

TV og demokrati i Italien
- fra public service til kommercielt tv

Indholdsfortegnelse

Indledning.....	2
1. Fra public service-monopol til kommercielt tv-marked.....	4
1.1 Public service på italiensk.....	4
1.2 Kommercielt tv og Silvio Berlusconi.....	5
1.3 Det politiske tv-spil og opløsningen af RAI's monopol.....	7
1.4 Interessekonflikter og centrumvenstres svigt.....	7
1.5 Tv sætter dagsordenen	9
2. Status over den italienske tv-journalistik.....	10
2.1 Anklageskrift mod de italienske tv-journalister.....	10
2.2 Reklamesøjler og politiske skødehunde.....	11
2.3 <i>Tg1</i> og <i>Tg5</i> : Hvad er forskellen?.....	12
2.4 Forandring er nødvendig.....	13
2.5 Informationsstrømmen: trussel eller velsignelse?.....	14
3. RAI's censur og kampen for ytringsfrihed.....	15
3.1 <i>Viva Zapatero!</i> : Demokrati eller censur.....	16
3.2 Comeback på tv- og computerskærm.....	17
Konklusion.....	19
Bibliografi.....	20

Indledning

Dette projekt handler om demokratiets tilstand i Italien. Der er mange indikatorer, der fortæller os, hvor godt eller dårligt et demokrati fungerer, og ligeledes er der mange betingelser, som skal være opfyldt, for at man overhovedet kan tale om et demokrati. Ingen af disse betingelser kan siges at være tilstrækkelige hver især, men er alle nødvendige dele af det samlede sæt ”spilleregler” i det, man kalder et moderne oplyst demokrati.

Medierne bliver ofte omtalt som den fjerde statsmagt efter de tre, der blev formuleret af den franske oplysningsfilosof Montesquieu: den lovgivende, den udøvende og den dømmende magt. En forudsætning for disse tre institutioners demokratiske virke (fire inkluderet medierne) er deres indbyrdes uafhængighed. En hyppigt anvendt metafor beskriver medierne som vagthunden, der vogter over borgernes demokratiske rettigheder og sørger for, at magthaverne gør deres arbejde. Når vi herhjemme tænder for *TV-Avisen* eller *TV 2-Nyhederne*, forventer vi at få serveret nyheder og reportager baseret på journalistisk objektivitet og saglighed, og redaktionernes troværdighed er noget, de færreste stiller spørgsmålstegn ved. Netop derfor blev det anset for en vigtig historie, da en tidligere generaldirektør i Danmarks Radio (DR) i foråret 2007 fortalte om sine oplevelser med politisk pres over for den statsejede public service-station.

I et andet EU-land, Italien, ser tingene imidlertid anderledes ud. Ofte fremhæves landet som et skrækkesejpe på et såkaldt ”vestligt demokrati”, hvor landsdækkende tv i uskøn forening med politiske og økonomiske interesser gennemsyrrer nationen, der ikke længere udelukkende er kendt som ”il bel paese” (”det smukke land”).

Disse betragtninger rejser en række relevante spørgsmål, som jeg vil søge svar på: Hvem arbejder de italienske tv-journalister for, borgerne eller politiske og økonomiske interesser?

En af journalistikkens fornemste opgaver er at gøre det uigennemskuelige gennemskueligt for borgerne. Men hvis medierne er afhængige af magtfulde folk, der ikke ønsker at gøre et givent systems mekanismer gennemskuelige, hvem kan borgeren så stole på?

Er der belæg for at tilskrive de påståede dårligheder på de italienske tv-skærme en enkelt magtfuld mand, eller er der flere faktorer, som spiller ind?

Hvad kan den italienske tv-seer i det hele taget forvente sig af fremtiden – censurerede programmer, politisk propaganda eller public service, der er sit navn værdigt?

Projektets fokus ligger på tv-mediet, da tv er det medie, som i dag endnu favner bredest og har den største gennemslagskraft i den italienske befolkning. Graden af tv's indflydelse på holdninger,

vaner og selvforståelse hos børn, kvinder og mænd er svært at måle, og teorierne er mange og komplicerede. Men det aspekt at tv som medie ikke er elitært, dvs. kan ses og bliver set af alle i samfundet, gør det interessant set fra et demokratisk synspunkt.¹

Jeg har valgt at disponere projektet således: *Første kapitel* beskriver de væsentligste begivenheder for tv's udvikling i Italien: fra det statslige RAI's første udsendelse i 1951 henover de kommercielle kanalers gennembrud i løbet af 80'erne og frem til i dag. Med udgangspunkt i Paul Ginsborg, der er engelsk historiker og bosat i Italien, samt journalist og universitetslærer Paolo Murialdis litteratur om emnet, vil jeg gennemgå og analysere udviklingen på tv-området samt redegøre for den gensidige påvirkning mellem tv, økonomi og politik i Italien.

Andet kapitel handler om den italienske tv-journalistiks vilkår og nuværende tilstand. Jeg vil også komme ind på de udfordringer og muligheder, som de teknologiske fremskridt stiller tv-mediet overfor. Mit udgangspunkt er Wolfgang M. Achtners bog *Democrazia e telegiornali – Il giornalismo come servizio pubblico*. Achtner (født i 1950 i New York) har gennem sit arbejde som tv- og avisjournalist i både USA og Italien (CNN, ABC News, The Washington Post, La Repubblica, La7 m.fl.) erhvervet sig en viden om de italienske journalisters praksis. Med sin erfaring inden for den engelske og amerikanske public service-tradition har han kvalifikationerne til at se de italienske medier indefra såvel som på afstand. Kapitlet indeholder derudover en sammenlignende analyse af to nyhedsudsendelser fra henholdsvis RAI og den kommercielle kanal Canale 5.

Tredje kapitels omdrejningspunkt er ytringsfrihed og censur på de italienske public service-kanaler. Kapitlet indeholder min analyse af Sabina Guzzantis dokumentarfilm *Viva Zapatero!*. Filmen tager sit udgangspunkt i fyringerne af en række populære studieværter samt lukningen af kritiske og satiriske programmer på de offentlige kanaler. Kapitlet afsluttes med eksempler på, hvad der er sket med de personer, der blev ramt af censuren.

[Jeg har valgt at oversætte de relevante passager og citater fra de benyttede kilder i stedet for at lade dem stå på italiensk eller engelsk. Der vil i fodnoterne være henvisning til, hvor man kan finde den citerede tekst på originalsproget.]

¹ En spørgeundersøgelse fra det uafhængige italienske analyseinstitut Eurisko viste i 1986, at 86,3% af italienerne så tv hver dag, mens tallene for radio- og avisforbrug lå på henholdsvis 46,4% og 41,4% (jf. Ginsborg, 2004, s. 49). Til sammenligning lå antallet af internetbrugere i Italien på 50,1% af den samlede befolkning i januar 2007 (jf. www.internetworldstats.com). Italienerne så i 1988 gennemsnitligt 2 timer og 53 minutters tv om dagen. I 1995 var tallet steget til 3 timer og 35 minutter (jf. Ginsborg, 2001, s. 332, statistik nr. 11).

1. Fra public service-monopol til kommercielt tv-marked

”Seerne ønskede sig begærligt ting, der var anderledes end dem, som RAI tilbød ... de ville have programmer, der fortsatte langt ud på natten, hvorimod RAI lukkede og slukkede kl. 23. Privat tv var i bund og grund en grænseoverskridende handling, der fristede virkelig mange mennesker. Jeg tænkte på alt det, der kunne få adgang til deres hjem – *game shows*, quizprogrammer, information, men også reklamer og forbrugsvarer”.²

Ordene kommer fra manden, der skulle introducere italienerne for landsdækkende kommercielt tv: Silvio Berlusconi, som siden skulle blive Italiens premierminister, og som i dag er leder af oppositionen, lagde ikke skjul på, at noget nyt måtte ske, og at tiden var løbet fra public service-organet RAI's monopol.

1.1 Public service på italiensk

Programfladen på RAI (Radio Audizioni Italia) havde fra første udsendelse den 1. januar 1951 et erklæret pædagogisk og opdragende sigte, hvilket pave Pio XII slog fast, da han i anledning af den første nyhedstransmission tre år senere, fremhævede RAI's ansvar for ”sund adspredelse” samt borgernes ”opdragelse og moralske opløftelse”.³ De kristelige demokrater fra partiet DC sad tungt på regeringsmagten og havde interesse i, at den landsdækkende tv-kanal viste ansvar og værnedes om borgernes moral og de traditionelle katolske værdier. For eksempel måtte ord som skilsmisse, utroskab og prostitution ikke nævnes i tv.

Indtil 1957 var der ingen reklamer på RAI, og der var tale om en rigid opdeling af de få genrer, der var. I forhold til den overflod af programmer og ikke mindst reklamer, som den italienske seer blev præsenteret for senere, var der et minimalt udbud i datidens fjernsyn.⁴

Wolfgang M. Achnert påpeger den positive virkning på det italienske samfund, som RAI havde i begyndelsen. På tværs af kultur, dialekt og økonomisk formåen gik de samme programmer ud til alle italienere, hvad enten man sad i det velhavende nord eller i det fattige syd. Tv blev på den måde et fælles referencepunkt. Samtidig blev det nationale marked stimuleret af de få reklamer formet

² Ginsborg, 2004, s. 37-38.

³ Murialdi, 2000, s. 224.

⁴ I 1984 blev der dagligt vist ca. 1500 reklamer i italiensk tv om dagen, hvilket var mere end i samtlige europæiske lande tilsammen. I 1999 var tallet steget til ca. 2600 reklamer om dagen, heraf ca. 18% på RAI og 82% på de kommercielle kanaler (jf. Ginsborg, 2004, s. 47; Ginsborg, 2001, s. 343, statistik nr. 32).

som små historier i det populære program *Carosello*, som blev sendt umiddelbart efter aftenens tv-avis.⁵

Med den politiske venstrefløjsaktivisme sidst i 60'erne blev det regeringskontrollerede RAI, der i 1961 havde udvidet med sin anden kanal RAI 2, skydeskive for vrede og mistillid rettet mod den borgerlige journaliststand – udover RAI symboliseret ved Italiens største avis *Corriere della Sera*. Fra praktisk taget at have været regeringspartiet DC's talerør, blev RAI ved en lovreform i 1975 gjort til "la TV dei partiti" ("partiernes tv"): De to statslige tv-kanaler og de tre statslige radiokanaler blev ved det, der går under betegnelsen "la lottizzazione" ("udlodning" eller "uddeling"), fordelt på de tre største politiske partier. Administrationen i RAI (CDA - Consiglio d'amministrazione) består den dag i dag stadig af politisk valgte folk, der sammen vælger en udefra kommende præsident. Med oprettelsen af RAI 3 i 1979 bestod italiensk public service-tv af tre kanaler, der var delt op politisk og ideologisk: RAI 1 tilhørte DC, RAI 2 socialisterne i PSI og RAI 3 kommunisterne i PCI. Med Paul Ginsborgs ord: "Det kunne ikke just betragtes som nogen korrekt praksis, eller som egnet til at fremme en tradition for uafhængige offentlige medier, men der eksisterede dog i det mindste en flerhed af stemmer og synspunkter".⁶ Achtner mener, at partiopdelingen af RAI udgjorde de "ødelæggende mekanismer, som i en kort periode sikrede normalitet".⁷ Den manglende selvstændige kultur uafhængig af politiske interesser samt den manglende public service-tradition for både at henvende sig til brede og snævre målgrupper var, ifølge Ginsborg, de primære årsager til RAI's handlingslammelse, da deres landsdækkende monopol for alvor blev truet af de private, kommercielle udbydere i 80'erne. Dertil kommer den økonomiske krise, der ramte RAI, da den gamle politiske elite med DC i spidsen blev slettet fra det politiske landkort med "Operation Rene Hænders" korruptionsanklager i begyndelsen af 90'erne.

1.2 Kommercielt tv og Silvio Berlusconi

De italienske domstole gav i 1976 sendetilladelse til kommercielt lokal-tv, men det blev samtidig understreget, at det kun var offentlige tv-kanaler, der måtte sende landsdækkende. Samtidig gjorde domstolene landets politikere opmærksomme på nødvendigheden af en efterfølgende regulering på medieområdet. At det lokale tv-marked voksede ganske uhæmmet op gennem 70'erne, illustreres af, at der ved årtiets afslutning eksisterede ikke færre end 972 private udbydere.⁸ Opblomstringen af

⁵ Achtner, 2006, s. 110-111.

⁶ Ginsborg, 2004, s. 41.

⁷ Achtner, 2006, s. 128.

⁸ Murialdi, 2000, s. 266.

disse private eller ”frie” kanaler, som de også blev kaldt, skulle hurtigt vise sig attraktiv for virksomheder, der ledte efter nye reklamemarkeder og nye måder, hvorpå man kunne profilere sig selv og sine produkter.

I 1974 havde den milanesiske forretningsmand og uddannede jurist Silvio Berlusconi startet det private kabel-tv TeleMilano, der fungerede som lokalfjernsyn i bydelen Milano 2, som han havde ladet bygge i udkanten af den norditalienske forretningsmetropol (senere blev også det større beboelsesområde Milano 3 en realitet). Byggebranchens op- og nedture kombineret med Berlusconis forkærlighed for tv- og reklameverdenens impulsivitet og korte afstand fra ideer til praksis fristede den idérige entreprenør til at udvide sin forretning, og i 1978 grundlagde han holdingselskabet Fininvest.⁹ Gennem opkøb af lokalstationer over hele Italien sørgede Berlusconi for, at Canale 5 (TeleMilanos nye navn fra 1980) kunne sende de samme udsendelser på samme tid over hele halvøen. Dette var i direkte konflikt med loven, der gjorde landsdækkende kommercielt tv forbudt. Med opkøbet af sine nærmeste konkurrenter på det kommercielle tv-marked, Italia 1 i 1983 og Rete 4 året efter, styrkedes Fininvests position som førsteudfordrer til RAI på et tv-marked så liberalt og ureguleret, at det giver Paolo Murialdi associationer til ”det vilde vesten”.¹⁰ Fininvests tre kanaler skulle komme op på 90% af samtlige private tv-kanalers seertal, hvilket svarer til ca. 45% af det totale antal seere. Allerede i 1983 havde Berlusconis reklamebureau Publitalia erobret 43% af markedet for tv-reklamer i Italien – et marked, der udgør eksistensgrundlaget for de kommercielle tv-stationer.¹¹ I 1993 opstod Mediaset, der fremover som en underafdeling i Fininvest skulle administrere virksomhedens tv-kanaler.

Samme år besluttede Berlusconi og hans rådgivere sig for at udnytte det politiske tomrum, der var opstået med ”Operation Rene Hænder”, og skabe partiet Forza Italia, hvorefter en ”salgsvideo” blev sendt til samtlige tv-stationer i Italien. Filmen, der varer otte minutter, begynder med ordene ”Italien er landet, jeg elsker” og var åbenlys politisk propaganda fra Berlusconis side. Ikke desto mindre blev den uden nævneværdig tøven fra RAI’s side sendt på samtlige af de tre offentlige kanaler.¹²

⁹ Fininvest skulle i 1984 blive fællesbetegnelse for hele den koncern, der udover reklamebureauet Publitalia i dag bl.a. består af tv-afdelingen Mediaset, film distributor Medusa, forlaget Mondadori, stormagasinkæden Standa, byggevirksomheden Edilnord, fodboldklubben A.C. Milan samt banken Mediolanum (jf. Ginsborg, 2004, s. 184; www.wikipedia.org)

¹⁰ Murialdi, 2000, s. 270.

¹¹ Achtner, 2006, s. 117; Ginsborg, 2004, s. 47.

¹² Achtner, 2006, s. 378.

1.3 Det politiske tv-spil og opløsningen af RAI's monopol

Mammì-loven fra august 1990, opkaldt efter den daværende minister for telekommunikation Oscar Mammì, skulle vise sig ikke at ændre synderligt på den politiske kurs, der gennem 80'erne havde været at ignorere behovet for regulering af massemedierne og se igennem fingre med Fininvests lovstridige enegang på området for privat tv. Loven opløste officielt RAI's monopol men cementerede blot den bipolaritet, der allerede eksisterede mellem RAI og Fininvests kanaler.

Ginsborg kalder Mammì-loven for en af mange minimalistiske love, der ikke ændrer grundlæggende ved tingenes tilstand men nøjes med at sanktionere dem.¹³ I protest mod loven valgte fem af regeringens ministre efterfølgende at trække sig fra deres poster.

Fininvest producerede udover nyhedsudsendelserne ikke mange programmer selv, men sendte med inspiration fra amerikansk kommercielt tv, udover massevis af reklamer, en parade af quizzer, tegnefilm, realityshows, sportsprogrammer og film. I Italien, der i 80'erne gennemlevede sit andet "økonomiske mirakel", stod denne type tv, der appellerede til individet, i stærk kontrast til RAI's mere traditionelle og relativt konservative programflade.

Man må spørge sig selv, hvordan Berlusconi stort set uhindret kunne boltre sig på den kommercielle tv-scene op gennem 80'erne. Ginsborg, Murialdi og Achtner nævner alle den nu afdøde socialistiske politiker og antikommunist Bettino Craxi betydning i dette spil. Den såkaldte "CAF-gruppe" blev dannet i 1989 og bestod ud over Craxi af Giulio Andreotti og Arnaldo Forlani fra DC. "CAF-gruppen", hvis forkortelse henviser til medlemmernes efternavne, udgjorde en stærk alliance i bl.a. gennemførelsen af Mammì-loven. Alle tre skulle senere komme på anklagebænken i forbindelse med "Operation Rene Hænder". Craxi var Italiens premierminister i perioden 1983-87 og derudover Berlusconis nære ven og forlover samt gudfar til hans datter. Craxi så i Berlusconis voksende medieimperium en kærkommen mulighed for tv-eksponering og økonomisk støtte, og Craxi's parti PSI nærede ikke stor sympati for kristendemokraterne i RAI's ledelse.¹⁴ Craxi var manden, der i 1984 tog affære, da domstolene i henhold til medieloven fratog Italia 1, Rete 4 og Canale 5 deres sendetilladelser. Fire dage senere blev et midlertidigt lovdekret godkendt, og tv-seerne kunne igen tænde for Fininvest og Berlusconis populære kanaler.

1.4 Interessekonflikter og centrumvenstres svigt

Et centralt element i Ginsborgs diskurs er de såkaldte "demokratiske antistoffer". Begrebet dækker over de mekanismer, der burde udløses i et demokratiske samfund, når det trues af eksempelvis

¹³ Ginsborg, 2001, s. 167.

¹⁴ Murialdi, 2000, s. 281.

magtkoncentration og interessekonflikter hos landets magthavere. Murialdi understreger den store effekt, tv havde på italienernes valg af Berlusconi som ministerpræsident i maj 1994 samt hans evner som kommunikator i det, Murialdi kalder et slags "telekrati" ("telecrazia").¹⁵ Berlusconi bliver af og til sammenlignet med den australske mediemogul Rupert Murdoch, der ejer medie giganten News Corporation, men netop det politiske engagement udgør en central forskel. Et lands politiske opposition er en vigtig del af de "demokratiske antistoffer", og her er det værd at bemærke, at ingen af centrumvenstre-regeringerne under ledelse af Romano Prodi, Massimo D'Alema og Giuliano Amato i perioden 1996-2000 formåede at få gennemført en lov om interessekonflikten mellem medieejerskab og politisk magt. Ginsborg anklager centrumvenstre for at have undervurderet den fallerede ekspremierminister Berlusconis evne til at rejse sig igen efter sin fratrædelse som ministerpræsident i december 1994 samt for at mangle reformvillighed og forståelse for befolkningens ønsker.¹⁶ Politikens korrespondent i Italien Lisbeth Davidsen påpeger som en mulig, om end noget vag, forklaring på denne passivitet, at "venstrefløjten ikke ønskede at levere næring til Berlusconis selviscenesættelse som Italiens forfulgte politiker".¹⁷

Det var heller ikke politikerne men derimod kræfter i civilsamfundet, der satte gang i den proces, som i 1995 førte til en folkeafstemning om, hvorvidt der skulle sættes en øvre grænse for, hvor mange medier en enkeltperson måtte eje. Ganske symptomatisk var det, at de selvsamme medier højst sandsynligt gjorde forskellen i en kampagne, hvor Berlusconis tv-kanaler fik gjort det til et spørgsmål om seernes ret til at vælge frit mellem de kanaler, som de ønskede at se.¹⁸

Folkeafstemningens resultat blev, at forslaget blev nedstemt med 57%.

Med et, i forhold til sine konkurrenter, overlegent kampagnebudget i ryggen, suppleret med masser af sendetid på sine egne kanaler, gjorde Berlusconis et bemærkelsesværdigt comeback som premierminister i juni 2001.¹⁹ Det bragte endnu engang fokus på den åbenlyse interessekonflikt mellem politisk magt og medieejerskab, men åbenbarede også konsekvenserne af et politisk svigt. To år senere udkom en rapport fra OECD's kontor for beskyttelse af ytringsfrihed i massemedierne. I rapporten blev den nyligt vedtagne lov for telekommunikation i Italien, Gasparri-loven, beskrevet som "skræddersyet til at fremme hans (læs: Berlusconis) eget politiske program og hans families

¹⁵ Murialdi, 2000, s. 299.

¹⁶ Ginsborg, 2004, s. 82-85.

¹⁷ Davidsen, 9. maj 2007.

¹⁸ I perioden fra den 11. maj til den 9. juni blev der på Fininvests tre kanaler samt på Telemontecarlo (TMC), ejet fra 1995 til 2000 af den florentinske virksomhed Cecchi Gori og fra 2001 af Telecom Italia under navnet La7, vist henholdsvis 538 indslag, der anbefalede folk at stemme 'nej', og 42, der anbefalede et 'ja' (jf. Achtner, 2006, s. 141).

¹⁹ Berlusconi (med familie) er i følge det amerikanske tidsskrift Forbes god for 11.8 mia. dollars (ca. 65 mia. kroner), hvilket placerer ham som nummer 51 på listen over verdens rigeste mænd anno 2007 (jf. www.forbes.com).

økonomiske interesser”.²⁰ Berlusconi selv hævdede at have løst sine interessekonflikter ved at overlade posten som bestyrelsesformand i Fininvest til sin datter Marina Berlusconi. Der er da heller ikke meget, der tyder på, at ”mediedynastiet Berlusconi” har grund til at frygte for nye love, selvom det nu er dets politiske modstandere, der sidder på regeringsmagten. I forbindelse med et lovforslag mod politikeres interessekonflikter udtalte venstrefløjspolitikererne Giuseppe Caldarola i foråret 2007, at ”Berlusconi næsten (har) ligeså mange senatorer som os, og han kan regne med støtte fra nogle af vores. En del medlemmer af venstrefløjen mener, at det ikke skal være en lov, men vælgerne, der smider Berlusconi ud”.²¹ Indtrykket af venstrefløjens manglende forståelse af tv-mediets magt, samt hvad det vil sige at repræsentere sine vælgeres interesser i parlamentet, må siges at blive bekræftet af udtalelser som ovenstående.

1.5 Tv sætter dagsordenen

Det er ikke kun i Italien, at massemedierne og tv i særdeleshed har ændret spillereglerne i politik samt forbrugernes og vælgernes drømme og behov. Det politiske *spin*-begreb er et godt eksempel på den medieskabte dagsorden. Man har erkendt, at vejen til succes bliver kortere, hvis en politiker evner at brænde igennem på tv både visuelt og retorisk. Der er i dag en større personfokusering fra massemediernes side end tidligere, hvilket har gjort *spin* til en politisk nødvendighed – et nødvendigt onde, vil nogle mene. Man kan diskutere, hvorvidt det reelle politiske indhold er forsvundet bag facaden, men realiteterne er nu engang, at medierne både skaber virkeligheden og reflekterer det samfund, de er en del af. Dette fænomen eller tidsånd, om man vil, har Berlusconi fra 80’erne til i dag formået at udnytte til perfektion. Fininvest/Mediasets tre landsdækkende netværk har med deres *broadcasting* af rendyrket underholdning til den italienske befolkning, rig som fattig (selvom folk med lavere indkomst generelt ser mere tv) og ung som gammel, haft en stor rolle at spille i nu et kvart århundrede af Italiens nyere historie. Berlusconi er både sælger, køber, showmand, politiker og ikke mindst ”personificeringen af tv-reklamernes verden”.²² Som engelske Tobias Jones, der har skrevet bogen *The dark heart of Italy*, bemærker, ”koloniserede (fortidens politikere) tv takket være politik, mens Berlusconi har koloniseret politik ved hjælp af tv”.²³

²⁰ Ginsborg, 2004, s. 156; OECD (Organization for Economic Co-operation and Development) er en international organisation bestående af en række i-lande, der accepterer principperne om det repræsentative demokrati og den fri markedsøkonomi (jf. www.wikipedia.org).

²¹ Davidsen, 9. maj 2007.

²² Ginsborg, 2004, s. 99.

²³ Achtner, 2006, s. 10.

2. Status over den italienske tv-journalistik

I modsætning til det gamle opdragende tv, som RAI havde stået for, opstod i 80'erne det, som den italienske forfatter Umberto Eco har kaldt for "neotelevisione", dvs. det moderne tv, der byder på en uendelig strøm af programmer, flydende genregrænser og selvreferencer. RAI stod overfor en yngre og mere vital modstander i de privatejede kanaler, som i det nye tv's ånd bød seerne på *infotainment*: informationer og nyheder præsenteret i underholdningsprogrammets indbydende og let fordøjelige form. Præmisserne for tv-udbydere havde ændret sig markant og var på mange måder underlagt det kommercielle marked, hvor det primært handler om at skabe profit ved at "sælge seere" til reklameannoncørerne. I den kontekst er det kvantiteten af seere målt i *audience* og *share*, der har første prioritet fremfor programmets kvalitet og kulturelle indhold.²⁴ Regnestykket er enkelt: Jo flere mennesker, der tænder for et bestemt program, jo mere er virksomhederne villige til at betale for en reklameplads i den pågældende sendetid.²⁵

2.1 Anklageskrift mod de italienske tv-journalister

"Aldrig et ord eller en antydning af en kritisk distance fra programmets kommentatorer eller værtinde (...) de (siger) ikke, at "denne kvinde hævder at være blevet hjulpet af en guddommelig indgriben" men snarere, at "denne kvinde er blevet hjulpet af en guddommelig indgriben". Her ligger forskellen mellem journalistik og bedrageri, mellem kultur og ignorance".²⁶

Denne kommentar til italiensk tv's tilstand anno 1995 kommer fra den italienske forfatter og journalist Michele Serra. Et par år forinden konkluderede journalist og medlem af kommunistpartiet Rossana Rossanda, at "vi (læs: italienerne) har en information, der simpelthen er agitation", og Umberto Eco stillede spørgsmålet: "Journalister, hvorfor skriver I så mange uægte oplysninger?".²⁷ Murialdi gør opmærksom på tendensen i den italienske journalistik til at lægge vægt på det

²⁴ Murialdi, 2000, s. 287; Achtner, 2006, s. 237; *audience* angiver, hvor mange personer, der ser et specifikt program på et specifikt tidspunkt, mens *share* er procentdelen af tændte fjernsyn, der viser et specifikt program på et specifikt tidspunkt. At have 20% *share* i bedste sendetid klokken 20 er derfor typisk bedre end at have 30% *share* omkring midnat, hvor færre har tændt for deres tv.

²⁵ I 1999 gik 55,3% af reklameinvesteringer i medier (minus internettet) til tv, mens de trykte mediers andel lå på 35,6% (jf. Murialdi, 2000, s. 303).

²⁶ Ginsborg, 2001, s. 112.

²⁷ Murialdi, 2000, s. 299.

subjektive sanseindtryk fremfor på det faktuelle og slår fast, at der fortsat mangler den professionelle, journalistiske kultur, som ligger vægt på research og kontrol.²⁸

Disse pointer deles af Achtner, der dog går skridtet videre og anklager de italienske tv-journalister ikke blot for pseudojournalistik og manglende professionalisme men for decideret uærlighed. Den engelske tradition for public service er således baseret på en række etiske principper, der gennem upartisk og afbalanceret journalistisk formidling skal sikre borgernes evne til ved folkeafstemninger at træffe et selvstændigt og rationelt valg. Pressen skal derudover med sund skepsis og kritisk sans fungere som vælgernes kontrolorgan (eller ”vaghund” jf. indledningen) over for de folkevalgte. Det er ikke altid lige nemt for de italienske politikere at acceptere, og Berlusconi har f.eks. udtalt, at det er upassende for et offentligt tv-selskab som RAI at modsige regeringens politiske synspunkter.²⁹

I 1990, samme år som Mammì-loven, blev der i England ved lov oprettet den uafhængige instans Independent Television Commission (ITC), der i modsætning til Mammì-lovens fravær af kvalitetskrav, sætter en journalistisk og teknisk standard, som de private tv-udbydere skal overholde for at få lov til at sende. Hvis de landsdækkende kanaler i Italien, kommercielle såvel som offentlige, skulle leve op til disse standarder, hævder Achtner, ville ikke en eneste af dem være i besiddelse af en sendetilladelse. Han påpeger, at stort set samtlige italienske tv-journalister mangler de nødvendige kvalifikationer for at arbejde med fjernsynsmediet - eksempelvis på RAI, hvor mange journalister er blevet hvervet direkte fra de forskellige partiers pressesekretariater. ”Ordet”, skriver Achtner, ”sejrer altid over billederne, og snarere end en ægte tv-avis er modellen en radiotransmission på fjernsynsskærm”.³⁰

2.2 Reklamesøjler og politiske skødehunde

I Italien ligger størstedelen af tv- og avisjournalister under for partipolitiske eller økonomiske interessekonflikter, hvilket har katastrofale konsekvenser for det italienske demokrati og er ødelæggende for mediernes egen troværdighed, lyder Achtners vurdering. Han mener, at accepten af disse tilstande i Italien er en konsekvens af loven, som i 1975 uddelte de tre RAI-kanaler til de tre største partier. Denne form for ”informationspluralisme” bliver ofte retfærdiggjort af påstanden om, at en absolut og objektiv sandhed ikke kan opnås. Journalisten Paolo Guzzanti mener imidlertid

²⁸ Murialdi, 2000, s. 304.

²⁹ Donovan (se under ’sekundærkilder fra internettet’ i bibliografien)

³⁰ Achtner, 2006, s. 174-175.

ikke, at borgerne har meget glæde af en sådan form for public service: "...i stedet for en enkelt tåbelighed giver vi jer fem, ti for én enkelts pris".³¹

Hvad angår de private tv-stationer, nævner Achtner Emilio Fede (studievært på *Tg4*, Rete 4's tv-avis) og Paolo Liguori (studievært på *Studio Aperto*, Italia 1's tv-avis, og erklæret tilhænger af Bettino Craxi) som eksempler på journalister med politiske dagsordener. Derudover har Emilio Fede medvirket i markedsføringen af forskellige produkter, ligesom den kendte studieværtinde på *Tg5* (Canale 5's tv-avis) Cristiana Parodi og Everardo Dalla Noce (RAI's kommentator på børsen i Milano og dermed teoretisk set lønnet af tv-seernes licens) ligeledes har reklameret for henholdsvis vaskepulver og et bilmærke. Parodi sad i reklamen bag en kopi af sit skrivebord på tv-avisen og brugte dermed sin autoritet som garant for produktet. Typen af reklamer, de såkaldte "telepromozioni", hvor værten afbryder sit program for at reklamere for et produkt, illustrerer, hvor tungt det kommercielle kan veje i forhold til et programs troværdighed. De italienske politikere har ikke fundet anledning til at begrænse denne praksis, som man har valgt at gøre i England, hvor der er præcise regler for sponsorering samt for antallet af reklamespots på de kommercielle kanaler.³²

2.3 *Tg1* og *Tg5*: Hvad er forskellen?³³

I de to mest populære nyhedsudsendelser i Italien, *Tg1* og *Tg5* på henholdsvis RAI 1 og Canale 5, var det d. 28. maj 2007 de igangværende lokalvalg, der var øverst på dagsordenen. *Tg5*, der havde en varighed af 23 minutter, dedicerede 14 minutter (ca. 60% af programmet) til valget, mens de øvrige seks nyhedsklip hver varede mellem et og to minutter. *Tg1*, der varede 35 minutter, brugte ligeledes 14 minutter (40%) på lokalvalgene, mens de øvrige 15 historier varede mellem et halvt minut og fire minutter. Hvor man på *Tg1* først og fremmest gjorde brug af *speak* (reporteren der taler, mens billederne kører), lavede man på *Tg5* fem-ti såkaldte *stand-ups* (reporteren filmes, mens han eller hun taler til kameraet) fra forskellige byer i Italien. Funktionen af disse *stand-ups* er bl.a. at etablere en mere direkte, personlig kontakt mellem seer og reporter, men det sparer samtidig journalisterne for at skulle optage og redigere mere levende og beskrivende billeder. Netop manglen på vedkommende billeder var noget, jeg konstaterede ved begge nyhedsudsendelsers indslag om lokalvalgene. De fleste af billederne var fuldstændigt intetsigende og kunne i realiteten have været ældre optagelser fra arkivet. Mit indtryk var, at jeg ligeså godt kunne have tændt for radioen. Da der kun er tale om to tv-aviser, er det et spinkelt grundlag at drage konklusioner på, men mine

³¹ Achtner, 2006, s. 31.

³² Achtner, 2006, s. 243.

³³ www.media.rai.it; www.video.mediaset.it (se under 'primærkilder' i bibliografi for detaljer)

iagttagelser bekræfter blot Achtners kommentarer om de italienske tv-journalisters manglende evne til at udnytte tv-mediets billedside, hvilket jo unægtelig virker som lidt af et paradoks.

Hvad angår andelen af taletid, var det bemærkelsesværdigt, at højrefløjspolitikerne, uagtet at lokalvalgene faldt ud til deres fordel, blev tildelt fire interviews i *Tg5*, mens venstrefløjen måtte nøjes med et enkelt. *Tg1* fordelte taletiden lige mellem politikerne men valgte i modsætning til *Tg5*'s ni *stand-ups* kun at lave et enkelt fra Genova, hvor venstre- og regeringsfløjen vandt.

Hverken *Tg1* eller *Tg5* benyttede sig af muligheden for at interviewe eksterne kilder som eksempelvis valgforskere eller uvildige politiske eksperter, som man ofte ser i DR og TV 2's nyhedsudsendelser herhjemme, hvor studieværten også kan fungere som interviewer. Den slags interviews, hvis formål er at perspektivere en begivenhed og give seeren et overblik over dens sandsynlige konsekvenser, savnede jeg i begge de italienske tv-aviser.

Bortset fra et *stand-up* fra Alessandria i *Tg5*, hvor reporteren Beppe Gandolfo brugte ord som "triumf" og "glamourøst" om højrefløjens valgsejre i Vercelli og Asti, bar retorikken ikke præg af politiske tilhørsforhold i de to nyhedsudsendelser. I det nævnte tilfælde burde den objektive reporter netop have *reporteret* fakta, i dette tilfælde valgets resultat, og så ellers have ladet seerne selv om værdibedømmelsen og superlativerne.

Tg5 havde udover lokalvalgene kun fundet plads til et enkelt politisk relateret indslag hvor den transeksuelle, italienske venstrefløjspolitiker Vladimir Luxuria gav sit besyv med om overfaldene på homoseksuelle demonstranter i Moskva. *Tg1* havde derimod seks politisk historier, heriblandt den fra Moskva, hvor man dog valgte en mere traditionel reportage med fokus på begivenhederne og deres konsekvenser. *Tg5* præsenterede Moskva-historien med en mere kuriøs vinkling, hvilket, sammenholdt med deres historie om en kvinde fra Catania, der havde fundet en mus i en pakke frossen spinat, styrkede indtrykket af *Tg5* som den mere "tabloide" tv-avis af de to.

Et eksempel på de selvreferencer og flydende genregrænser, Umberto Eco betegner som grundlæggende elementer i "la neotelevisione", fik man til sidst i *Tg5*, hvor et indslag af et minuts varighed fortalte seerne om en kommende miniserie på Canale 5 og dermed gjorde sit til, at denne series potentielle seertal og de deraf følgende reklameindtægter blev optimeret.

2.4 Forandring er nødvendig

At den italienske seer er tilbøjelig til at tage det for gode varer, når tv-chefer fortæller dem, at Italien har det bedste tv i verden, skal ifølge Achtner ses i lyset af den lave kvalitet, seeren præsenteres for, uanset hvilken kanal han eller hun tænder for. "Fjernbetjeningen er blevet et næsten

lige gyldigt instrument”, mener den tidligere chef for Tg2 Paolo Garimberti.³⁴ Achtner foreslår, at man omstrukturerer og effektiviserer hele organisationen RAI ved bl.a. at samle de tre nuværende tv-aviser i en enkelt nyhedsudsendelse for på den måde at undgå det aktuelle spild af penge, det er at køre tre nyhedsudsendelser på samme netværk. Med de gamle partiers sammenbrud i begyndelsen af 90’erne havde Claudio Dematté, som var præsident for CDA i RAI, en unik mulighed for at gøre op med *lottizzazione*-princippet fra 70’erne og en gang for alle gøre RAI uafhængig af hvilke politiske vinde, der blæser i det italienske parlament. Dematté og hans kolleger i administrationen greb ikke chancen men nøjedes med at skifte ud på de tre tv-avisers direktørsæder. Ved at fyre de journalister, som var kompromitteret af deres samarbejde med de korrupte politikere, kunne de have åbnet døren for nye og friske kræfter. Forfatter og politiker Saverio Vertone deler Achtners pessimisme på Italiens vegne, når han skriver, at ”ingen regel nogensinde (vil) skabe den nødvendige kultur for at nå den grad af objektivitet, der kan få informationen og dermed landet til at fungere. Faktisk er det ikke normerne, som skaber værdierne, men værdierne, som skaber normerne”.³⁵ Den internationale organisation ”Journalister uden grænser” offentliggjorde i 2004 en verdensrangliste for pressefrihed i verden. Her lå Italien på en lidet flatterende plads som nummer 39 under lande som El Salvador, Cap Verde og Bulgarien.³⁶ To år senere ved valgkampen i 2006 bemærkede valgobservatører fra den internationale organisation OSCE (”Organization for Security and Co-operation in Europe”), at fem ud af de seks mest sete kanaler i Italien favoriserede premierminister Berlusconi og hans højrefløjsregering, mens en enkelt favoriserede oppositionen.³⁷

2.5 Informationsstrømmen: trussel eller velsignelse?

Umberto Eco advarer mod den tvedeling af befolkningen i henholdsvis en ”elite af velinformede brugere” og en ”masse informationsproletarer”, som massemedierne med deres overvældende informationsstrøm i øjeblikket er med til at skabe.³⁸ Med andre ord: Den passive tilskuer drukner i nyhedsstrømmen, mens kun den, der formår at udvælge og filtrere de mange informationer, kan trække vejret imens og få luft til hjernen. Den amerikanske forfatter og filosof George Gilder fortalte i 1996, at tv’s appel til masserne og til den passive tilskuer vil blive vendt på hovedet i fremtiden, hvor det, han kalder ”teleputeren” (en hybrid mellem tv og pc), i stedet vil appellere til

³⁴ Achtner, 2006, s. 236.

³⁵ Achtner, 2006, s. 47.

³⁶ Ginsborg, 2004, s. 161.

³⁷ Donovan (se under ’sekundærkilder fra internettet’ i bibliografien for detaljer)

³⁸ Achtner, 2006, s.169.

individualismen og kreativiteten. Interaktiviteten vil råde på ”teleputeren”, og producenten vil være brugeren selv, der i realiteten kan få sit budskab til at gå verden rundt. Her 11 år senere kan man erfare, at internettjenester som YouTube og MySpace har gjort Gilders vision til virkelighed. I dag taler medieforskere om ”mediekonvergens”, hvilket dækker over forskellige typer mediers synergi i et for internettets vedkommende meta- eller multimedie.³⁹ Tv derimod beskriver Gilder som ”et kalejdoskop af følelser og effekter, sladder og overflade” og ”et instrument for tyranner”.⁴⁰ Internettet er med sin decentrale konstruktion sværere at regulere og udnytte som magtmiddel. I lande som Kina, Nordkorea og Iran lykkes regimerne med at censurere dele af nettets indhold, men i det lange løb er det en ulig kamp. Hvor man i radio og tv’s tidlige monopol-dage talte om *broadcasting*, har den digitale teknologi åbnet op for *narrowcasting* som en del af de moderne, modtagerorienterede medier, hvor myriader af internetbaserede tv- og radiokanaler har specialiseret sig i at appellere til specifikke målgrupper. Man kan sige, at internettets indhold er ytringsfriheden taget ud i sin til dato mest ekstreme form. Det har skabt en mangfoldighed af information, der, alt efter hvordan man ser på det, kan virke skræmmende uoverskuelig eller befriende grænseløs.

3. RAI’s censur og kampen for ytringsfrihed

At de få debatprogrammer på RAI, der stiller sig kritisk over for magthaverne, har trange kår, illustreres af en begivenhed, der fandt sted i 2002 i Bulgariens hovedstad Sofia. Her mente daværende premierminister Silvio Berlusconi, der året forinden var blevet genvalgt, under et officielt besøg, at det var nødvendigt at kritisere tre prominente tv-værter fra RAI for at bedrive politisk propaganda – beskyldninger, som Berlusconi og Fininvest ikke var uvante med selv at stå overfor. De personer, premierministeren med ”Sofia-diktatet” mente havde gjort ”forbryderisk brug” af deres status som værter på det statslige tv til fordel for venstrefløjen, var de navnkundige Enzo Biagi (vært på programmet *Il Fatto* på RAI 1), Michele Santoro (vært på programmet *Sciuscià Edizione Straordinaria* på RAI 2) og Daniele Luttazzi (vært på programmet *Satyricon* på RAI 2). Alle tre blev ved tv-sæsonens afslutning bortvist fra RAI. Santoro skulle efterfølgende få medhold i arbejdsretten, hvis dom slog fast, at han uretmæssigt var blevet fjernet fra sit job og havde krav på at komme tilbage på skærmen.

³⁹ Achtner, 2006, s. 262; www.cfje.dk; www.youtube.com; www.myspace.com.

⁴⁰ Achtner, 2006, s. 168 og s. 178.

3.1 *Viva Zapatero!*: Demokrati eller censur⁴¹

Studieværten og filminstruktøren Sabina Guzzanti oplevede i november 2003 ligeledes at få sit program *Reperto Raiot* lukket ned af RAI efter den første udsendelse på RAI 3. I sin film *Viva Zapatero!* præsenterer hun de begivenheder, der førte til programmets endeligt, interviews med italienske såvel som udenlandske komikere og journalister, klip fra det lukkede program samt hendes forsøg på at få de ansvarlige politikere og tv-chefer i tale. I omtalen til filmen bliver *Viva Zapatero!* beskrevet som en ”satirisk dokumentar”, og at der ikke er tale om en dokumentarfilm i traditionel forstand ses allerede i åbningsscenen, hvor Guzzanti optræder sminket som Silvio Berlusconi. På hjælpeløst engelsk blander denne Berlusconi-karikatur sig i det, der skal forestille et interview med den engelske premierminister Tony Blair – spillet af den engelske komiker Rory Bremner. En præmis for at vurdere *Viva Zapatero!* er bevidstheden om, at det er den forurettede part i form af Guzzanti, der, udover at spille en hovedrolle, både har skrevet manuskript og instrueret filmen. Dette ændrer dog ikke ved en anden præmis, nemlig at hun har rettens ord for, at lukningen af *Reperto Raiot* var grundløs, men det gør, at man ikke skal forvente at få serveret en objektiv og nøgtern dokumentarfilm. Denne form for ”dokumentarfilm med en dagsorden” kender vi fra amerikanske Michael Moore, der med filmen *Bowling for Columbine* udstillede den amerikanske våbenindustri og dets tilhængere ved bl.a. at lade folk falde mere eller mindre igennem i interviewsituationer. Et eksempel på denne stil kan man se i Guzzantis interview med Claudio Petruccioli, der som repræsentant for venstredemokraterne hos RAI i 2003 var en af de ansvarlige for lukningen af *Raiot*. Her går kameraet helt tæt på Petrucciolis ansigt og bliver ved med at filme, mens han tydeligt utilpas med situationen desperat leder efter ordene. Den aggressivt insisterende og polemiske interviewstil er et karakteristisk og effektivt virkemiddel i *Viva Zapatero!*.

Et centralt tema i filmen er spørgsmålet om, hvilken rolle komikere og satirikere bør spille i et demokratisk samfund. Således gøres lukningen af *Raiot* af politikerne til et spørgsmål om, hvorvidt programmet er berettiget til at kaldes satire. Hvis det var satire, lyder forklaringen, ville der ikke have været noget problem, for satire bør ikke være politisk. Som Petruccioli, der i dag er præsident i RAI, siger: ”komikere bør ikke lave information”. Favio Cattaneo, der var RAI’s direktør, da *Raiot* blev lukket, går så langt som at tale om ”satirens regler”, der kræver, at den ”skal få folk til at grine”. Guzzanti har dog ikke tænkt sig at lade disse politiske (bort)forklaringer stå til troende og kører derfor folk som Dario Fo (italiensk forfatter samt teaterinstruktør og -skuespiller) og Luciano Canfora (italiensk historiker) i stilling. Fo insisterer på, at ”satire skal snakke om politik”, mens Canfora slår fast, at satire ingen grænser har, og ”at den uden information ikke ville give mening”.

⁴¹ Guzzanti, 2005.

Problemet ligger ikke i satirens indhold, men snarere hos politikerne og deres syn på public service-tv's funktion, hvis man skal tro den tidligere chefredaktør på avisen *Corriere della Sera*, Ferruccio De Bortoli. Han fortæller i filmen, hvordan Berlusconi's højrefløj ser alle, der ikke tænker som dem selv, som en del af fjendens lejr og dermed allieret med deres politiske modstandere. På den måde fjerner de fokus fra det reelle indhold i kritikken og drejer det i stedet over på kritikernes politiske tilhørsforhold – for mig at se et eksempel på, at personlige angreb ofte er en bekvem mulighed for at dække over fraværet af et ordentligt forsvar. Med tanke på de relativt høje seertal, det første afsnit af *Raiot* havde, er det vanskeligt at tolke lukningen af programmet som andet end censur.⁴² Derfor virker det næsten tragikomisk, når førortale Petruccioli nægter at bruge ordet censur, men taler om en ”restriktion af pluralismen” og dermed, i stedet for at diskutere de alvorlige konsekvenser af det politisk motiverede indgreb, som lukningen af *Raiot* sandsynligvis var, forsøger at gøre det til en strid om ord og et spørgsmål om formulering. *Viva Zapatero!* handler dels om nødvendigheden af en politisk accept af public-service-tv som en vigtig del af landets demokrati, dels handler den om selve denne type tv's struktur og placering i landets grundlov. Som journalisten og forfatteren Marco Travaglio fortæller, har Silvio Berlusconi og højrefløjen blot udnyttet en ufuldkommen lovgivning, der blev skabt af centrumvenstrefløjen, før Berlusconi selv kom til magten. Bill Emmott, chefredaktør på den engelske avis *The Economist*, der grundet kritiske artikler er blevet sagsøgt af Berlusconi, mener, at ”Berlusconi er skabt af oppositionen”. Det begrundes han med, at centrumvenstre har været for svage, og at de ikke har evnet at præsentere en konkret vision for ændringer af landets politik. Centrumvenstrefløjen, som i dag har regeringsmagten i Italien, lader med andre ord snarere til at være en del af problemet end en del af den løsning, der skal sikre, at kontroversielle og samfundskritiske programmer som Sabina Guzzantis, Biagis, Santoros og Luttazzis fortsat kan overleve på italiensk tv. Med Guzzantis ord: ”Enten er der demokrati, eller også er der censur. De to ting kan ikke eksistere side om side”.

3.2 Comeback på tv- og computerskærm

Michele Santoros tilbagevenden til RAI fandt sted i efteråret 2006 med programmet *Anno Zero* (År Nul), hvori han bl.a. kritiserer den siddende venstrefløjsregering. Ministerpræsident Romano Prodi har givet udtryk for sin misfornøjelse, men har i modsætning til sin forgænger fornuftigvis valgt at lade det blive ved det. Også den 86-årige Biagi er tilbage på skærmen med programmet *RT – Rotocalco Televisivo* (Tv-ugebladet), som Lisbeth Davidsen betegner som et af de ”seriøse

⁴² *Raiot* nåede på premiereaftenen op på ca. 2 millioner seere svarende til 25-26% *share*, hvilket på det pågældende tidspunkt (lige efter midnat) gjorde RAI 3 til den mest fulgte tv-kanal i Italien (jf. *Viva Zapatero!*; www.wikipedia.org).

debatprogrammer”, der dog som regel først vises, ”når størstedelen af befolkningen er gået i seng”.⁴³ I programmet har Biagi bl.a. interviewet Daniele Luttazzi, der endnu ikke er vendt tilbage som frontfigur i sit eget program efter sin fyring. Berlusconi har for nyligt indrømmet, at han ”gik lidt for vidt” tilbage i 2002, men det er nærliggende at spørge, om ikke de italienske politikere udelukkende bifalder den kritiske tv-journalistik, så længe den ikke er rettet mod dem selv. Forfatteren bag den mest populære *netblog* i Europa, komikeren og teatermanden Beppe Grillo, har også prøvet at blive fjernet fra skærmen af RAI. Op gennem 1980’erne var Grillo den samfundskritiske vært i en række populære tv-programmer, bl.a. *Grillometro*, indtil det i 1986 blev for meget for politikerne. Grillo, der i øjeblikket turnerer med showet *Reset*, har, at dømme ud fra besøgstallet på sin *blog* på nettet og de udsolgte forestillinger, et godt tag i den italienske befolkning, og han nærer håb for Italiens fremtid trods de håbløse politikere: ”Pessimismen er et overstået kapitel. Vi er ude på den anden side. Jeg kan mærke, hvordan kornene popper, pop, pop, pop. Der sker noget omkring mig, og det hele er signaler fra mennesker, der gerne vil leve i en bedre verden”.⁴⁴ Gennem sine aktiviteter på nettet har Grillo vist, at det er muligt at nå ud til den italienske befolkning på trods af politikernes manglende velsignelse og fraværet på de landsdækkende tv-kanaler. Som jeg var inde på i slutningen af sidste kapitel, udgør internettet på mange måder et slags nødspor på informationsmotorvejen. Det sikrer, at folk som eksempelvis Beppe Grillo, der har en sag, de brænder for og formår at formidle, kan nå ud til et i teorien ubegrænset antal modtagere og dermed gøre en forskel til fordel for den demokratiske udvikling.

⁴³ Davidsen, 2. maj 2007.

⁴⁴ Davidsen, 22. april 2007.

Konklusion

Det var vigtigt for mig at afslutte dette projekt med et lille gran håb illustreret ved Grillos smittende optimisme. Virkeligheden er nemlig, at der findes lys bag den formørkede tv-skærm, der stadigvæk er den primære informationskilde for størstedelen af italienerne. Mit projekt har dokumenteret, at den smule optimisme, der måtte findes, hverken skyldes politikerne eller administrationerne hos RAI og Mediaset. Public service-organet RAI har fra starten, som beskrevet i første kapitel, været afhængigt af partipolitiske interesser. Det virker paradoksalt at tale om ”borgerservice”, når man tænker på lukningen af populære programmer såsom Guzzantis *Raiot*, der udtrykte en legitim kritik af magthaverne. Udeblivelsen af de nødvendige reformer har været katastrofal for RAI’s troværdighed. Følgagtigt har RAI tilpasset sig de kommercielle vilkår i stedet for at opbygge en professionel og selvstændig kultur, som vi bl.a. kender fra BBC og vores egen Danmarks Radio. Ved ikke at præsentere et ordentligt alternativ for de italienske seere kan jeg konkludere, at RAI ikke har indfriet de forventninger, man med rette kan have til en public service-station.

Med tanke på de kommercielle netværks profitaafhængighed er det naivt at tro på, at disse skulle skænke objektivitet og informationsniveau en tanke - i hvert fald så længe, loven ikke pålægger dem de mindste kvalitetskrav. Italienerne efterlades således uden én landsdækkende tv-kanal, der utvetydigt varetager deres interesser som borgere.

Tv-mediets magt som dagsordensætter og ”instrument for tyranner” sammenholdt med dets kontrollerbare natur, symboliseret ved politikerens Berlusconi monopol og udnyttelse af det kommercielle tv- og reklamemarked, er potentielt giftigt for det italienske demokrati. Modgiften i form af de ”demokratiske antistoffer” viste sig ikke at findes i centrumvenstrefløjen, som mere eller mindre bevidst har undladt at lovgive om interessekonflikter. Konsekvensen har været, at den kommercielle pol i italiensk tv utvetydigt favoriserer Berlusconi, mens RAI’s public service-pol fungerer som en skingert knirkende vejrhane på taget af det italienske parlament.

Modsat har udviklingen af internettet gjort det muligt for folk, der ikke er velkomne på de landsdækkende netværk, at komme ud til masserne med deres budskaber. Den decentrale struktur er som nævnt både nettets styrke og potentielle svaghed som ”demokratisk massemedie”: Den overvældende mængde af informationskilder vanskeliggør brugen af censur og gør det muligt for alle at udtrykke sig frit, men fordrer samtidig brugerens evne til at skelne de relevante informationer fra de irrelevante samt de troværdige kilder fra de utroværdige. Det vil dog på længere sigt være til gavn for demokratiet og ytringsfriheden i Italien, at der nu rent faktisk er noget at skelne mellem.

Biografi

Primærkilder:

Tg1. Rai Uno, mandag d. 28. maj 2007, klokken 20.00. (Varighed: ca. 35 minutter, sprog: Italiensk)

Link: www.media.rai.it; <http://www.media.rai.it/mpmedia/0,,News^23235,00.html>

Tg5. Canale 5, mandag d. 28. maj 2007, klokken 20.00. (Varighed: ca. 23 minutter, sprog: Italiensk)

Link: www.video.mediaset.it;

<http://www.video.mediaset.it/video.html?sito=tg5&data=2007/05/28&id=16583&categoria=servizio&from=tg5>

Guzzanti, Sabina: *Viva Zapatero!*. Milano, BURsenzafiltro, 2005. (Varighed: 80 min., sprog: Italiensk) (DVD)

Sekundærkilder:

Achtner, Wolfgang M.: *Democrazia e telegiornali – Il giornalismo come servizio pubblico*. Perugia, Morlacchi Editore, 2006. (s. 1-52; s. 109-205; s. 215-461; i alt: ca. 395 ns. på italiensk)

Daidsen, Lisbeth: *Sjov på den seriøse måde*. Politiken, 22. april 2007. 2. sektion, s. 6.

Daidsen, Lisbeth: *Comeback for de udrensedede*. Politiken, 2. maj 2007. 2. sektion, s. 2.

Daidsen, Lisbeth: *Berlusconi og hans fæller må vælge mellem politik og profit*. Politiken, 9. maj 2007. 1. sektion, s. 11.

Ginsborg, Paul: *Italy and its Discontents 1980-2001*. London, Penguin Books, 2001. (s. 108-112; s. 163-169; s. 254-284; kapitel 9; i alt: ca. 80 ns. på engelsk)

Ginsborg, Paul: *Silvio Berlusconi – Manden, der ville eje Italien*. (2004) Oversat af Thomas Harder. København, Informations Forlag, 2005. (Prolog, kap. 2, 4, 5, 6, 7 samt efterskrift; i alt: ca. 120 ns. på dansk)

Murialdi, Paolo: *Storia del giornalismo italiano*. Ny udgave. Bologna, il Mulino, 2000. (kapitel 8, 9, 10, 11 og 12; i alt: ca. 95 ns. på italiensk)

Sekundærkilder fra internettet:

Donovan, Mark. *History (Italy)*, in Europa World online. London, Routledge. Københavns Kommunes Biblioteker: <http://www.europaworld.com.ez.proxy.kk.dk/entry/it.hi>

www.cfje.dk ("center for journalistisk kompetenceudvikling"):

<http://www.cfje.dk/cfje/VidBase.nsf/ID/VB00169210?OpenDocument>

www.forbes.com: http://www.forbes.com/lists/2007/10/07billionaires_Silvio-Berlusconi-family_EEPT.html

www.wikipedia.org ("den fri encyklopædi"): <http://it.wikipedia.org/wiki/Fininvest>

http://it.wikipedia.org/wiki/Milano_3

<http://en.wikipedia.org/wiki/Oecd>

http://it.wikipedia.org/wiki/Viva_Zapatero%21

www.internetworldstats.com ("Brugs- og befolkningsstatistikker"):

<http://www.internetworldstats.com/eu/it.htm>