

## Роль економіки та бізнесу в системі італійської щоденної преси

*Розглянуто сучасний стан та перспективи розвитку щоденної друкованої преси в Італії, здійснено аналіз залежності новинних організацій ключових щоденних італійських газет «Ла Stampa», «Ла Републіка», «Корр'єре делла сера» від промислового та фінансового капіталу, розкрито зв'язок між показниками зовнішньоекономічної діяльності країни та особливостями висвітлення міжнародних новин у розділах «Зарубіжжя» досліджуваних газет.*

**Ключові слова:** щоденна преса, міжнародні новини, новинні організації, міжнародна торгівля.

Особливості функціонування італійської медіа-системи у вітчизняній науковій думці на сьогодні залишаються малодослідженими. На особливу увагу заслуговує доробок Б. Носової. Серед зарубіжних дослідників італійських медіа слід відзначити праці І. Гофман, Д. Назарової, Г. Соколової, І. Стояновської, Н. Уріної.

Метою цієї статті є визначити сучасний стан та перспективи розвитку щоденної друкованої преси в Італії; проаналізувати залежність новинних організацій ключових щоденних італійських газет «Ла Stampa», «Ла Републіка», «Корр'єре делла сера» від промислового та фінансового капіталу, оскільки ця тенденція може ставати причиною обмеженості новин, викривлення реальної картини світу, зниження рівня свободи преси в країні; розкрити зв'язок між показниками зовнішньоекономічної діяльності Італії та особливостями висвітлення міжнародних новин у розділах «Зарубіжжя» досліджуваних газет.

Сучасну світову тенденцію до зниження рівня споживання друкованої преси підтверджують дані Італійського центру досліджень соціальних інвестицій та товариства «Аудіпрес», що досліджує кількісні та якісні зміни аудиторії італійської періодичної преси, у тому числі й щоденної, до групи партнерів якого входять: Італійська федерація видавців газет (FIEG – Federazione Italiana Editori Giornali); Асоціація рекламних споживачів (UPA – Utenti Pubblicitaа Associati); Асоціація комунікаційних організацій (ASSAP SERVIZI SRL – Associazione delle Imprese di Comunicazione); Національний союз комунікаційних організацій (UNICOM – Unione Nazionale Impresedi Comunicazione); товариство, що досліджує ситуацію на ринку телебачення Італії – AUDITEL SRL). Таке партнерство дозволяє «Аудіпрес» отримувати найбільш об'єктивні результати та формувати істинну картину аудиторії італійської періодичної преси.

У статті до нашої уваги були взяті три найпопулярніші італійські щоденні газети «Ла Републіка», «Корр'єре делла сера», «Ла Stampa». Якщо за період з 2006 по 2011 рр. було зафіксоване незначне зростання кількості читачів, то в 2011–2012 рр. відбулась різка зміна в бік знижен-

ня: «Ла Републіка» (з 3 524 000 до 3 008 000 осіб), «Корр'єре делла сера» (з 3 430 000 до 2 964 000 осіб), «Ла Stampa» (з 2 321 000 до 1 667 000 осіб) [1; 2].

Загалом, рівень споживання друкованої преси в Італії за 2011 – 2012 рр. знизився на 3,7 %. Підсилює цю тенденцію розвиток Інтернету, телебачення, як традиційного, так і супутникового, цифрового, IP-телебачення тощо, а також телефонії. Тільки за минулий рік рівень використання смартфонів виріс на 10 % (з 17,7 % до 27,7 %). За даними щорічного звіту щодо соціального розвитку Італії Центру досліджень соціальних інвестицій, італійці стали менше дивитися телебачення, більше уваги приділяти цифровим технологіям і відмовлятися від друкованої преси. Слід зазначити, що використання Інтернету за 2011 – 2012 рр. зросло на 9 % і на 2012 р. склало 62,1 % [3].

За такої ситуації друкована преса потрапила до умов жорсткої конкурентної боротьби за читача.

Особливістю італійських медіа, зокрема друкованих, є вплив на їх діяльність крупного бізнесу та промисловості, участь промислового капіталу у фінансуванні їх діяльності. Ця риса прямо пов'язана із проблемою викривлення картини світу, якості журналістських матеріалів, обмеженості новин. Такий тісний зв'язок капіталу та ЗМІ знижує рівень незалежності преси в Італії. Ця тенденція підтверджується даними досліджень організації «Репортери без кордонів». Якщо в 2006 р. за індексом свободи преси Італія знаходилась на 40-му місці, то в 2011 р. – вже на 61-му. Таким чином, простежується негативна тенденція зниження рівня свободи преси в країні [4].

Найпопулярніша газета Італії «Ла Републіка» входить до складу групи «Еспрессо», діяльність якої охоплює не тільки видавничу справу, а й радіо («Радіо Діджей», «Радіо Капітал», «Радіо m2o»), телебачення («Діджей ТБ», «Републіка радіо ТБ», «Онда Латіна»), цифрові технології, рекламу. Чистий прибуток від діяльності групи у 2010 р. склав 50,1 мільйонів євро. Щоденна газета «Ла Републіка» має щотижневі додатки: «Бізнес (ділова інформація) та фінанси», «П'ятниця», «Д – Републіка жінок», «Трова Рома», «Тутто

Міламо», «Економіка», «Стилі життя» та «Програма ТБ», «Гід вистав та показів», «Розваги»; щомісячно виходить «Ла Републіка для молоді», «Мода», «XL», «Велвет». Частка групи «Еспресо» на ринку розповсюдження щоденних видань Італії складає 18,8 % [5].

«Ла Републіка» згідно з інформацією офіційного сайту групи «Еспресо» видається менш залежною від промислового капіталу на відміну від основних конкурентів – «Корр'єре делла сера» та «Ла Stampa». Очолює групу К. Де Бенедетті – экс-віце-президент концерну «Оліветті». В раді управління групи беруть участь С. Ереде – управляючий «Люксоттика», Л. Паравічіні Креспі – син Дж.-М. Креспі – колишньої видавничої директорки «Корр'єре» та колишньої голови «Фай», М. Греко – член ради директорів «Індезіт» та ін. [5].

На сьогоднішній день «Корр'єре делла сера» належить видавничій групі «ЕрреЧіЕссе Медіа Груп» (RCS Media Group – Ріццолі Корр'єре делла сера), яка має представництва як в Італії, так і в Іспанії, Франції, Португалії, США, Великобританії, Китаї, Мексиці.

За даними на 2012 р., склад ради керівників «Ріццолі Корр'єре делла сера» мав зв'язок із фінансовими структурами та промисловими підприємствами, зокрема голова ради директорів групи А. Провазолі – член наглядової ради European Financial Reporting Advisory Group, голова профспілкової ради Італійського інвестиційного фонду; до ради управління групи входять Р. Бергер – член ради директорів «Дойч Банк», «Соні Груп»; П. Скот Джоване – член ради директорів «Конфіндустрія»; У. Амброзолі – член ради директорів «Нарделло енд Ко» та фондації «Олівер Твіст Онлус»; А. Бономі – засновник «Інвестіндастріал»; Ф. Конті – генеральний директор «Енел»; Л. Гараволья – президент групи «Кампарі»; П. Маркетті – член ради директорів «Італмобіліаре», «Медіабанка»; П. Мерлоні – член ради директорів «Арістон Термо»; К. Презенті – директор холдингу «Італмобіліаре», направлений член ради «Італчементі» [6].

Родина Берлусконі контролює «Іль Джорнале», який видає група «Мондадорі», у той час, як родина Аньеллі є власником «Ла Stampa», яка входить до структури «ФІАТ» у секторі видавничої справи та комунікацій.

«Іль Мессаджеро» (Рим), «Іль Маттіно» (Неаполь), «Іль Гадзеттіно» (Венеція), «Іль Нуово Квотідіано ді Пулія» знаходяться видавництвом «Кальтаджироне», що знаходиться у власності родини Кальтаджироне [7].

До теперішнього часу члени родини Аньеллі контролюють увесь бізнес підприємств групи «ФІАТ», яка має в своїй структурі два потужні блоки: «ФІАТ» та «ФІАТ ІНДАСТРІАЛ». Підприємства першого блоку займаються проектуванням, збіркою та продажем автозапчастин та авто-

мобілів популярних брендів: «ФІАТ», «Лянча», «Альфа Ромео», «ФІАТ Профешінал», «Абарт» та елітних марок автомобілів: «Феррарі» та «Мазераті». До них додалися також бренди «Джип» та «Крайслер». На сьогодні частка «ФІАТ Груп» в «Крайслер Груп» складає 53,5 %. Чистий прибуток від реалізації продукції у 2010 р. склав 56 258 млн євро та зріс порівняно з 2009 кризовим роком на 6 156 млн євро. «ФІАТ ІНДАСТРІАЛ» випускає техніку для сільського господарства, будівництва, автобуси для різного роду перевезень. Основними ринками збуту для «ФІАТ» є: Європа (33,0 % продажів), Південна Америка (МЕРКОСУР) (27,9 % продажів), в Італії продажі складають 27,3 % від загального показника, в Америці лише 3,1 %. Для «ФІАТ ІНДАСТРІАЛ» найбільший ринок збуту – це Європа (32,1 % продажів), на другому місці знаходяться США (24,4 %), на третьому – країни Південної Америки (МЕРКОСУР) (17,3 %). В Італії обсяги продажів складають лише 11,7 % від загального показника [8].

Взаємозв'язок промислового капіталу та ЗМІ веде до того, що у новинах може замовчуватись інформація про певні події через розбіжність з інтересами тих організацій, які фінансують ці ЗМІ. Наприклад, 7 квітня 2010 р. у Швейцарії відбулись випробування першого в історії людства літака, що живиться сонячною енергією. Ціна його не перевищує ціну Аеробуса А 340. В Італії в період високих цін на паливо та постійних жвавих дискусій з приводу екологічної безпеки ця новина викликала б суспільний резонанс та отримала б місце на перших смугах газет, проте її не опублікувало жодне з видань. Лише «Соле 24 Ore» в онлайн версії газети подала невелику статтю про цю подію [3]. Таким чином, суспільство не отримало інформацію про можливість заміни палива та, відповідно, можливого зниження вартості авіаперевезень через те, що ані авіакомпаніям, ані нафтопереробним підприємствам, ані енергетичним компаніям це не вигідно. Таким чином, публікуватися будуть новини, які задовольнятимуть тих, хто фінансує ЗМІ. Зазвичай, це – негативні девіантні події, чутки про відомих осіб, найчастіше представників політичної еліти. До зарубіжних новин потраплятимуть події, вплинути на які італійське суспільство не може: війни, природні катастрофи [7].

Щоденна преса чутлива до економічних процесів. У зв'язку зі світовою економічною кризою у 2009–2010 рр. обіг газет в Італії знизився на 4,3 %, а доходи від реклами на 3 %. Газети підтримують свою життєдіяльність за рахунок скорочення штату, підняття цін за послуги за різними статтями. За період з 2006 по 2010 рр. загальна кількість працевлаштованих журналістів в Італії скоротилась на 0,9 %. Особливо слід зазначити, що на 0,7 % скоротилась кількість журналістів за 2009 – 2010 рр. як наслідок кризових явищ [9].



У світовому контексті Італія як незалежна республіка з'явилась у 1946 р., вийшовши у 1943 р. з нацистського блоку та зазнавши впливу Союзних сил (США та Великобританія). З цього часу країна почала вибудовувати нову модель міжнародного співробітництва, позиціонуючи себе як демократична європейська держава. З 50–60 рр. минулого століття спостерігався стрімкий розвиток економіки країни, спричинивши те, що Італія стала однією з найрозвиненіших держав світу. На сьогодні вона входить до десятки світових лідерів експорту та імпорту.

Свідченням вагомості ролі Італії у світових процесах є той факт, що, за офіційними даними Міністерства закордонних справ країни, вона є членом 156 міжнародних організацій. У їх числі такі впливові, як: Велика вісімка (G8), Європейський Союз, ООН (Організація об'єднаних націй), НАТО (Атлантичний Союз), ОБСЄ (Організація з безпеки та співробітництва в Європі), Рада Європи, Міжнародний валютний фонд, Світовий банк тощо [10].

Щоб показати зв'язок між зовнішньоекономічною діяльністю Італії та особливостями висвітлення міжнародних подій у щоденній пресі, ми порівняли кількість статей з розділів «Зарубіжжя» трьох досліджуваних газет («Ла Републіка», «Корр'єре делла сера», «Ла Стампа») за 2010 р. (кожний десятий номер), у яких згадуються назви певних країн, з показниками італійського експорту та імпорту відносно цих країн, а також з їх роллю у процесах світових експортно-імпортних відносин.

Таблиця 1.  
Кількість новин,  
у яких згадується певна країна (2010)

Назва країни	Кількість новин у «Ла Стампа»	Кількість новин у «Корр'єре делла сера»	Кількість новин у «Ла Републіка»
Афганістан	34	24	14
Великобританія	24	26	26
Ізраїль	31	21	12
Ірак	13	15	6
Іран	26	12	7
Іспанія	9	4	7
Китай	26	8	9
Німеччина	13	13	10
Росія	17	17	12
США	133	94	77
Франція	25	11	17
Японія	9	3	11

Розглянемо кількість зарубіжних новин у досліджуваних газетах за 2010 р., у яких згадується назва певної країни (див. Табл. 1).

Порівнявши статистичні дані Конференції ООН з торгівлі та розвитку (ЮНКТАД) та Всесвітньої торговельної організації щодо обсягів італійського імпорту та експорту, можна зробити логічний висновок, що найактивніше Італія здійснює торгівлю з країнами – лідерами світових експортно-імпортних відносин. Серед них США (експорт – 1278 млрд дол.; імпорт – 1968 млрд дол.); Китай (експорт – 1578 млрд дол.; імпорт – 1395 млрд дол.); Німеччина (експорт – 1269 млрд дол.; імпорт – 1067 млрд дол.); Японія (експорт – 770 млрд дол.; імпорт – 693 млрд дол.); Франція (експорт – 521 млрд дол.; імпорт – 606 млрд дол.); Великобританія (експорт – 405 млрд дол.; імпорт – 558 млрд дол.); Нідерланди (експорт – 572 млрд дол.; імпорт – 517 млрд дол.); Бельгія (експорт – 411 млрд дол.; імпорт – 390 млрд дол.); Росія (експорт – 400 млрд дол.; імпорт – 248 млрд дол.) та ін. [11]. Цікавий, є той факт, що кількість статей, у яких зустрічається назва однієї з вище згаданих країн, співвідноситься з роллю тієї чи іншої країни у торговельних відносинах Італії.

Найвищі показники італійського імпорту та експорту спостерігаються відносно таких країн, як Німеччина (експорт – 57,8 млрд дол.; імпорт – 77,4 млрд дол.), Франція (експорт – 51,5 млрд дол.; імпорт – 40,3 млрд дол.), США (експорт – 26,8 млрд дол.; імпорт – 14,7 млрд дол.), Іспанія (експорт – 25,7 млрд дол.; імпорт – 22 млрд дол.), Великобританія (експорт – 23,7 млрд дол.; імпорт – 16 млрд дол.), Швейцарія (експорт – 21,2 млрд дол.; імпорт – 15,7 млрд дол.), Бельгія (експорт – 11,2 млрд дол.; імпорт – 17,6 млрд дол.), Китай (експорт – 11,3 млрд дол.; імпорт – 38,1 млрд дол.). Нижче рівень торгівлі з такими потужними економіками світу, як Росія (експорт – 10,4 млрд дол.; імпорт – 17,2 млрд дол.), Японія (експорт – 5,3 млрд дол.; імпорт – 5,6 млрд дол.) [12].

Ми бачимо, якщо зарубіжні новини не стосуються конфліктів і питань безпеки (мова йде про новини, в яких зустрічаються назви таких країн, як Афганістан, Ізраїль, Ірак тощо), то вони пов'язані з головними економічними партнерами Італії. Серед них – країни ЄС (Німеччина, Великобританія), у тому числі найближчі сусіди (Франція, Іспанія), а також США, Росія, Китай, Японія – впливові світові лідери.

Найтісніше зв'язок між кількістю статей, у яких згадується назва певної країни, та економічними показниками зовнішньої торгівлі Італії проявляється в публікаціях «Ла Стампа». Цей факт можна пояснити приналежністю «Ла Стампа» до промислової групи «ФІАТ».

Таким чином, сучасна світова тенденція до зниження кількості читачів друкованої преси наявна і в Італії. Її активізує швидкий технологічний розви-

ток. Це ставить газетні новинні організації в умови жорсткої конкурентної боротьби.

Італійська медіасистема має тісний зв'язок з промисловим та фінансовим капіталом, що впливає на якість матеріалів та може ставати причиною викривлення реальної картини світу, обмеженості новин та низького рівня свободи преси в Італії. Серед досліджуваних газет найнижчий рівень залежності від промислового і фінансового капіталу має «Ла Републіка», яка входить до видавничої групи «Еспресо».

Говорячи про вплив економічних чинників на закордонні новини, ми дійшли висновку: якщо новина не стосується конфліктів, катастроф, а пов'язана з життєдіяльністю суспільства, політикою, то найчастіше мова йде про головних економічних партнерів Італії та провідні економіки світу.

1. *Audipress* Indagine 2011 [Електронний ресурс]. – URL: <http://gan-4.oddec.es/visualwebPlus/publicacion.jsp?publicacion=AUDI333516>.

2. *Audipress* Indagine 2012 [Електронний ресурс]. – URL: <http://gan-4.oddec.es/visualwebPlus/publicacion.jsp?publicacion=AUDI351386>.

3. *Comunicazione e media* // 46° Rapporto sulla situazione sociale del Paese / Fondazione CENSIS. – Roma, 2010. – P. 411–465.

4. *Reporters without borders: for freedom of information: World report. Italy* [Електронний ресурс]. – URL: <http://en.rsf.org/report-italy,111.html>.

5. *Gruppo Editoriale L'Espresso* [Електронний ресурс]. – URL: <http://www.gruppoespresso.it/it/governance/consiglio-di-amministrazione.html>.

6. *RCS media group: Organi Societari* [Електронний ресурс]. – URL: <http://www.rcsmediagroup.it/wps/portal/mg/corporategovernance/organisocietari?language=it>.

7. *Baer G. Tre gradi di separazione* [Електронний ресурс] / G. Baer // *PaginaUno*. – 2010. – № 18 (giugno-settembre). – URL: <http://www.rivistapaginauno.it/Legami-stampa-industria-finanza.php>.

8. *Fiat: Societ per azioni: mission* [Електронний ресурс]. – URL: <http://www.fiatspa.com/it-IT/group/mission/Pages/default.aspx>.

9. *Chisholm J. World Press Trends 2011* [Електронний ресурс] / J. Chisholm // *WAN-IFRA : World Association of Newspapers and News Publishers*. – URL: <http://www.wan-ifra.org/articles/2012/04/17/world-press-trends-2011>.

10. *Organizzazioni Internazionali. Farnesina nel mondo per l'Italia* [Електронний ресурс] / Ministero degli affari esteri. – URL: [http://www.esteri.it/MAE/IT/Politica\\_Estera/Organizzazioni\\_Internazionali/](http://www.esteri.it/MAE/IT/Politica_Estera/Organizzazioni_Internazionali/).

11. *World Trade Report 2011* [Електронний ресурс]. – URL: [http://wto.org/english/res\\_e/booksp\\_e/anrep\\_e/world\\_trade\\_report11\\_e.pdf](http://wto.org/english/res_e/booksp_e/anrep_e/world_trade_report11_e.pdf).

Подано до редакції 26. 03. 2013 р.

**Rudnytska Hanna.**

**The role of economy and business in the Italian daily press system.**

The article deals with the current state and prospects of the daily press in Italy. It examines the dependence of the key news organizations of Italian daily newspapers «La Stampa», «La Repubblica», «Corriere della Sera» on the industrial and financial capital and establishes the bond between the indicators of external trade of the country and the features of the international news coverage in the columns «Esteri» of monitored newspapers.

**Keywords:** daily press, international news, news organizations, international trade.

**Рудницкая А. В.**

**Роль экономики и бизнеса в системе итальянской ежедневной прессы.**

Рассмотрено современное состояние и перспективы развития ежедневной печатной прессы в Италии, осуществлен анализ зависимости новостных организаций ключевых ежедневных итальянских газет «Ла Стампа», «Ла Република», «Коррьере делла сера» от промышленного и финансового капитала, раскрыта связь между показателями внешнеэкономической деятельности страны и особенностями освещения международных новостей в разделах «Зарубежье» исследуемых газет.

**Ключевые слова:** ежедневная пресса, международные новости, новостные организации, международная торговля.

