

**Феномен Сильвио Берлускони в Италии и отражение его отставки в СМИ.**

**Научный руководитель – Скороспелова Татьяна Владимировна**

***Уткина Каролина Константиновна***

*Студент (специалист)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет мировой политики, Москва, Россия

*E-mail: carolinafander@gmail.com*

Цель доклада: проанализировать средства массовой информации, и, на их основе рассмотреть феномен и отставку кабинета Сильвио Берлускони.

Сильвио Берлускони - ярчайший премьер современности, народ и СМИ прозвали его «Непотопляемый Дон Сильвио», так как по продолжительности пребывания у власти, С. Берлускони обогнал практически всех премьеров и правителей Италии, кроме Бенито Муссолини и Джованни Джолитти.

Анализируя личность Сильвио Берлускони, мы видим редчайший пример того, каким образом много лет можно быть при власти в стране, в которой, до его прихода кабинет министров менялся каждый год. Он пример политика, который великолепно общается с народом, завоевывая их поддержку. Политолог Т.Зонова говоря о С.Берлускони, говорит о новой модели политического лидера, который сочетает в себе и бизнесмена и руководителя страны одновременно [1]. Во всех смыслах Берлускони превратился в человека, который идеально вписывается в понятие «олигарх». Он уже может не просто влиять на страну, он фактически в нее превратился [2].

Как считает политолог Г.Сардарян, Берлускони смог грамотно воплотить в жизнь принципы использования друг друга во взаимодействии властей и крупного бизнеса, ради продвижения собственных целей и интересов. Доказательством этому служит объединение радикальных сил Севера и Юга для формирования крепкого союза, который мог успешно победить в предвыборной гонке, заручившись региональными голосами [3].

Феномен С. Берлускони - это итальянская аномалия, появился даже термин «берлусконизм». Итальянский политолог Дж.Орсина, говоря о «берлусконизме», пишет, что данный феномен требует тщательного изучения с точки зрения новых, используемых технологий и работы СМИ в политике [4]. Российский журналист М.Ильинский в своей книге, посвященной личности итальянского премьера, говорил, что «берлусконизм» не появился на пустом месте [5].

Сравнивая первый и второй срок премьерства С. Берлускони, мы можем видеть, что второй срок был более успешным. Все благодаря тому, что Берлускони осознал просчеты первого премьерства, и придя к власти во второй раз, он стал перестраивать всю полноту власти под себя, используя для этого не только свою политическую власть, но и используя все подконтрольные ему СМИ [6]. Берлускони смог блестяще парировать обвинения в конфликте интересов - бизнесмен vs руководитель страны.

Что касается отставки Берлускони и освещение в СМИ, то основная кампания против него в прессе началась в 2010 году, после того, как политик в очередной раз пришёл к власти, победив на выборах и став председателем совета министров Италии уже в четвёртый раз. Вся основная борьба в СМИ развернулась между такими СМИ, как: La Repubblica, Corriera della Sera, Il Giornale, Il Fatto Quotidiano, Il Sole 24 ore [7].

Анализируя данные издания, мы можем смело утверждать, что СМИ разделились на два течения. Одно, подконтрольное С.Берлускони. Второе течение - это средства массовой информации, используемые его противниками для отставки Берлускони.

В ходе проведённого анализа итальянских и международных средств массовой информации, можно смело утверждать, что роль СМИ в государстве за последнее время значительно возросла. СМИ стали играть роль «четвёртой власти», которая оказывает неимоверное давление на массовое сознание, то есть избирателей, тем самым манипулируя ими и их мнением. Ярким примером этого служит Италия с момента прихода к власти медиамагната С. Берлускони, который грамотно воплощал в жизнь принцип взаимодействия СМИ и политики. В тоже время четвёртый срок С. Берлускони показал, что есть и обратная сторона медали взаимодействия, так как его оппонционеры не долго «спали» и быстро включились в борьбу с помощью СМИ.

### Источники и литература

- 1) 1. Зонова Т.В. Об эпохе и феномене Сильвио Берлускони. URL: [http://mgimo.ru/about/news/experts/212768/?sphrase\\_id=1067966](http://mgimo.ru/about/news/experts/212768/?sphrase_id=1067966) 2. Castells M. Power of Identity / The information Age: Economy, Society and Culture: Volume II. Oxford: Blackwell Publishers, 2010. 3. Orsina G. Berlusconi and Italy: a historical interpretation. Palgrave Macmillan, 2014. p. 169. 4. Ильинский М.М. Сильвио-Берлускони – Премьер Италии. Юридический центр Пресс, 2004. 5. Маслова Е.А. Расстановка политических сил в Италии накануне выборов в парламент 2006 г. // Известия Уральского федерального университета. Серия 2, Гуманитарные науки. 2012. No 1. С. 180-188. 6. Mancini P. The Berlusconi Case: Mass Media and Politics in Italy Media in Democracy and European Culture. Eds. J. Bondebjerg, P. Madsen. Intellect Books, 2009. 7. Итальянские СМИ.