

## Fiche pédagogique

## Videocracy

Sortie en Suisse romande :  
le 18 août 2010



**Film** documentaire, Suède, 2009

**Réalisation et scénario :**  
Erik Bandini

**Intervenants :**

Ricky Canevali, Lele Mora, Fabrizio Corona, Simona Ventura, Flavio Briatore, Silvio Berlusconi...

**Musique :**

Johan Söderberg, David Osterberg

**Production :**

Erik Bandini, Mikael Olsen, Axel Arnö, Kristina Aberg; Atmo AB, Zentropa, SVT...

**Distribution :**

Filmcoopi

**Version originale italienne**  
(sous-titrée français et allemand)

**Durée :**

1h25

**Age légal : 16 ans**

**Age conseillé : 16 ans**

Toronto Film Festival : Meilleur documentaire

**Résumé**

Sujet : le règne des médias en Italie, avec donc la critique de l'empire berlusconien.

Thèse : comment les chaînes de Berlusconi ont façonné la personnalité des Italiens.

Grosso modo, le documentaire peut se diviser en **trois chapitres**.

Le premier suit Ricky Canevali, un citoyen italien fan de Bruce Lee, qui, pour exister, trouver la femme de sa vie et échapper à sa condition de mécanicien, n'a qu'une obsession: passer à la télé et devenir célèbre en incarnant le croisement entre Jean-Claude Van Damme et Ricky Martin.

Le deuxième chapitre pénètre dans la villa blanche sarde du riche Lele Mora, l'agent de télévision le plus influent d'Italie et aussi proche de Silvio Berlusconi. Lele fait et défait les stars, reçoit Mike Tyson, Tony Blair, Vladimir Poutine, Paris Hilton ou les fils Kadhafi, et écoute les hymnes fascistes sur son portable.

La troisième partie du

documentaire suit les frasques de Fabrizio Corona, directeur d'un lucratif business de paparazzi, qui ne vend pas les photos aux magazines, mais aux stars elles-mêmes, parce qu'elles refusent que ces clichés obtenus à leur insu soient diffusés plus loin. Son emprisonnement pour extorsion a permis à Corona de rebondir en écrivant de sa cellule un livre et une chanson, en créant une marque de vêtements, et mettant en scène sa sortie de prison dans les médias : les profits de ses opérations lui ont rapporté 2,5 millions d'euros et les boîtes de nuit lui offrent désormais 20'000 euros pour une heure de présence.

Le point commun de ces trois personnages hauts en couleurs (sauf peut-être pour Lele Mora, qui n'aime que le blanc) serait, selon "Videocracy", la fréquentation et l'exemple de Berlusconi, qui aurait réussi sa carrière en soumettant le pays à ses ambitions : 80% des Italiennes rêveraient désormais de devenir potiche à la TV, épouser un footballeur et devenir riche. Selon le documentaire, être médiatisé c'est donc réussir.

## Disciplines et thèmes concernés :

### Langue et culture italiennes :

les chaînes TV italiennes et la composition de leurs programmes ; la presse people italienne et ses vedettes...

### Histoire et sociologie :

l'ascension politique de Silvio Berlusconi, le gouvernement et les partis italiens, Mussolini et le fascisme, la Sardaigne, l'argent...

### Education aux médias :

le pouvoir des médias, la manipulation des spectateurs, les émissions de télé-réalité, le phénomène "Big Brother", la presse people et les paparazzi, le scoop...

### Education civique et droit :

la liberté de la presse et l'atteinte à l'individu (vie médiatique et vie privée), les situations de monopole, l'extorsion et le chantage...

### Philosophie et psychologie:

l'adolescence face à la télévision, l'égalité des générations face à la réception de la télévision, le star système et le phénomène d'identification (mythomanie...), l'apparence et l'estime de soi, l'éducation des masses, le sexe et la nudité, le concept orwellien de Big Brother...

## Commentaires

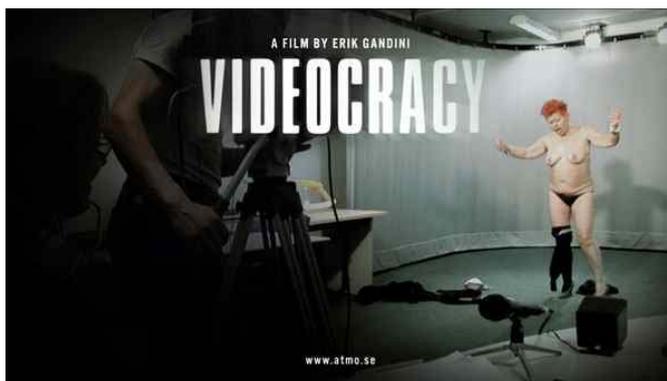
La thèse selon laquelle le concept de "vidéocratie" soit né avec Berlusconi n'est malheureusement pas démontrée par le film. Pas plus que n'est avérée l'influence dont Berlusconi use avec ses médias. On comprend bien qu'il n'est pas aisé de recueillir des témoignages directs. Ni d'explicitier les décisions immorales du président du Conseil, par manque de documents compromettants et de témoignages mettant en cause le *Cavaliere*. (Avec davantage de succès, la journaliste Sabina Guzzanti a réussi à piéger des personnalités de l'entourage de Berlusconi pour dénoncer les conflits d'intérêts et les mises à la porte de ses confrères par des décisions politiques; voir *infra* "Pistes pédagogiques"). Le documentariste Erik Bandini a donc dû se contenter d'images de télévision et de témoins indirects : un Italien mythomane qui ne parvient pas à retenir l'attention des médias, un agent influent de la télé, ami de Berlusconi – mais à quel degré ? – et en même temps fan de Mussolini, et un beau gosse débrouillard qui a su tirer l'épingle de son jeu en exploitant la naïveté des gens et leur fascination pour les images.

Erik Bandini n'a pas non plus convaincu que le phénomène mis en question dans son documentaire est propre à l'Italie. Il n'y a qu'à voir l'influence d'émissions comme "Big Brother" – mis en cause par "Videocracy" -

dans d'autres pays, ou de se pencher sur l'exploitation conciliante des jeunes par le star system (du Brésil aux Etats-Unis, des Pays-Bas à l'Angleterre).

Le travail d'Erik Bandini n'est ni scientifique (les preuves manquent pour établir un lien entre la main basse de Berlusconi sur les médias et ses conséquences sur la société italienne d'aujourd'hui), ni franchement journalistique (son documentaire n'est pas une véritable enquête, faute d'avoir interviewé les bonnes personnes, ou de les avoir fait s'exprimer totalement sur un sujet si dangereux en Italie). "Videocracy" se laisse cependant regarder avec curiosité et donne à réfléchir sur notre société surmédiatisée, car il interroge notre statut de téléspectateur citoyen, voire critique.

La réussite de "Videocracy" tient à sa manière explicite de poser une hypothèse de travail - Berlusconi parvient-il à influencer la manière de penser des Italiens à travers son empire médiatique ? -, et à nous restituer des images étonnantes, qui vont dans le sens d'une réponse affirmative : il n'y a qu'à voir le plan de cette pitoyable sexagénaire prête à se mettre à poil devant la caméra pour un bout d'essai sur une chaîne, ou alors le plan final du film, où une foule d'adolescentes lascives se trémoussent pour charmer la caméra d'un recruteur de *veline* (voir *infra* "Pistes pédagogiques").



---

## Objectifs pédagogiques

- Mettre en question la programmation télévisuelle en général, en comprenant les intentions des chaînes via l'analyse du contenu des émissions et de leurs modalités de production ;
- Comprendre la fascination des Italiens pour leur président du Conseil, jusqu'à l'entretien du mythe Berlusconi ;
- Décider si l'intérêt particulier peut l'emporter sur l'intérêt collectif, à travers la fonction des médias dans les démocraties occidentales.

---

## Pistes pédagogiques

### I. Le contenu du documentaire

#### 1. Silvio Berlusconi :

a) **Résumer** le parcours de Berlusconi pour comprendre les raisons de sa réussite.

On pourra par exemple s'aider d'une biographie factuelle par le philosophe et homme politique Gianni Vattimo :

[http://www.giannivattimo.it/menu/libro\\_berl.html#vitaFR](http://www.giannivattimo.it/menu/libro_berl.html#vitaFR), voire du film de fiction de Nanni Moretti "Il Caimano" ("Le Caïman; 2006), qui relate la carrière de Berlusconi.

b) **Lire** "Conflits d'intérêts dans les médias : l'anomalie italienne" de Reporters sans frontières

([http://fr.rsf.org/spip.php?page=article&id\\_article=6391](http://fr.rsf.org/spip.php?page=article&id_article=6391)) et **écouter** l'émission de radio à propos de l'emprise de Berlusconi sur les médias :

<http://television.telarama.fr/television/questions-medias-1-l-italie-de-berlusconi,48170.php> (15'09") pour **définir** en cinq points les **innovations** que Berlusconi aurait apportées à la télévision.

c) **Regarder** le docu-fiction pamphlétaire "Viva Zapatero !" (2005) de la journaliste satirique Sabina Guzzanti – démissionnée par la RAI pour avoir dénoncé la censure d'Etat – sur le même

thème que "Videocracy" pour trouver les reproches formulés contre Berlusconi. Ces accusations sont-elles également présentes dans "Videocracy" ?

d) **Etablir des liens** entre Berlusconi et Mussolini : quelle association "Videocracy" tente d'expliquer entre Berlusconi et Mussolini ? Explorer la piste du mythe.

#### 2. Les personnages :

a) Ricky Canevali

- **Rédiger une lettre** adressée à une chaîne du groupe Mediaset en adoptant le point de vue de Ricky Canevali pour solliciter un entretien. Utiliser les arguments en respectant le profil psychologique du mécanicien tel qu'il peut être perçu d'après les parties du documentaire qui lui sont consacrées.

- **Auditionner** devant une caméra (limiter le temps de la performance à 3 minutes) pour passer à la télévision.

- **Trouver** ce qui ne va pas dans l'attitude de Ricky Canevali, et suggérer une idée qui pourrait rendre plus originale sa performance.





b) Lele Mora

- Que pourrait signifier (sur un plan symbolique) le blanc qui fait son obsession ? Rappeler que les « téléphones blancs » abondaient dans les films de l'époque mussolinienne.

- Comment expliquer la nostalgie du passé mussolinien qui l'anime encore ?

c) Fabrizio Corona

- **Reformuler** en une phrase le lien que Corona entretient avec Berlusconi.

- **Etudier** la déclaration qu'il fait devant les caméras et micros au sortir de prison : est-elle vide de sens ? S'agit-il d'un commentaire politique ? Ou d'une phrase marketing ?



**3. Les idées et arguments :**

a) Les ambitions de la jeunesse italienne aujourd'hui :

- **Relater** ce que Ricky Canevali prétend de l'ambition jeunesse italienne, surtout féminine.

- Quelle serait la place des hommes (par opposition aux femmes) dans le spectacle médiatique italien aujourd'hui ?

- **Dissérer** sur l'optimisme d'Andy Wahrol, qui prétendit en 1968 : "Dans le futur, tout le monde aura son heure de gloire pendant 15 minutes".

- **Prendre position** sur l'observation du réalisateur italien Marco Bellocchio à propos de l'influence des chaînes de Berlusconi sur les jeunes Italiens de nos jours (cet entretien a été mené à l'occasion de la sortie de son film "Vincere" (2009, sur la vie privée de Mussolini) : "Aujourd'hui, les jeunes ont pour seule culture la télévision commerciale, modèle Berlusconi.

*Les chaînes nationales s'y sont conformées et la médiocrité est maintenant partout. C'est ça, l'horreur ! Cette jeunesse qui n'est plus capable de faire la différence entre la réalité et ce qu'elle regarde à la télé. Au contraire, elle imite ce qu'elle voit à la télévision, même si elle partage globalement des valeurs de liberté, de tolérance."* (<http://www.liberation.fr/cinema/0101568301-les-jeunes-ont-pour-seule-culture-la-tele-de-berlusconi>)

b) L'influence de la télévision :

- **Chercher** les arguments du documentaire pour lier Berlusconi avec le façonnage des individus. De quelle manière s'y serait-il pris ?

- **Composer** le programme d'une chaîne de TV de Mediaset pour une journée, de 7h00 à 2 heures du matin, décider quels types d'émissions y faire figurer et les décrire/justifier brièvement.

- Quelle(s) fonction(s) une chaîne de Mediaset accorde-t-elle aux femmes dévêtues ? **Expliciter** ce qui est si répréhensible à cela.

- **Débattre** de la présence ou non de nudité dans les programmes TV (les arguments devront préciser à quelles fin, fréquence et heure utiliser ces séquences).

- **Chercher** ce que recouvrent les termes mentionnés "veline", "letterine", "letteronze", "schedine".

- **Débattre** : prétendre au statut de *veline* n'est-il pas semblable à se filmer à l'aide d'une webcam pour diffuser ces images sur la toile ?

- **Commenter** chacun des trois informations données dans l'épilogue :

i. Dans le classement de la liberté de la presse, l'Italie figure en 77<sup>e</sup> position ;

ii. Dans la liste mondiale de l'égalité des sexes, l'Italie figure au 84<sup>e</sup> rang ;

iii. La télévision constitue la principale source d'information pour 80% des Italiens.

**Trouver** de quel classement (et pour quelle année) ces données sont extraites. **Commenter** les indicateurs choisis.

(Réponses : liste de Freedom House 2009 pour i. : [http://www.freedomhouse.org/uploads/fop/2009/FreedomofthePress2009\\_tables.pdf](http://www.freedomhouse.org/uploads/fop/2009/FreedomofthePress2009_tables.pdf) ;

liste du World Economic Forum de 2007 pour ii. : <http://www.weforum.org/pdf/gendergap/rankings2007.pdf>)

**Chercher** à quel rang se situe la Suisse dans les deux premiers classements.

- **Réagir** à l'information selon laquelle c'est une ancienne *veline*, Mara Carfagna - dont on trouve des photos nues sur le Net -, qui a été nommée Ministre de l'égalité des femmes par le gouvernement Berlusconi (<http://www.cafebabel.fr/article/31319/berlusconi-femmes-politique-bimbos.html>).

**Rédiger** une lettre de lecteur argumentée, dans laquelle vous vous plaignez du manque de crédibilité de ce choix.

- **Réfléchir** aux émissions de télé-réalité du type "Big Brother" et faire un lien avec le phénomène totalitaire de la pensée décrit/prédit par Orwell dans son roman "1984".

**Se demander** si, de manière générale, une émission de télévision est capable d'aliéner les facultés de pensée des individus ; et de quelle(s) manière(s).

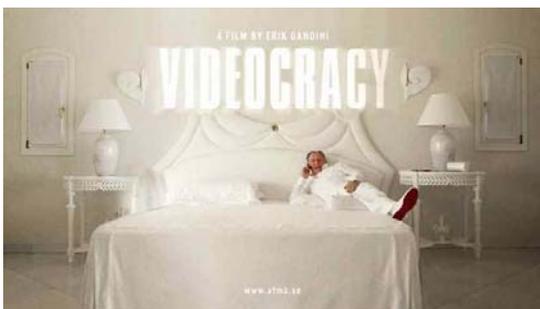
- **Dissserter** sur l'article d'Alexandre Prouvèze dans [www.evene.fr](http://www.evene.fr) à propos du dernier livre de Jean-Louis Comolli "Cinéma contre spectacle" (2010) : "*Le constat est le suivant : rythmant notre regard, le récit spectaculaire et ses artifices bon marché, affectent durablement notre façon de voir le monde, selon ses valeurs implicites, celles du consommable, du rentable, du prédigéré. En cela, le spectacle télévisuel, le divertissement à gros budget s'affirment aux antipodes du cinéma, dont la fonction est précisément de nous inviter à poser sur le réel un regard neuf et interrogateur.*" (<http://www.evene.fr/livres/livre/jean-louis-comolli-cinema-contre-spectacle-40682.php>)

- **Relire** Guy Debord et **expliquer** en un paragraphe pourquoi la société est devenue spectacle.

- **Commenter** cette déclaration du réalisateur de "Videocracy" pour le dossier de presse : "*Pour nous, les Italiens, le mot "télévision" ne renvoie plus au poste de télévision. "Télévision" est devenu beaucoup plus que cela : il s'agit d'une entité puissante et mythique, dotée de pouvoirs inconnus et effrayants, qui a pénétré presque tous les aspects de la vie, des rêves et, bien sûr, de la politique. Un peu comme un monstre.*" ("For us Italians the word "television" no longer refers to the actual TV box. "Televisione" has become so much more; a powerful and mystified entity with a scary unknown powers that have entered almost every aspect of life, dreams and of course politics. Almost like a monster."; ma traduction).

- **Expliquer** ce que représente la télévision pour soi, et quels devraient être son/ses rôle(s) dans la société - démocratique - d'aujourd'hui.

- Le documentaire se termine par



cette recette au succès : "Il suffit d'être vu". **Discuter.**

## **II. La facture documentaire**

1. **Regarder** le documentaire "Outfoxed : Rupert Murdoch's war on journalism" (2004) de Robert Greenwald et **repérer** quelles stratégies argumentatives sont déployées pour démontrer la thèse du documentaire. Ensuite, les **comparer** avec celles de "Videocracy" et estimer lequel de ces films convainc davantage.

2. **Trouver** les points faibles dans l'argumentation de "Videocracy" et dire quels éléments à la charge du *Cavaliere* pourraient aider à la démonstration. Par exemples <http://www.lexpress.mu/story/10509-italie-berlusconi-soupconne-de-pressions-sur-l-audiovisuel.html>, [http://www.lepost.fr/article/2010/05/25/2086262\\_italie-une-vedette-du-ji-demissionne-et-met-en-cause-berlusconi.html](http://www.lepost.fr/article/2010/05/25/2086262_italie-une-vedette-du-ji-demissionne-et-met-en-cause-berlusconi.html) et <http://canempechepasnicolas.ov-er-blog.com/article-berlusconi-serait-implique-dans-des-meurtres-de-juges-55236161.html>

---

## **Pour aller plus loin :**

### **I. Sur la télévision et le pouvoir des images**

- **"Mythologie de la peopolisation" de Jamil Dakhli, Mytho/Le Cavalier bleu, 2010.**

("Comportements et discours people des politiques, mise sur orbite de " vedettes " au succès médiatique aussi immédiat que sans lendemain, étalage consenti ou forcé de l'intimité... Aujourd'hui, la peopolisation est à la fois omniprésente et universellement contestée. Mais au-delà de ses mythologies rose et noire, son expansion va de pair avec la démocratisation de notre société. Aussi, pourquoi ne pas voir en elle un facteur d'ouverture et de dynamisation de l'espace public plutôt qu'un énième avatar de la société du spectacle ?" , présentation de l'éditeur)

- **"Politique people" de Jamil Dakhli, Société/Thèmes et débats, Bréal, 2008.**

- **"Sur la télévision" de Pierre Bourdieu, Raisons d'agir, 1996.**

("Ces deux cours télévisés du Collège de France, présentent, sous une forme claire et synthétique, les acquis de la recherche sur la télévision. Le premier démonte les mécanismes de la censure invisible qui s'exerce sur le petit écran et livre quelques-uns des secrets de fabrication des ces artefacts que sont les images et les discours de télévision. Le second explique comment la télévision, qui domine le monde du journalisme, a profondément altéré le fonctionnement d'univers aussi différents que ceux de l'art, de la littérature, de la philosophie ou de la politique, et même de la justice et de la science ; cela en y introduisant la logique de l'audimat, c'est-à-dire de la soumission démagogique aux exigences du plébiscite commercial.", 4<sup>e</sup> de couverture)

- **"Voir et pouvoir : l'innocence perdue : cinéma, télévision, fiction, documentaire" de Jean-Louis Comolli, Verdier, 2004.**

(Depuis plus d'un siècle, le cinéma a joué double jeu: initiateur de la montée en puissance des spectacles, il en a été aussi l'outil critique, l'instrument invitant les spectateurs à mieux voir et mieux entendre. Au cinéma, pour être spectateur, il faut accepter de croire en ce qu'on voit; et pour l'être davantage encore, il faudrait commencer à douter - sans cesser de croire. Croire en la réalité du monde à travers ses représentations filmées, c'était l'affecter d'un doute. Croire, ne pas croire, ne plus croire, croire malgré tout ce qui dément la croyance: telles sont les questions du cinéma - qui sont abordées ici. Chacun de nous, sommé par le spectacle d'y prendre sa part, en sera acteur et spectateur, consentant et non consentant, complice et adversaire à la fois. Les questions du spectateur de cinéma sont devenues les questions de tous, alors même que le marché mondial des images et des sons n'a que faire de la prétention du cinéma à proposer, du monde comme scène, un mode d'emploi. Voir et pouvoir? On se persuade très vite dans les salles obscures que les enjeux de mise en scène sont

doubles - esthétiques et politiques; et que cette place du spectateur qui est la nôtre n'est pas coupée de celle du sujet politique que nous ne cessons d'être. Quinze ans de textes critiques et théoriques, d'interventions, de tribunes: ce volume articule le double chantier d'une pensée et d'une pratique du cinéma, qui sont les deux faces d'un même combat pour la construction d'un spectateur critique et d'une approche politique de l'expérience cinématographique.", présentation de l'éditeur)

**- "Cinéma contre spectacle, suivi de Technique et idéologie (1971-2) de Jean-Louis Comolli, Verdier, 2009.**

("La sainte alliance du spectacle et de la marchandise s'est réalisée. D'un pôle, d'un tropique à l'autre, le capital a trouvé l'arme absolue de sa domination : les images et les sons mêlés. Jamais dans l'histoire autant de machines n'avaient donné à autant d'hommes autant d'images et de sons à voir et à entendre. L'aliénation dévoilée par Marx n'est plus seulement ce qui dore la pilule amère de la misère, l'opium du peuple ; elle va au-delà du service rendu au capital. Elle se sert elle-même. Les spectacles, les images et les sons nous occupent dans le but de nous faire aimer l'aliénation en tant que telle. Le spectacle ne se contente pas de servir la marchandise. Il en est devenu la forme suprême. Se battre contre cette domination, c'est mener un combat vital pour sauver et tenir quelque chose de la dimension humaine de l'homme. Cette lutte doit se faire contre les formes mêmes que le spectacle met en oeuvre pour dominer. Il nous revient, spectateurs, cinéastes, de défaire maille à maille cette domination, de la trouver de hors-champ, l'ébrécher d'intervalles. Cinéma contre spectacle ? Mais c'est le cinéma qui, dans son histoire, a construit un spectateur capable de voir et d'entendre les limites du voir et de l'entendre ! Un spectateur critique. Cette dimension critique était en jeu dans les six articles parus sous le titre " Technique et idéologie " dans les Cahiers du cinéma (1971-1972). Ils sont repris ici, pour la première fois depuis ces années cruciales, dans la deuxième partie de l'ouvrage.", présentation de l'éditeur)

**- "Télé-réalité" de François Jost, Mytho/Le Cavalier bleu, 2009.**

("Télé-poubelle, pour tes uns. Nouvelle ère télévisuelle pour les autres... On a beaucoup parlé de ta télé-réalité, pour la vanter, ou pour la dénoncer. Mais on a oublié de s'interroger sur ce que son succès fulgurant et sa durée nous apprennent sur ta société qui l'a produite. De quoi la télé-réalité est-elle le symptôme ? Que nous révèle-t-elle sur la France du début du XXe siècle et sur ses téléspectateurs ? Le spécialiste du phénomène nous fait comprendre pourquoi la télé-réalité s'est imposée en moins de dix ans comme un mythe de notre temps. ", présentation de l'éditeur)

**- "L'Empire du Loft (la suite)" de François Jost, La dispute, 2007.**

("Depuis Loft story. la télé-réalité n'a cessé d'étendre son empire. Pas un genre, pas une chaîne, pas un pays qui n'ait été touché par le phénomène. Malgré sa mort régulièrement annoncée, elle n'en finit pas d'inventer de nouveaux formats qui contaminent les autres, au point que la télévision dans son ensemble tend à prendre le visage de la télé-réalité. Dans cette nouvelle édition. François Jost, éminent analyste de la télévision, professeur à la Sorbonne Nouvelle, prolonge son propos par cette question : au-delà de l'évolution télévisuelle dont elle témoigne, de quoi la télé réalité est-elle le symptôme ? En revenant sur sa récente histoire, il découvre qu'en valorisant constamment l'anonyme au détriment des élites, elle a accompagné les changements politiques de notre société.", présentation de l'éditeur.

"Loft Story, Koh-Lanta, Pop Stars, Stars Academy... Depuis mai 2001, l'empire du loft ne cesse de s'étendre. Encouragées par les succès d'audience de dispositifs de surveillance inspirés de Big Brother et de la webcam, de nombreuses chaînes de par le monde se sont lancées dans la « télé-réalité ». Que cache cette promesse de toujours plus de réel ? François Jost, professeur à la Sorbonne nouvelle, où il dirige le Centre d'études sur les images et les sons médiatiques, et auteur d'une dizaine de livres sur l'image, poursuit ici sa réflexion sur la télévision contemporaine. Il démonte minutieusement, le mécanisme de ce qu'il conviendrait en fait de nommer « télé-marketing » : mise au point des formules et des dispositifs à partir des émissions à succès de la dernière décennie, jeu avec les pulsions des téléspectateurs, rapprochements entre communication publicitaire et stratégies de programmation, inscription dans le développement global des industries de la communication Jusqu'où s'étendra l'empire du loft ?", 4<sup>e</sup> de couverture)

**- "La Société du spectacle" (1967, 1992) et "Commentaires sur la société du spectacle" (1967, 1988) de Guy Debord, Folio/Gallimard.**

**- On interrogera également les autres écrits de Serge Tisseron (psychologie et TV), Pierre Bourdieu (sociologie), Slavoj Zizek (philo/psycho et cinéma)...**

## II. Sur Berlusconi

### - "A l'ombre de Berlusconi : les médias, l'imaginaire et les catastrophes de la modernité" de Vincenzo Susca et Alberto Abruzzese, L'Harmattan, 2006.

("Onze ans ont passé depuis la scandaleuse arrivée de Silvio Berlusconi dans la politique italienne. Mais en y regardant de plus près, on s'aperçoit que l'ombre du Cavaliere a accompagné l'histoire de la démocratie italienne au cours des vingt-cinq dernières années. Son succès témoigne de la compréhension tardive, par les classes politiques et intellectuelles, de ce qu'est la culture de masse et de ce qui se cache derrière. Berlusconi a gagné parce qu'il a su incarner momentanément les désirs du peuple, des consommateurs et des téléspectateurs, communément considérés comme des barbares par l'intelligentsia. Berlusconi marque le passage fatal de la politique-spectacle à la politisation du spectacle, des médias comme objet aux médias comme sujet du pouvoir. Ce livre est une tentative d'interprétation de ce phénomène politique à la lumière de la sociologie de l'imaginaire. Sa trame amène le lecteur à réfléchir aux conséquences politiques de la postmodernité et à comprendre leur lien avec les élaborations de l'imaginaire collectif. Dans ce cadre, Berlusconi ne représente qu'une forme transitoire et éphémère d'une politique qui, avec l'avènement de la culture digitale promet de se transformer en des formes inédites.", présentation de l'éditeur)

### - "Main basse sur l'Italie : la résistible ascension de Silvio Berlusconi" d'Eric Jozsef, Grasset, 2001.

("La résistible ascension de Silvio Berlusconi » : le sous-titre, inspiré de Brecht, en dit long sur les intentions de l'auteur. Autant qu'un portrait du Cavaliere, favori des législatives du 13 mai en Italie, ce livre est une analyse sévère de l'échec des partis classiques. Comment un vendeur d'aspirateurs, devenu troisième fortune européenne, a-t-il monopolisé le débat au point d'imposer ses thèmes comme l'immigration à toute la classe politique ? Et comment la gauche a-t-elle délaissé le terrain des idées ? Une solide description des transformations qui ont bouleversé l'Italie depuis dix ans, par le correspondant de L'Expansion dans la péninsule.", "L'Expansion")

### - "Les Transitions italiennes : de Mussolini à Berlusconi" de Philippe Foro, L'Harmattan, 2004.

("Le présent ouvrage propose une analyse des diverses transitions connues par l'Italie entre le régime fasciste et nos jours : transition entre la dictature fasciste, qui chute en juillet 1943 suite des défaites essuyées durant la Seconde guerre mondiale, et la démocratie républicaine, définitivement installée après la victoire démocrate chrétienne de 1948 ; transitions économiques et sociales depuis les années 1950, marquées par le " miracle " économique italien et les profondes transformations sociales culturelles qui s'en suivirent ; transition des années 1990 bouleversa le paysage politique suite à l'affaire Mani pulite (Mains propres), provoquant l'effondrement des partis traditionnels, une importante recomposition politique et l'émergence du phénomène Berlusconi. Il souhaite ainsi faire mieux connaître l'histoire contemporaine du second XXe siècle italien.", présentation de l'éditeur)

### - "Télé-politique : le sarkoberlusconisme à l'écran" de Pierre Musso, L'aube, 2009.

("Nicolas Sarkozy a lancé une "réforme historique" de la télévision publique, en supprimant la publicité et en nommant, de l'Élysée, son président. En Italie, Silvio Berlusconi concentre tous les pouvoirs, confond politique et télévision, et a même créé un "télé-parti". Pour Pierre Musso, ces deux évolutions sont à rapprocher, la réforme française et l'anomalie italienne illustrant les nouveaux liens entre pouvoir et télévision. Pour comprendre ces évolutions, il faut admettre que les mises en scène du talk-show et de la télé-réalité sont en train de coloniser la théâtralisation politique. La captation émotionnelle du public l'emporte dorénavant sur sa brutale " manipulation ", et ainsi s'impose la télé-politisation, à l'heure où la néo-télévision est devenue la servante et la maîtresse du politique. Cet ouvrage questionne les relations renouvelées du politique et du télévisuel à partir de l'analyse comparée des deux pays. Réfutant les approches simplificatrices du télé-populisme ou de la télécratie, il offre au lecteur une réflexion approfondie sur le sarkoberlusconisme et sur l'évolution, et la nature, de la télévision. Une réflexion essentielle pour l'avenir même de nos démocraties.", [www.payot.ch](http://www.payot.ch))

### - "Le Phénomène Berlusconi : ni populisme, ni vidéocratie, mais néo-politique" (article en ligne) de Pierre Musso,

[http://documents.irevues.inist.fr/bitstream/handle/2042/9001/HERMES\\_2005\\_42\\_172.pdf;jsessionid=9195BFB6F3D32B9561869EE5371E4F4C?sequence=1](http://documents.irevues.inist.fr/bitstream/handle/2042/9001/HERMES_2005_42_172.pdf;jsessionid=9195BFB6F3D32B9561869EE5371E4F4C?sequence=1)

- On lira également les ouvrages de Paul Ginsborg pour les rapports de Berlusconi et des médias ; en anglais) et de Pierre Musso (Le spécialiste de Berlusconi).

### III. Autres pistes

- "**Citizen Kane**" (1941) d'Orson Welles est l'histoire d'un orphelin devenu richissime magnat de la presse et faiseur d'opinion politique. Le personnage principal n'hésitait pas à créer une guerre pour faire augmenter les tirages de ses médias.

- "**1984**" (1948) de Georges Orwell (et ses adaptations cinématographiques) raconte la société totalitaire contrôlée par Big Brother.

---

### Pour en savoir plus :

- Une fois n'est pas coutume, on recommandera l'article "Berlusconi" de wikipédia ([http://fr.wikipedia.org/wiki/Silvio\\_Berlusconi](http://fr.wikipedia.org/wiki/Silvio_Berlusconi)), excellent de synthèse et riche par sa bibliographie.

- [www.mediaset.it](http://www.mediaset.it) (site de l'entreprise de médias de Silvio Berlusconi)

- <http://www.monde-diplomatique.fr/2004/02/MUSSO/11000>, <http://www.generation-nt.com/legalite-monopole-silvio-berlusconi-television-newswire-978881.html> et <http://www.lexpress.mu/story/10509-italie-berlusconi-soupconne-de-pressions-sur-l-audiovisuel.html> (mars 2010: la Cour européenne des droits de l'homme est appelée à se pencher sur la situation de Mediaset, accusée d'être anti-démocratique par manque de pluralité des médias et de la presse en Italie)

---

Frank Dayen, enseignant, Gymnase de Morges, mi-août 2010.

