

**Городские и региональные медиасистемы в современной Италии**

**Петухова Людмила Сергеевна**

*Студент (специалист)*

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

*E-mail: lysha7com@mail.ru*

Италию не принято считать страной с развитой системой локальных медиа. Внимание отечественных исследователей обычно привлекают проблемы итальянской национальной журналистики, такие, как: взаимодействие политики и коммуникаций (изучали Н.В. Урина, А.В.Груша), исследования истории и функционирования отдельных крупных изданий (Д.В.Назарова), СМИ Ватикана (Урина Н.В., Клименко Д.А), крупные персоны итальянского медиа рынка (А.В.Груша). Изучением же итальянских СМИ как медиасистемы занимаются мало. Этой теме касаются работы Уриной Н.В. и Дедюхиной А.Д., но в обеих работах СМИ Италии рассматриваются или в историческом и политическом ключе, или на фоне европейского медиапространства, то есть в достаточно широком контексте.

Региональный же аспект итальянской медиа системы почти не изучен в России и мало изучен за рубежом. В Италии издано несколько работ, посвященных локальным СМИ некоторых регионов (например, Сардинии, Апулии, Пьемонта), но они не дают представления о региональных медиа как о системе. Таким образом, восполнение этого пробела и составление более точного представления о *системе* региональных и городских СМИ Италии, ее закономерностях и особенностях представляется **актуальным**, в этом и заключается **цель** данной научной работы.

Регионализм в Италии - явление историческое. Вплоть до XIX на Апеннинском полуострове уживалось несколько государств, столицами которых были современные крупные итальянские города, такие, как Венеция, Генуя, Флоренция, Рим. В современной Италии региональный элемент все так же силен. Об этом говорят различные диалекты, существующие чуть ли ни в каждом итальянском поселении, неофициальное разделение страны на северную, преуспевающую, и южную, отстающую.

Основными **методами** исследования в работе стали метод *количественного, сравнительного и системного* анализа. В первой части работы были выбраны четыре региона Италии: Ломбардия (северная Италия), Эмилия Романья (центральная Италия), Лацио (центральная Италия) и Сицилия (южная Италия). Регионы выбирались так, чтобы в результате получилось полноценное представление о медиа системе страны с севера на юг. В каждом регионе были выбраны два города: административный центр региона (Милан, Болонья, Рим, Палермо) и центр одной из провинций (Бергамо, Феррара, Латина, Агридженто соответственно).

По выбранным городам были составлены карты медиапотребления печатных изданий и теле- и радиоконтента. По ним было определено, какую часть в этом потреблении составляют региональные и местные медиа разного масштаба. Кроме того, была составлена карта городских и региональных СМИ по выбранным областям. Количество в этих списках изданий, радиостанций и телеканалов, ориентированных на местные новости, доказывает, что региональный элемент в медиа системе Италии очень важен.

Так, в результате исследования, выяснилось, что региональная привязка оказывает большое влияние на потребление ежедневных газет и намного меньшее - на потребление ежемесячных журналов. Выяснилось, что список пяти самых читаемых ежедневных газет в регионах обычно возглавляет газета, ориентированная на местные новости (в Ломбардии

это национальное издание Corriere della Sera (97 645 экз.), в Болоньи-кваизирегиональное il Resto del Carlino (40 215 экз.), в Риме - кваизирегиональное il Messaggero (82 725 экз.) и в Палермо - региональное il Quotidiano di Sicilia (24 008 экз.) [1]. По провинциальным городам было проведено аналогичное сравнение, доказавшее, что и там самыми читаемыми являются местные ежедневные газеты.

В потреблении ежемесячных и еженедельных журналов подобная региональная детерминация оказалась незначительной.

Локальные радиостанции также занимают важное место в медиапотреблении итальянцев. Интересно, что в регулярных авторитетных исследованиях аудиторий радиостанций RadioMonitor представлены данные всего по 16 национальным и по 277 местным радиостанциям [2]. Несмотря на то, что аудитория местных станций значительно меньше, чем аудитория национальных, их число говорит о значительном влиянии. Так, например, в Ломбардии слушают 24 локальных станции, в Эмилии Романьи-18, в Лацио - 31, а на Сицилии - 28[3].

Изучение регионального и локального телевидения показало, что местные телеканалы также пользуются значительным спросом у итальянцев. Выяснилось, что региональные и локальные каналы-это чаще всего эфирное телевидение и что значительно реже встречаются локальные спутниковые каналы. В изучаемых регионах северной части страны местных телеканалов оказалось больше, чем в южной: в Ломбардии их 28, в Эмилии Романьи 20, а в регионе Лацио и на Сицилии по 14 и 16 соответственно[4].

Во второй части исследования, используя *метод контент-анализа* и основываясь на выводах, полученных в первой части работы, были изучены материалы нескольких местных печатных изданий, радио и телеканалов. Целью этой части работы было выяснить, чем отличаются уже на конкретных примерах предпочтения аудитории в разных регионах и влияет ли контент медиа на его местное распространение.

### Источники и литература

- 1) ADS, Matrice ripartizione media territoriale della diffusione. <http://www.adsnotizie.it/>
- 2) Radio, al via Radio Monitor 2015, indagine sull'ascolto radiofonico. <http://www.newslinet.it/notizie/radio-al-via-radio-monitor-2015-indagine-sull-ascolto-radiofonico>
- 3) Indice e leggenda. [http://www.aeranti.it/images/stories/RadioMonitor\\_dati\\_Io\\_semestre\\_20](http://www.aeranti.it/images/stories/RadioMonitor_dati_Io_semestre_20)
- 4) Il rapporto Auditel. Tv locali. <http://www.auditel.it/dati/>