

ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОЙ ИТАЛЬЯНСКОЙ ПЕРИОДИКИ **FEATURES OF MODERN ITALIAN PERIODICALS**

Аннотация: В данной статье дается характеристика современной итальянской периодики. Перечисляются причины непопулярности газет в Италии. Также описываются особенности содержания печатных изданий.

Ключевые слова: итальянская периодика; газеты; СМИ Италии.

Abstract: This article gives a characteristic of modern Italian periodicals. Lists the reasons for the unpopularity of newspapers in Italy. It also describes the features of the content of publications.

Keywords: Italian periodicals; newspapers; media Italy.

В современных исследованиях по журналистике большое внимание уделено американским, английским, немецким и французским средствам массовой информации. Что касается итальянской периодики, то на сегодня ее изучению посвящено небольшое количество научных работ.

Проанализировав существующие исследования, мы пришли к выводу, что в процессе развития итальянская пресса приобрела ряд особенностей, отличающих ее от средств массовой информации других европейских стран.

Необходимо отметить, что Италия считается «телевизионным» государством, т. е. между печатью и телевидением население делает свой выбор в пользу последнего. Это связано с уровнем доверия к СМИ. В качестве достоверного источника информации население предпочитает телевидение, так как его финансирование осуществляется с помощью вложений граждан государства. Иными словами, люди верят тому, во что вкладывают деньги. Так, на 2009 год в Италии телевизионной информации доверял 51 % населения, тогда как информации из печатных СМИ доверяли лишь 30 %. В целом 85 % итальянцев использовали телевидение как источник политической информации.

Газеты в стране остались предметом роскоши для элиты, а массовая пресса распространяется в виде специализированных газет, в частности, спортивных. Так, одной из самых популярных газет в Италии является «Gazzeta dello Sport», которая полностью посвящена спортивной тематике.

Для того чтобы конкурировать с телевидением, печатные СМИ предлагают больше развлекательной информации. Отличительной чертой материалов является апелляция к эмоциям читателей. Как следствие, тексты персонализированы и субъективны, а манера изложения близка к разговорной. Очень часто исполь-

зуется прямая речь. Если говорить о заголовках, то чаще всего они яркие, заметные. Так, в итальянских газетах большое место уделяется криминальным сводкам и развлекательным материалам, таким как кроссворды, телепрограммы и т. д. Помимо этого, ни одна итальянская газета не обходится без спортивных новостей.

По области распространения итальянская пресса, как и другая европейская периодика, делится на общенациональную, региональную и местную. Отличает итальянскую периодику от периодики других стран наибольшая популярность местных печатных органов. Даже самые маленькие города имеют минимум по две газеты. Что касается национальных изданий, то их всего три: «Corriere della sera», «La Repubblica» и «La Stampa». Национальные газеты печатают материалы как о проблемах всей страны, так и об отдельных регионах. Издания достаточно большие по объему и описывают жизнь страны с разных точек зрения: экономики, культуры, политики, спорта. В каждом из национальных печатных органов имеется локальное приложение. Именно за счет этого они имеют широкое распространение по всей стране. Однако местные издания все же остаются на первом месте по популярности.

Такое явление обуславливается тем, что отдельные части Италии, а именно север и юг, живут своей собственной замкнутой жизнью и информационно друг с другом практически не связаны. До сих пор проявляются следы бывшего разъединения. В силу этих обстоятельств технически превосходно оснащенные крупные издания не в состоянии вытеснить местные мелкие газеты, которые оснащены значительно хуже.

Также стоит отметить, что в Италии существует высокий уровень монополизации прессы. Другими словами, средства массовой информации зависят от ведущих монополий. Так, например, группа FIAT владеет такими изданиями, как «Corriere della sera», «La Stampa» и «Corriere della sport». Помимо этого, компания имеет часть акций нескольких издательств, а также зарубежных СМИ.

Значительная часть печатных органов принадлежит политическим партиям и профсоюзам. И как следствие, такие издания имеют политически ангажированный характер. Так, например, миланская газета «Il Giornale» является правоцентристской, газета «L'Unità» – газета демократической партии, а «Il Manifesto» является собственностью партии коммунистов.

Итак, несмотря на многовековое существование и сложившиеся традиции, пресса в Италии занимает второе место среди предпочтений населения, уступая аудиовизуальным средствам массовой информации, однако продолжает существовать в виде специализированных изданий. В связи с конкуренцией с телевидением сегодня материалы в итальянских газетах представляют собой тексты близкие к разговорной речи, с яркими метафорами и крылатыми фразами. Также из-за многопартийной системы Италии периодика политически ангажирована, практически ни одно издание не является нейтральным.

Библиографический список

1. Дедюхина, А. Д. Развитие и функционирование структуры медиасистемы и ее влияние на содержание печатных СМИ (на примере Великобритании, Германии и Италии) : автореф. дис. ... канд. филол. наук / А. Д. Дедюхина. – М., 2009.
2. Золотых, А. Политическая власть Италии и СМИ: специфика взаимоотношений / А. Золотых. – <http://cyberleninka.ru/article/n/politicheskaya-vlast-italii-i-smi-spetsifika-vzaimootnosheniy>.