloure que la independència de la televisió russa de la ideologia soviètica va conduir a la dependència dels sectors empresarials enriquits durant l'etapa de privatització de l'era eltsin, que van emprendre una estratègia de concentració de mitjans amb capital polititzat per influir en l'opinió pública. En aquest sentit, i a pesar de les opinions d'altres autors com Castells, Zassoursky (2004) afirma que, com a norma, en els primers estadis de desenvolupament del mercat, l'èxit comercial es tenia per secundari comparat amb l'impacte dels mitjans en determinats mercats d'influència.

Una independència fugaç

La mostra definitiva de la feblesa de la independència dels mitjans de comunicació a la nova Rússia es va posar de manifest durant la campanya electoral de 1996. Quan tots els pronòstics donaven com a guanyador el partit comunista i la popularitat de Borís eltsin s'acostava al 5 % a només quatre mesos de les eleccions, tots els programes informatius que havien obtingut la confiança dels teleespectadors van endegar una política conjunta de suport al president. Evidentment, això no va suposar cap inconvenient per als dos canals afins al Govern rus, ORT i RTR. Tanmateix, NTV, l'anomenada televisió independent i objectiva, tampoc va ser-ne una excepció. Els mitjans d'informació tornaven a la seva tasca propagandística només cinc anys després de la desaparició del règim soviètic, en aquest cas per impedir el retorn del Partit Comunista a la direcció de Rússia.

Els dos gegants dels mitjans de comunicació, Vladímir Gusinski (NTV) i Borís Berezovski (ORT), van transformar voluntàriament, tal com afirma Mickiewicz (1999), les seves plataformes en mecanismes de suport al règim i ells mateixos es van promocionar a llocs importants de les institucions estatals. Un exemple de la connivència entre els mitjans i el Govern va ser el d'Igor Malàixenko, el director de NTV, que va acceptar el càrrec de conseller de mitjans de comunicació de l'equip electoral de eltsin sense deixar el seu lloc a la cadena (Muràtov, 2000). Precisament NTV havia aconseguit una enorme credibilitat entre els espectadors russos, sobretot per la seva cobertura de la primera guerra de Txetxènia. Els responsables de les televisions no van ocultar, doncs, les seves preferències per eltsin i van posar a la seva disposició les tècniques de persuasió política més modernes per tal que el president guanyés les eleccions.

En definitiva, es va posar de manifest que, tot i la caiguda del règim comunista, la reestructuració de la televisió estatal, la conversió del primer canal en una societat anònima amb vocació de servei públic, la irrupció de les televisions privades

amb vocació d'objectivitat, la pèrdua del control per part de l'Estat dels mitjans de comunicació, la independència del sector dels pressupostos estatals, i molts altres factors que havien transformat el panorama comunicatiu des de principis de la dècada dels noranta, a pesar de tot això, tots els mitjans es van posar d'acord per construir una única veritat. Aquest fet va posar en dubte l'objectivitat dels mitjans i va fer palesa la inexistència, aleshores, de sectors polítics oposats que asseguressin un equilibri entre les diferents forces polítiques.

Després de la reelecció de Borís Ieltsin, els qui li havien donat suport van rebre les corresponents compensacions, com ho demostra el decret del 10 d'octubre de 1996 en què, per una quantitat ridícula, NTV va rebre la llicència d'utilització del quart canal, que abasta tot Rússia durant les vint-i-quatre hores del dia. Berezovski i Lesin, evidentment, també van rebre les gratificacions estatals en forma de càrrecs polítics (Zassoursky, 2004). Aquest fet, doncs, evidencia el consens —o la fabricació del consens— entre els sectors polític, econòmic i mediàtic per garantir l'hegemonia dels grups afins a Ieltsin.

Apogeu i decadència de la televisió dels oligarques

El període 1996-2000, anomenat del *capitalisme oligarca*, que va des de la reelecció del president Borís Ieltsin fins al nomenament i posterior elecció del seu successor, Vladímir Putin, és l'època de les guerres informatives entre les diferents plataformes televisives, de la politització de la televisió i de la inversió econòmica i política en el sector dels mitjans de comunicació per aconseguir influència en el poder. Aquest període va acabar amb una tendència que es consolidarà posteriorment amb l'arribada de Putin a la presidència: l'enfortiment de la posició de l'Estat en el sector dels mitjans de comunicació, que va conduir a la desaparició del model de televisió independent de NTV, i al retorn de les empreses estatals a posicions pseudomonopolistes.

Durant la segona meitat de la dècada, tot i la crisi econòmica, prolifera la creació de nous canals de televisió privats, la majoria en mans d'oligarques que els utilitzen per als seus objectius polítics. STS, una companyia fundada el 1989 per l'empresari americà Peter Gerwe, va començar a emetre el 1994 i el 1996 ho va fer el seu canal nacional STS, a través de satèl·lit, des de Moscou. REN TV va començar les emissions l'1 de gener de 1997. Aquest mateix any es va crear TV-Tsentr, un canal moscovita que tenia com a finalitat donar cobertura a les ambicions polítiques de l'alcalde de Moscou, Iuri Lujkov. TV Stolitsa, televisió moscovita d'informació sobre la vida política i social de la capital del país, va començar les seves emissions l'abril de 1998. El principal accionista de la companyia és el Departament de Patrimoni de la ciutat de Moscou (controla el 65 % de les accions). L'any 1999 es va crear TV-6, canal controlat per l'oligarca Borís Berezovski. Tampoc cal oblidar el canal del Govern de Sant Petersburg, hereu de la Televisió de Lenin-

grad, Peterburg - Piatí Kanal. Aquest canal va nèixer el 1938 (fins a principis de la dècada dels noranta s'anomenava Secció de Televisió del Comitè de Radioinformació de Leningrad, i va emetre a tota la Unió i a tot Rússia fins al 1998). A partir del novembre de 2007, el cinquè canal petersburguès va adquirir l'estatus de canal de tot Rússia, segons la modificació del Decret núm. 1019, de 6 d'octubre de 1995, sobre la millora de la televisió i la ràdio a la Federació Russa. Altres canals que van començar les seves emissions durant aquest període van ser els musicals MuzTV (1996) i MTV-Rossia (1998), el cultural de la VGTRK, Kultura (1997), o el canal d'entreteniment TNT (1998).

El reforçament del paper de l'Estat

La greu crisi econòmica que va patir Rússia durant l'any 1998 va posar fre temporalment a l'evolució del sector televisiu. En aquest context de crisi, de pèrdua del control de la informació, de proliferació de noves plataformes en mans de grups amb interessos econòmics i polítics, i de predomini dels continguts provinents dels EUA que transmetien valors fins aleshores aliens a la cultura russa, s'observen els primers moviments de l'Estat rus per reforçar la seva presència en el sector dels mitjans de comunicació que donaran pas a una nova etapa en el desenvolupament de la televisió a Rússia. El primer d'aquests moviments va ser el Decret presidencial núm. 511, de 8 de maig de 1998, sobre la millora de les tasques dels mitjans de comunicació estatals. Com a conseqüència d'aquest decret, el 1999, es va crear un hòlding estatal de mitjans de comunicació electrònics amb base a la VGTRK, que incloïa mitjans regionals i que havia de convertir-se en un instrument de reforçament de l'Estat, al servei de l'Administració presidencial i amb l'indubtable objectiu de servir d'eina política en un moment en què havien de tenir lloc les eleccions parlamentàries i presidencials. Es van unir tots els actius mediàtics de la VGTRK —entre els quals Rossia (RTR); Kultura; les ràdios Maiak, Ràdio Rossii, Orfei, RIA Nóvosti; companyies regionals, i centres tècnics, als quals es van afegir posteriorment la ràdio Noltalgia i el canal Sport— i es va formar la major companyia de mitjans electrònics de comunicació de massa de Rússia.

A part de la creació del hòlding, després de la crisi es va prendre la decisió de suprimir, el juny de 1999, l'FSTR (Servei Federal de Televisió i Ràdio) (Íltxenko, 2008) i les seves funcions van ser novament traspassades al Ministeri de Premsa, Televisió, Ràdio i Mitjans de Comunicació, encapçalat pel magnat dels mitjans Mikhaïl Lesin, propietari de Vídeo International, que no va renunciar a la possibilitat de dirigir-ne l'estructura comercial tot i ser un funcionari d'alt grau. Katxkàeva (Zassoursky, 2005) opina que la nova etapa que s'obre en el sector dels mitjans de comunicació a Rússia es caracteritza per la instrumentalització amb finalitats polítiques, la connivència entre poder i mitjans i el començament d'un nou canvi de discurs en aquests mateixos mitjans que transporta de nou a l'etapa soviètica. Segons Katxkàeva,

a principis de 1999 va començar a prendre forma una nova línia política de reforçament organitzatiu i financer del sistema de televisió estatal per reforçar la idea d'estat; s'apropaven les eleccions parlamentàries i presidencials, els oligarques estaven dividits, Berezovski va apostar per Putin, Gusinski en contra del successor. Es va desencadenar una nova guerra informativa i van retornar al camp informatiu els conceptes de *propaganda estatal*, *idea nacional* i *els nostres i els no-nostres*.

En definitiva, l'etapa que havia començat el 1990 amb la pèrdua del monopoli informatiu de l'Estat començava a tancar-se definitivament. Havien passat nou anys de relativa llibertat, d'experimentació amb els mitjans, de lluites acarnissades per aconseguir influència política i econòmica. Però les elits dirigents, que ja havien mostrat el 1996 la seva escassa disposició a entregar el poder, es preparaven per a una nova batalla informativa, tot assegurant-se jugar en una posició avantatjada.

Les eleccions de 1999 i 2000. Una nova lluita per l'hegemonia política

La campanya mediàtica de 1996 a favor de Ieltsin havia posat de manifest l'enorme poder d'influència de la televisió en l'opinió pública russa. Per aquest motiu, els anys següents es van caracteritzar per una lluita per aconseguir posicions en aquest mercat. Katxkàeva (Zassoursky, 2005) destaca que els sectors bancari i empresarial, que s'havien unit el 1996 per donar suport a Borís Ieltsin i evitar el retorn dels comunistes, ara s'enfrontaven en una lluita freqüent a freqüent per quedar-se amb les restes que encara quedaven per privatitzar i, d'aquesta manera, aconseguir influència en el poder.

Però, a diferència del que havia succeït en les eleccions presidencials de 1996, els anys 1999 i 2000 els canals de televisió no van donar suport unànimement a un únic partit o candidat, sinó que, defensant cadascun d'ells els seus interessos econòmics i polítics, es van decantar per diferents opcions. Els dos fronts principals van ser encapçalats, per una banda, pels canals estatals progovernamentals (RTR, ORT i TV-6), que donaven suport al candidat Vladímir Putin; i, per l'altra, pels mitjans de Gusinski i els controlats per l'alcalde de Moscou, Iuri Lujkov, (NTV, TNT i TV-Tsentri), que apostaven pel candidat Evgueni Primàkov.

A pesar que les decisions de la Comissió Electoral van ser, en un principi, molt més raonables que les preses l'any 1996 (Muràtov, 2000), de seguida es va obrir un front entre els dos principals blocs polítics, Edinstvo (La Unitat), progovernamental, i Otétxestvo - Vsia Rossia (La Pàtria és tot Rússia), de l'alcalde de Moscou, Iuri Lujkov, i l'antic ministre d'Afers Exteriors, Evgueni Primàkov, i van convertir la televisió en el camp de batalla polític, en què no es va respectar cap de les normes imposades per la Comissió Electoral i de nou es va fer palesa la necessitat d'un codi ètic per als professionals de la televisió. Per Muràtov (2000), el menyspreu a qual-

sevol tipus de reglamentació feia temps que s’havia convertit en una tradició a Rússia. Mesos abans de les eleccions es van fer intents d’establir unes normes entre els professionals de la televisió, pactes de no-agressió i d’objectivitat, de protecció de la vida privada dels polítics i d’igualtat en el tractament i en l’accés als mitjans dels diferents candidats. Però la pràctica va demostrar que només havia estat paper mullat. I van ser precisament els canals de propietat estatal els que primer van transgredir aquestes normes.

L’estiu de 1999 ORT va endegar el seu atac contra NTV, tot demostrant que el canal era a punt de fer fallida. Evidentment, NTV va respondre a l’escomesa i va començar una cruenta batalla entre els dos canals, precedent de la batalla electoral que es lliuraria *a posteriori*. Els periodistes, al servei dels oligarques, se sentien alliberats de la responsabilitat d’explicar la veritat, utilitzaven qualsevol mitjà per aconseguir els seus objectius. Es van transgredir totes les normes ètiques i cada vespre el país era l’espectador de la confrontació entre els diferents bàndols d’oligarques (Muràtov, 2000). En un context dominat per les mentides, les acusacions, les campanyes de descrèdit, la compra dels mitjans de comunicació amb finalitats polítiques i la pèrdua definitiva de l’objectivitat —no només d’aquells que mai no l’havien considerada, sinó també dels que, com en el cas de NTV, n’havien fet la seva professió i el *leitmotiv* de la seva existència—, entra en el lèxic rus el mot *kompro-mat*, que fa referència als materials comprometedors que publiquen i emeten els canals de televisió amb la intenció d’abatre els oponents polítics.

Un dels indicadors de l’efectivitat de les campanyes de descrèdit polític —al qual cal afegir, evidentment, el començament de la segona campanya russa a Txetxènia, aquest cop lliure d’oponents mediàtics— va ser el creixement espectacular de l’índex de popularitat de Vladímir Putin, com es pot veure en el quadre 1, publicat per l’Institut Levada de Moscou el 24 de febrer de 2000, resultat de l’enquesta en què es preguntava qui seria, en opinió de l’entrevistat, el proper president de Rússia (d’agost de 1999 a febrer de 2000).

	Ag.	Set.	Oct.	Nov.	Des.	21-24 gen.	18-21 febr.
Vladímir Putin	5	7	17	33	52	69	74
Guenadi Ziugànov	11	9	7	7	5	4	3
Un altre (mínim 1 %)	37	28	25	12	11	3	1
NS/NC	47	56	51	48	32	24	23

Quadre 1. Qui serà el proper president de Rússia?
Font: Institut Levada.

El principi de la fi de la televisió dels oligarques

Les eleccions presidencials de l'any 2000 van suposar la fi de la televisió dels oligarques afins a eltsin i la recuperació del control dels mitjans per part de l'Estat. Es va fer palesa la importància de les eleccions com a element regulador i reorganitzador del sector dels mitjans de comunicació a Rússia. Com ja havia succeït el 1996 amb NTV —que, amb el seu suport a eltsin, havia aconseguit emetre per un canal d'abast federal—, després de la victòria de Putin va arribar, de nou, el moment de passar comptes. I tots els qui havien pres posició a favor del candidat perdedor en van rebre les conseqüències. És el final de la televisió dels oligarques de l'època de eltsin i, de retruc, el final de les veus oposidores en el sector de la televisió, fet que es manté invariable fins a, com a mínim, l'any 2010.

2000-2010: el període de recentralització

A finals de la dècada dels noranta havien tingut lloc canvis molt importants en el sector dels mitjans. La centralització de tots els actius estatals en el complex VGTRK va reforçar de nou la presència de l'Estat en el sector. La tendència va continuar i es va intensificar a partir de l'elecció de Vladímir Putin com a president de la Federació Russa. Si en les eleccions de 1996 els mitjans que van donar suport a eltsin van rebre la corresponent gratificació —sobretot en el cas de la NTV de Gusinski—, en aquest cas també van rebre la resposta del poder, però no precisament en forma de gratificació.

A partir d'hàbils estratègies administratives i econòmiques (Íltxenkov, 2008), l'Estat va saber privar de la seva influència en els mitjans els majors magnats dels mitjans audiovisuals —Borís Berezovski i Vladímir Gusinski.² Així acabava la cursa dels oligarques propers a la família de eltsin pel control dels mitjans de comunicació. Si el 1996 van saber apostar per qui acabaria sent el guanyador de les eleccions, el 2000 van errar el tret (sobretot en el cas de Gusinski, que va apostar per donar suport a l'alcalde de Moscou, Lujkov). Gusinski va perdre NTV, NTV+ i TNT; Berezovski, ORT i TV-6; mentre que únicament l'alcalde de Moscou va saber conservar el seu grup mediàtic. D'altra banda, tal com destaca Castells (2009), l'únic oligarca que va sobreviure a la purga de Putin va ser Vladímir Potanin, que es va centrar en l'entreteniment i va vendre a companyies properes al president rus els mitjans que haurien pogut portar-lo pel mateix camí que Gusinski i Berezovski. Va ser, en opinió de Castells (2009), el moment decisiu de la batalla pel control dels mitjans després de l'elecció de Putin.

Aquest fet va representar el final del model televisiu de la dècada dels noranta. A partir d'aquest moment la televisió, de la mateixa manera que en l'època soviètica, es va transformar en l'altaveu del Govern. Per Iúrovski (Kuznetsov, 2005), el començament del nou segle va portar a una nova tendència en les relacions entre

el poder i la televisió. Si fins aleshores s'havia activat un procés de desestatalització, privatització, televisió privada, reforçament de les posicions del sector privat, ara tot anava en el sentit contrari. El govern de Vladímir Putin va sentir el perill d'haver deixat de banda el canal més influent. S'havia posat punt final a l'era de Berezovski i el primer canal va tornar al control de l'Estat. I també NTV va passar a ser controlat per l'Estat a través d'un dels seus principals accionistes, Gazprom.

Anna Katxkàeva situa el final del model televisiu de la dècada dels noranta precisament en el moment en què Gazprom va comprar NTV i Gusinski va desaparèixer del sector dels mitjans de comunicació: «podem considerar el canvi de propietaris de NTV a la primavera de 2001 com el final definitiu de la dècada revolucionària i explosiva de desenvolupament de la indústria de la televisió a Rússia» (Zassoursky, 2005: 41). Media-Most, l'imperi mediàtic de Gusinski, havia estat pressionat i assetjat des del moment en què havia apostat per Iuri Lujkov per a president de Rússia, desafiant l'Administració del Govern. Tot i que la principal argumentació per fer fora Gusinski va ser la crisi econòmica per què passava l'empresa —fet que no es posa en dubte—, la seva defenestració va tenir motivacions purament polítiques. L'oligarca va acabar signant un acord de venda del seu grup per 300 milions de dòlars a Gazprom, a canvi de no ser perseguit judicialment (Zassoursky, 2004).

En conseqüència, a la primavera de 2001 els dos grans magnats dels mitjans de comunicació que havien dominat el panorama mediàtic durant la dècada dels noranta havien desaparegut d'escena. La sortida de Gusinski de NTV i la transformació posterior de la cadena va fer que ja no es pogués parlar d'oposició ni de llibertat d'expressió.³ L'Estat tornava a tenir el control ideològic i els mitjans van establir una relació definitiva de connivència amb el poder que es caracteritza per l'absència de crítica i d'esperit constructiu.

Per tal de posar de manifest el grau de credibilitat que havia aconseguit NTV al llarg de la seva història i el desacord que va provocar entre l'audiència russa la intervenció del canal, n'hi ha prou amb les dades publicades per l'Institut Levada el 9 d'abril de 2001. Un 38 % dels enquestats manifestava preferir els informatius de NTV, mentre que els d'ORT i RTR només eren preferits pel 15 % i el 10 %, respectivament, dels espectadors. A la pregunta sobre la mesura en què confiaven en els programes informatius i d'anàlisi dels canals ORT, RTR i NTV, el canal amb l'índex de confiança més alt tornava a ser NTV, amb el 73 %, per davant d'ORT (62 %) i RTR (65 %). La perplexitat (23 %), la indignació (20 %) i la inquietud (15 %) eren els sentiments que, majoritàriament, va provocar la intervenció de NTV, i la majoria de l'audiència russa (39 %) considerava que els programes del canal empitjorarien amb la nova direcció, enfront del 5 % dels espectadors que consideraven que millorarien. Finalment, un 43 % dels espectadors relacionaven la intervenció amb l'ofensiva governamental de retallar la llibertat d'expressió, mentre que un 41 % creia que no hi tenia res a veure i que el Govern no pretenia limitar els mitjans de comunicació.

El debat del paper de l'Estat en el sector televisiu

Si, per una banda, s'observa el reforçament del paper de l'Estat en el sector dels mitjans de comunicació de massa, per l'altra, el discurs dels seus representants expressen tot el contrari, com és el cas de Mikhaïl Lesin, que en una conferència amb centenars de directors de companyies de comunicació afirmava el desig de limitar la presència de l'Estat en el mercat audiovisual, que s'havia de reduir a «un diari, una agència d'informació, un canal de televisió i un de ràdio».⁴

Tanmateix, les campanyes de les eleccions parlamentàries i presidencials de 2003 i 2004 van tornar a demostrar la posició incondicional a favor de la línia presidencial dels canals estatals, que van dedicar gairebé la meitat del temps dels informatius a parlar del president i de l'activitat del Govern federal i l'espai reservat a l'oposició —excepte en el cas del PCFR (Partit Comunista de la Federació Russa)— va ser, gairebé, residual.⁵ Els buròcrates es converteixen en la nova elit i ensenyen al país la necessitat d'intervenir en el procés informatiu basant-se en la desconfiança amb els mitjans comercials i deslleials. En aquest sentit, l'única opció de supervivència d'un canal de televisió és la renúncia a qualsevol oposició política i la gran majoria es dediquen a oferir una programació basada en l'entreteniment que els asseguri la no-ingerència per part de l'Estat, tal com havia fet Potanin. Així, doncs, a principis del segle XXI el sector de la televisió queda dividit entre els propagandistes que donen suport al Govern i els canals d'entreteniment.

Finalment, cal afegir que un dels trets que caracteritzen la televisió en l'època de Putin és el retorn, no de la censura, que està prohibida a la Constitució —el Kremlin sempre ha insistit en la impossibilitat d'un retorn a l'època del Glavlit, l'aparell censor soviètic—, sinó a l'autocensura, que ja en temps de l'URSS era la primera i més invisible forma de repressió de la llibertat d'opinió. Com observa Katxkàeva, «l'època de Putin i la seva relació amb la premsa queda expressada amb la següent frase del president: "la premsa ha de saber quin és el seu lloc"» (Zassoursky, 2005: 42). El control sobre els mitjans ha estat, a partir d'aleshores, extraordinari. Un dels principals culpables d'aquesta política ha estat Lesin, ministre de Premsa i propietari de l'agència de publicitat Video International, que té drets exclusius de publicitat a ORT, RTR i NTV des de 2001 i que controla més del 70 % de la publicitat en televisió (Zassoursky, 2004).

Estabilització del mercat televisiu i nous actors. El panorama televisiu a finals de la primera dècada del segle XXI

Durant els anys posteriors a l'elecció de Vladímir Putin com a president de Rússia, el sector de la televisió s'ha anat estabilitzant. ORT, tot i que no varia la seva condi-

ció de canal semipúblic o pseudopúblic, es converteix, de fet, en el Primer Canal (Pervi Kanal), els canals de VGTRK entren en el mercat publicitari i només hi ha una veritable disputa per TV-6, el sisè canal de la televisió russa. Poc abans del concurs del sisè canal el ministre de Premsa, Mikhaïl Lesin, en una entrevista a Ràdio Svoboda, reconeixia, aquest cop sí, que els mitjans de comunicació privats s'havien anat debilitant en els darrers anys. El poder s'havia rearmat, però, a la vegada, proclamava les seves intencions de sortir del mercat dels mitjans i reclamava una verdadera televisió pública, a l'estil occidental. Tanmateix, els intents de crear aquesta televisió no han tingut mai el suport majoritari a la Duma, sobretot perquè no interessien l'Estat-monopoli.

Durant aquesta darrera dècada, VGTRK —a mans de l'Estat rus i que inclou els centres regionals i les companyies que treballen per a aquests centres— ha tingut un paper cada cop més rellevant dins el sector televisiu. A més, entre Pervi Kanal, Rossia (actualment Rossia 1) i NTV sumen més del 60 % de l'audiència total de la televisió russa, i si s'hi sumen les audiències de Kultura (actualment Rossia K), la resta de companyies propietat de Gazprom-Media (TNT) o les de propietat municipal (TV-Tsentr), aquesta xifra arriba a gairebé el 80 % del total de l'audiència. La resta són companyies dedicades a l'entreteniment. En conseqüència, la televisió controlada per l'Estat no té, actualment, cap tipus de competència, i encara molt menys en el camp informatiu.

Els nous oligarques. Natsionalnaia Media Gruppa

Un dels trets més destacables dels dos mandats presidencials de Vladímir Putin va ser la seva política de control dels mitjans de comunicació i la seva ajuda decidida perquè l'oligarquia que li era afí aconseguís, per diferents mitjans, la propietat dels principals canals de televisió. En l'article de Borís Nemtsov i Vladímir Mílov «Putin i Gazprom», es posa de manifest com la companyia gasística Gazprom va esdevenir una de les peces clau en l'estratègia de Putin de recuperació del control dels mitjans de comunicació a Rússia. El primer objectiu de Putin, tan bon punt va guanyar les eleccions l'any 2000, era el control absolut de l'empresa gasística, un control que li permetés la influència en altres sectors de l'economia russa. Putin va destituir Víktor Chernomirdin del càrrec de president del Consell de Direcció, i el va substituir pel seu amic Dmitri Medvédev. Poc després, Aleksei Miller, també amic de Putin, va ser nomenat nou director de la companyia. Aquest va ser el començament d'un procés que ha portat a més d'una desena d'amics de Vladímir Putin als principals càrrecs de responsabilitat del gegant gasístic.

Una de les seves filials, Gazprom-Media, va esdevenir la peça clau en la configuració del sector televisiu i mediàtic a la Rússia sorgida després de les eleccions del 2000. Gazprom-Media va ser l'encarregada de gestionar els mitjans adquirits a Gusinski. Posteriorment, les accions de Gazprom-Media van anar canviant de pro-

pietari dins la mateixa companyia, fins que l'any 2005 van acabar a Gazfond, filial del banc Rossia, el propietari del qual és Yuri Kovalchuk, amic personal de Putin. L'operació de compra de Kovalchuk va resultar especialment profitosa per l'oligarca. Si Gazprom havia cedit NTV i TNT a Gazprombank per 166 milions de dòlars i, posteriorment, la propietat va passar a Rossia, l'aleshores viceprimer ministre Dmitri Medvédev va declarar que els actius de Gazprom-Media valien 7.500 milions de dòlars.

El banc Rossia, a part de Gazprom-Media, és actualment propietari de les cadenes de televisió REN TV i Peterburg - Piatí Kanal, a part del diari més llegit a Rússia, *Komsomolskaya Pravda*, i de desenes de companyies de ràdio i televisió de cap a cap de la geografia russa. En l'article de *Novaia Gazeta* del 7 de febrer de 2008, de Nemtsov i Milov, s'explica detalladament aquest procés de compra de Gazprom-Media per part del banc de Kovalchuk, i es destaca el fet que Gazprom havia entregat la seva filial als amics del president Putin desenes de vegades més barata que el seu valor real.

La TDT russa

Pel que fa al model d'expansió de la tecnologia TDT a Rússia, la *troika* formada per Pervi, Rossia i NTV conserven els privilegis i estaran en el primer múltiplex gratuït rus, que serà accessible a gairebé tota la població l'any 2011. En una reunió del Govern rus per tractar el desenvolupament de les emissions de televisió i ràdio, que va tenir lloc el 16 de desembre de 2008, es va aprovar el document «El desenvolupament de les emissions de televisió i ràdio en la Federació Russa entre els anys 2009 i 2015». En aquest document es plantejava la creació de nous sistemes de satèl·lit i un pressupost per a la xarxa terrestre de transmissió del primer múltiplex, en el qual entraven els canals Pervi, Rossia, NTV i altres canals de les mateixes companyies, totes elles controlades per l'Estat rus o per empreses i oligarques propers al Govern.

Conclusions

La desaparició del monopoli informatiu i mediàtic soviètic, la privatització i la liberalització dels mercats han tingut com a conseqüència l'emergència d'una oligarquia que aconsegueix de seguida una hegemonia en els mitjans de comunicació i que els aprofita per influir en l'opinió pública i treure rendiments polítics. El naixement de NTV, la televisió de Gusinski, que es presenta com una seriosa amenaça per al govern de Ieltsin i que acaba tenint un paper de gran importància en el final de la primera guerra de Txetxènia, només exerceix com a televisió independent fins

al final del mandat de Ieltsin, si no tenim en compte les eleccions de 1996. L'arribada a la presidència de Putin ve acompanyada d'una recentralització i un reforçament dels actius mediàtics estatals i d'una política agressiva contra els oligarques opositors. Una nova oligarquia, afí a Putin, s'apodera dels principals mitjans opositors (ORT i NTV) i a finals de la primera dècada del segle XXI els grans mitjans de comunicació i les principals televisions són controlades per l'Estat rus (Rossia) o bé per oligarques propers a Vladímir Putin i Dmitri Medvédev —Abramóvitx (Pervi Kanal) i Kovalchuk (NTV). Aquest procés ha portat a una concentració extrema dels principals mitjans en mans d'empreses amb afinitats evidents amb el govern de Putin i Medvédev i té conseqüències de gran importància en els processos electorals a Rússia. Castells (2009) apunta en aquest sentit que un estudi del Center for Journalism in Extreme Situation sobre la cobertura de la campanya presidencial a la televisió va posar de manifest que la majoria de canals, tant els públics com els privats, van dedicar gairebé tot el temps a Putin i Medvédev i que, a més, gairebé sempre eren tractats de forma positiva. D'altra banda, els principals opositors polítics de Putin i Medvédev tenen una presència pràcticament anecdòtica en aquests mitjans. En definitiva, els vint anys de democràcia i liberalització dels mercats a Rússia no han servit per configurar un sector televisiu plural i la situació és, l'any 2010, més propera a la de la Rússia soviètica prèvia a la *perestroika* que no pas a la de la Rússia de principis de la dècada dels noranta. En aquest sentit, Rússia és cada cop més lluny d'establir un ordre en el sector de la televisió comparable al de les democràcies occidentals. Per tant, el consens de què parlava Gramsci queda garantit, en l'actual societat russa, pel control mediàtic resultant de les lluites per l'hegemonia que van tenir lloc, sobretot, durant la dècada dels noranta i que han permès als grups afins als governs de Rússia guanyar la guerra de posició en el sector de la televisió. I tal com afirmava Gramsci respecte a la política (Lester, 1995), i que pot ser aplicable també en el camp de la televisió, una vegada la guerra de posició s'ha guanyat, s'ha guanyat definitivament. ■

Notes

11 Els socis fundadors d'ORT van ser, pel que fa a les entitats estatals, el Comitè de la Propietat de l'Estat (36 %), l'empresa estatal Centre Tècnic de Televisió (3 %), la Companyia Estatal de Ràdio i Televisió de Rússia, Ostànkino (9 %), ITAR-TASS (3 %). El 49 % restant es va repartir entre les companyies Associació de Companyies de Televisió Independent (3 %), Logovaz (8 %), Fundació Nacional per al Foment de l'Esport (2 %), Menatep Bank (5 %), Natsionalny Kredit Bank (5 %), banc Stolitxni (5 %), RAO Gazprom (3 %), Alfa-Bank (5 %), Obedinenny Bank (8 %) i Mikrodin (5 %) (Zassoursky, 2004: 199).

12 Les accions de Berezovski van ser comprades per Roman A. Abramóvitx a començament de l'any 2001 a un preu tres vegades inferior al real, i el hòlding mediàtic de Gusinski va passar a mans de Gazprom el mes de març del mateix any, fet que va provocar una protesta enèrgica en el sector dels periodistes professionals i un creixement de les crítiques radicals al comportament del Govern.

13 Després de patir una esgotadora persecució pública i judicial, l'estiu de 2002 Vladimir Gusinski ven totes les seves accions a Gazprom-Media, que, a partir d'aleshores, controla gairebé una trentena de companyies, entre les quals NTV, NTV+, Ekho Moskví i TNT (Ferri, 2008).

14 En aquest mateix sentit va pendre posició el ja primer ministre de la Federació Russa, Vladimir Putin, a principis d'octubre de 2008, quan va declarar en una reunió davant professors i alumnes de la Universitat d'Humanitats de Sant Petersburg que «l'Estat no pot exercir de nou la direcció dels mitjans de comunicació de massa» i que «si als funcionaris se'ls donés aquesta responsabilitat, no sabrien què fer-ne» (Ros Business Consulting, <http://top.rbc.ru/politics/07/10/2008/251026.shtml>, 7 octubre 2008).

15 Aquest suport no només el reben dels canals estatals, sinó també de la resta de canals d'abast federal, NTV, TVTs i REN TV. Aquesta campanya massiva, en què els líders del progovernamental Edinaia Rossia apareixien constantment en actes públics, va tenir un enorme efecte entre l'audiència, fins al punt que en una enquesta sobre quin havia estat el millor partit en els debats televisius, el 12 % dels que la van respondre van afirmar que havia estat Edinaia Rossia, quan ni tan sols hi havia participat.

Bibliografia

BUCI-GLUCKSMANN, Christine (1976). *Gramsci: el estado y la revolución*. Barcelona: Anagrama.

CASTELLS, Manuel (2001). *La nueva revolución rusa*. Madrid: Sistema.

— (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Editorial.

FERNÁNDEZ BUEY, Francisco (2001). *Leyendo a Gramsci*. Barcelona: El Viejo Topo.

FERRI, Llibert (2008). *L'esclat de l'est*. Vic: EUMO: Universitat de Vic.

GIFREU, Josep (1996). *Estructura general de la comunicació pública*. Barcelona: Pòrtic.

GRUPPI, Luciano (1978). *El concepto de hegemonía en Gramsci*. Mèxic: Ediciones de Cultura Popular.

ЇТХЕНКО, С. Н. (2008). *Отéxстvennoe телевexàние постсовéтского периода: истóрия, проблемí, perspectiví* («La televisió nacional del període postsoviètic: història, problemes i perspectives»). Sant Petersburg: Universitat Estatal de Sant Petersburg.

INSTITUT LEVADA (2001). Nota de premsa, núm. 13 (9 abril 2001) [en línia]. <<http://www.levada.ru/press/2001040900.html>> [Consulta: 23 juny 2010].

KUZNETSOV, G.; TSVIK, V.; IÚROVSKI, A. (2005). *Televiziónnaiá jurnalistiká* («Periodisme televisiu»). Moscou: Universitat de Moscou.

LESTER, Jeremy (1995). *Modern tsars and princes: The struggle for hegemony in Russia*. Londres: Verso.

MICKIEWICZ, Ellen (1999). *Changing channels: Television and the struggle for power in Russia*. EUA: Duke University Press.

MURÁTOV, S. A. (2000). *TV: evolútsiia neterpímosti* («TV: l'evolució de la intolerància»). Moscou: [s. n.].

NEMTSOV, B.; MILOV, V. (2008a). «Putin i "Gazprom"» [en rus] [en línia]. <<http://www.nemtsov.ru/?id=705498>> [Consulta: 23 juny 2010].

- NEMTSOV, B.; MILOV, V. (2008*b*). «Putin. Itogi» («Putin. Resultats»). *Novaia Gazeta* [en línia], núm. 9 (7 febrer). <<http://www.novayagazeta.ru/data/2008/09/20.html>> [Consulta: 23 juny 2010].
- SAIFULIN, M. (ed.) (1972). *Lenin about the press*. Praga: International Organization of Journalists.
- TSVIK, V. L. (2008). *Televiziõnnaia Slújba Nóvostei* («Servei de notícies de televisió»). Moscou: Unity.
- ZASSOURSKY, Ivan (2004). *Media and power in post-Soviet Russia*. Armonk, N. Y.: M. E. Sharpe.
- ZASSOURSKY, Ivan [et al.] (2005). *Teleradioefir: Istória i sovreménnost* («Teleradiodifusió: Història i actualitat»). Moscou: Aspekt Press.