

SILVIO BERLUSCONI: MEDIÁLNÍ KONTROLOR VLASTNÍHO ROZHODOVÁNÍ

Dino Numerato

Mediální magnát a premiér. V ideálně-typických podmínkách moderní demokracie dvě neslučitelné role. V reálných podmínkách současného rozložení politických sil v Itálii pozice neoddělitelně spjaté. Vůdčí osobnost italské politiky, Silvio Berlusconi, zvládá obé. A to bez ohledu na skutečnost, že výkon zmíněných funkcí vychází z odlišných zájmových imperativů.

V Itálii dnešních dnů zkrátka platí, že ten, kdo veřejnou funkci zastává, je zároveň tím, kdo její výkon optikou vlastních médií *jakoby* kontroluje. Berlusconiho volební vítězství z 13. května minulého roku, v němž bylo nařčení Berlusconiho ze střetu zájmů povýšeno na jedno z centrálních témat předvolební kampaně, mimo jiné odráží nevyslovený obsah italské sociální tradice, dle níž se na oddělení osobních a veřejných zájmů nijak důrazně nehledí. Berlusconi navíc při kritice mířené vůči jeho osobě neopomíná zdůraznit symbolický akt, jež učinil už před svým vstupem do politiky v lednu 1994. Tehdy rezignoval na vedoucí pozice ve finanční skupině *Fininvest*, kterou, jak zdůrazňuje, od nuly vybuodoval, a která jeho různorodé podnikání zastřešuje.

Silvio Berlusconi (1936) vystudoval práva na *Università Statale di Milano* a už jeho diplomová práce zabývající se legislativními aspekty inzerce v tištěných médiích předznamenala následné působení v mediální sféře, v průběhu něhož přichystal svůj důmyslný vpád do prostoru politiky.

Podnikatelské aktivity zahájil však zahájil v oboru jak politice tak médiím vzdálenému, ve stavebnictví. Obchodnický předvídatel Berlusconi zachytil ekonomický vzestup ve stavebním průmyslu, založil společnost *Edilnord* a v roce 1969 vystavěl na milánském předměstí rezidenční čtvrť *Milano 2*.¹ Ta se stala jakýmsi zmenšeným prostorem, v němž Berlusconi odpozoroval význam mediálního působení a prověřil mechanismy televizní produkce. O pět let později, v roce 1974, zde totiž založil kabelovou televizi *Telemilano*. Původ peněz na její vybudování zůstává podobně jako v případě prvního podnikatelského záměru zastřený.

Berlusconiho průraznější mediální rozpínavost začíná na podzim roku 1976, po červencovém rozhodnutí Ústavního soudu, který legalizuje soukromé rozhlasové a televizní vysílání na lokální úrovni. V regionech se vynořují stovky televizních a rozhlasových stanic. Pokrývají však malá geografická území a brzy se začínají pohybovat na hranici komerční udržitelnosti. Ideální příležitost pro Berlusconiho obchodnický talent podpořený mohutným sociálním kapitálem. Řada lokálních stanic se v zájmu vlastního přežití nechává pohltit širšími mediálními skupinami, jež zajišťují vysílací servis a přísun reklamy. Vše probíhá ve specifických živelných podmínkách, které postrádají legislativní regulaci. Berlusconiho finanční skupina *Fininvest* živořící stanice postupně skupuje a vzniká tak silný kvazi-národní vysílací koncern, jenž v roce 1980 vykrytalizoval v založení dnes nejsledovanější Berlusconiho televizní stanice *Canale 5*.² Ve dvouletých intervalech pak Berlusconi rozšiřuje sféru mediálního působení. V roce 1982 kupuje televizní síť *Italia 1* a v roce 1984 *Rete 4*. Přísun reklamních finančních zdrojů zajišťuje Berlusconiho reklamní agentura *Publitalia 80*.

¹ O několik let později svůj záměr opakuje ještě dvakrát. Výsledek představuje nová čtvrť *Milano 3* a obchodní centrum *Il Girasole*.

² Mutace tohoto kanálu zakládá Berlusconi o několik let později i v dalších evropských státech. Ve Francii vzniká *La Cinq* (1986), v Německu *Telefunf* (1987) a ve Španělsku *Telecinco* (1989).

Pronikání na lokální televizní trh koncem sedmdesátých let a ustavení tří celostátních televizí v letech osmdesátých bylo předznamenáním duopolu na italském televizním trhu, kde na jedné straně stály veřejnoprávní stanice *RAI 1*, *RAI 2* a *RAI 3* a na straně druhé Berlusconiho trojice, od roku 1994 sdružená pod značkou *Mediaset*. Cestu k duopolu otevřel tehdejší italský premiér, Berlusconiho přítel a tajemník Socialistické strany, Bettino Craxi. V roce 1984 vydal dekret známý též jako *decreto Berlusconi*, jímž povolil provozování soukromých celostátních kanálů a odvrátil tak rozhodnutí Ústavního soudu, podle kterého mělo být vysílání Berlusconiho národních kanálů po boku monopolního postavení *RAI* zakázáno.

Ve druhé polovině osmdesátých let italský magnát své aktivity dále rozšiřuje. Prostřednictvím skupiny Fininvest nakupuje vydavatelský dům *Mondadori*, pod nějž spadá významný týdeník *Panorama*, stává se majoritním vlastníkem fotbalového klubu *AC Milan*, nakupuje řetězec provozující kina a získává podíl v pojišťovně *Mediolanum*. Prostřednictvím kolosálního působení v širokém spektru služeb vstupuje do každodenního života miliónů Italů. Coby pojmenování životního stylu proniká do veřejné diskuse termín *berlusconismus*. Označuje situaci, kdy lidé bydlí v domech postavených Berlusconiem, sledují soap opery v televizi kontrolované Berlusconiem, objednávají si večeři v restauracích provozovaných Berlusconiem, nakupují v Berlusconiho supermarketech, relaxují na Berlusconiho tenisových kurtech a fandí Berlusconiho fotbalovému týmu.

Sociokulturní základ nezbytný pro vstup do politické sféry měl mediální magnát na počátku 90. let vybudován. Berlusconiho nástup usnadnily i další okolnosti. Princip *lottizzazione*,³ zakořeněný v atmosféře italského veřejného života, zaručoval, že Berlusconiho potenciální mocenská pozice jak v oblasti politiky, tak v prostoru mediálním nemusí být nutně problematizována. V roce 1990 navíc dochází k implicitnímu zákonnému potvrzení duopolu mezi *RAI* a Berlusconiho kanály⁴ a patrně zásadní okolnost ovlivňující Berlusconiho politický nástup přichází dva roky poté. Milánská prokuratura zahajuje akci „čisté ruce“ a odkrývá korupční pozadí italského politického systému, čímž zahajuje rozklad téměř padesát let trvající *partitocrazie*.

V daných podmínkách zakládá Berlusconi politické hnutí *Forza Italia*. Televizní vysílání, jež zaujímalo a stále zaujímá hegemonní pozici coby zdroj informování o politickém dění, vtisklo veřejné debatě personalizovanou a soutěživou podobu. Berlusconiho příběh o muži začínajícím od nuly, který dokázal vybudovat úspěšnou televizní stanici a zároveň prolomit monopol veřejnoprávních kanálů,⁵ v kombinaci s bojovým pokřikem sportovních fanoušků *Forza* posloužily jako klíčové zbraně pro květnové volby v roce 1994, do nichž vstoupila *Forza Italia* v koalici Pól svobody spolu s Národní aliancí a Ligou severu. Souběžně s tím dokázalo koaliční uskupení zareagovat na společenskou poptávku po pravicově orientované straně s ekonomicko- liberálním programem, jež zapůsobí jako protipól posilujícího komunismu. Efektivitu vnějšího výrazu, s nímž Berlusconi přišel do volební kampaně, potvrdila řada výzkumů veřejného mínění a série diskusních skupin, které Berlusconiho výzkumná agentura *Diakron* realizovala po celé Itálii. Řečeno jazykem, jenž Berlusconiho politickou ofenzivu výstižně reprezentuje: nový produkt *Forza Italia* byl otestován a mohl být uveden na trh.

³ Veřejnoprávní kanály podléhaly kontrole největších politických stran díky principu *lottizzazione*, podle něhož byla v zablokovaných podmínkách italské demokracie místa na ministerstvech, radnicích, regionálních úřadech, státních podnicích, ale i v tisku a televizích obsazována podle stranické příslušnosti. V případě *RAI* se daný princip projevil tak, že program *RAI 1* kontrolovala Křesťanská demokracie a stanici *RAI 2* Strana socialistická. Vysílání kanálu *RAI 3* (začalo v roce 1979) bylo pod vlivem Komunistické strany Itálie.

⁴ Dochází k schválení vysílacího zákona, jehož návrhovatelem je Oscar Mammì a po němž je zákon pojmenován jako *Legge Mammì*. Definitivně uzákonil fungování soukromých celonárodních kanálů, stanovil jejich hranici na 12 a jednomu vlastníkovu umožnil provozovat maximálně 3 kanály. Berlusconiho tři kanály přitom již v daném období získávaly dohromady s veřejnoprávními *RAI* 90% příjmu z reklamy na televizním trhu.

⁵ Berlusconi nikdy neopomněl své úspěchy dostatečně mediálně zvýznamnit, což potvrzuje i četnost přezdívek, které si Berlusconi díky všudypřítomnému obrazu získal: *Sua Emittenza* (složení výrazů *emittente* = provozovatel vysílání a *eminenza* = eminance), *Il Cardinale*, *Don Silvio*, *Signor TV* či *Berluska*.

V květnových volbách koalice Pól svobody vítězí a Berlusconi se stává premiérem. Ne však nadlouho. Bezprostředně po zvolení zintenzivňují mnozí italští politici, intelektuálové a novináři kritiku Berlusconiho televizních kanálů, pod jejichž vlivem dochází k výrazné proměně politické komunikace. V prosinci Berlusconi na svou pozici rezignuje poté, co z vládní koalice odchází Liga severu.

Jeho působení v politice tím však nekončí. Po neúspěchu ve volbách v roce 1996 vstupuje do Parlamentu v roli opozice vedle vítězného bloku Olivovník. Původní záměr udržet *Forza Italia* jako *partito leggero* („lehkou“ stranu) Berlusconi po sérii volebních neúspěchů jak na národní, tak regionální a lokální úrovni opouští a posiluje pevnost stranické struktury. *Forza Italia* rozšiřuje členskou základnu a klade vyšší důraz na regionální působení. V pozadí politického působení stojí mediální mohutnost. Náznak znovunabyté politické síly se objevuje v roce 1999, kdy je Berlusconi zvolen do Evropského parlamentu, a o rok později jeho strana vítězí v regionálních volbách.⁶ Vítězství potvrzuje i následující rok ve volbách parlamentních. Koalice Dům svobody získává 42% hlasů. Berlusconi zvítězil v souboji, který nebyl věcný, ale spíše osobní a bipolární, v němž se proti Domu svobody postavil Olivovník v čele s římským starostou Franceskem Rutellim. Berlusconi opět využil své obchodní a marketingové zbraně, rétorickou dovednost a kult vlastní osobnosti podpořil autobiografickou knihou, kterou adresoval potenciálním voličům do schránek.

V čele italské vlády tak v současnosti stojí muž, který vzdoruje kritice odkazující na koncentraci moci, střet zájmů a zároveň čelí několika trestním stíhání. Týkají se především obvinění z korupce, fiskálních podvodů či ilegálního financování politické strany. Navzdory tomu zůstává pozice italského magnáta a politika nadále pevná. Berlusconiho triumfální cesta napříč sférami médií, politiky a obchodu pokračuje.

Literatura:

Biorcio, R. (2002): Antipolitics, Political Apathy and Media in Italy.

Hallin, D. C., Papathanassopoulos, S. (2002): Political clientelism and the media southern Europe and Latin America in comparative perspective in *Media, Culture & Society*, Vol 24 (2), str. 175 – 195.

Hibberd, M. (2001): The reform of public service broadcasting in Italy in *Media, Culture & Society*, Vol 23 (2), str. 233 – 252.

Kašpar, J., Švehla, M. (2001): Vládní, Itálie in *Respekt*, str. 11 – 13.

Lukáš, I. (2001): „Berlusconiho vítězství.“ in *Revue Proglas*, 12 (5-6), str. 9 – 10.

Zolo, D. (1999): From "historic compromise" to "telecratic compromise" in notes for a history of political communication in Italy between the first and second republic in *Media, Culture & Society*, Vol 21 (6), str. 727 – 741.

www.opendemocracy.net

www.ketuba.net

www.societacivile.it

www.governo.it

⁶ Politické uskupení Dům svobod sdružující strany Forza Italia, Národní alianci a Ligu severu zvítězilo v devíti z šestnácti italských oblastí.