

## Медиатизация политики в Италии

Научный руководитель – Минаева Людмила Владимировна

*Бодрикова Юлия Андреевна*

*Студент (магистр)*

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

*E-mail: yla2094@mail.ru*

Глобальный и интенсивный процесс воздействия СМИ на аудиторию всегда был предметом пристального внимания ученых и медиа-экспертов. Сегодня, когда активно ведутся информационные войны, когда знания и информация, а также каналы их получения и распространения становятся своеобразным стратегическим ресурсом, умелое использование которого наделяет информационной властью в определенных сферах, вопросы влияния СМИ на общественное сознание становятся критически важными. В данном контексте особую значимость приобретает политическая медиатизация, которая является индикатором интенсивности становления новой информационной эпохи и свидетельствует о трансформации роли медиа в современном обществе [1].

Актуальность исследования медиатизации политики и функций масс-медиа обусловлена практической значимостью СМИ в процессе политического развития, демократизации политического взаимодействия и общественных отношений [3]. Кроме того, существует объективная необходимость актуализировать новое, информационно-коммуникационное измерение теоретического анализа выше обозначенных феноменов. Анализ тенденций политической медиатизации и характера ее влияния позволит получить ответы на вопросы сущности трансформации современной политической жизни разных государств в контексте становления информационного общества в целом. Такой анализ будет играть исключительно важную роль в процессах предотвращения формирования квазиполитики и квазидемократии, в которых вместо реальной эффективной политической деятельности будет доминировать ее медиатизированный образ.

В данном контексте определенный интерес вызывает исследование опыта Италии в сфере медиатизации политики. Италия одной из первых в Европе создала свою систему общественного и частного телевидения, являющуюся образцом формирования и функционирования информационного пространства. Также стоит отметить, что, активно заимствуя опыт организации медийного пространства политической сферы в других странах (в частности, США), Италия смогла сделать это творчески, не отказываясь от национальных обычаев и традиций, представляя собой один из первых примеров глокализации (или «нациоглобализации», по выражению М. Кастельса)[2].

Исследованию деятельности масс-медиа, в частности процесса медиатизации политики посвящены работы таких зарубежных и отечественных ученых, как М. Багмет, А. Барিশполец, Р. Барендт, Ж. Бодрийяр, В. Бортников, П. Бурдье, Г. Вайнштейн и др.

Однако, несмотря на значительное увеличение исследований по медиатизации политики в последние десятилетия, все еще существуют дискуссионные моменты в ее концепции и эти разногласия могут проявляться по-разному в тех или иных научных кругах или странах. Поэтому, цель данной статьи — освещение центральных аспектов медиатизации политики на примере Италии.

Медиатизация политики в Италии прошла несколько этапов: детерминация общественного телевидения Италии в исторической ретроспективе (1954-1990 гг.); телевидение RAI

и итальянская политика: трансформация концепции общественного вещания; информационная служба новостей общественного вещания TG1 в условиях политического давления; общественное телевидение RAI в структуре двухполярного телепространства.

Само явление медиатизации политики в Италии возникло во время правления Берлускони — постоянного политического лидера страны. Со времен появления первых коммерческих телеканалов в 1974 и до 2002 г. этот сегмент медиасистемы страны характеризовался монополистической структурой [2]. Вся история коммерческого телевидения Италии тесно переплетается с периодом правления Берлускони — функционирование телеканалов осуществлялось под его непосредственным влиянием, он контролировал мощную коммерческую телевизионную империю «Фининвест» (позже «Медиасет»). Именно тогда началась ротация кадров по принципу лояльности к власти, политическое давление на отдельных журналистов, политизация журналистики и медиа. СМИ обеспечивали общественное признание политической власти (политической легитимации), а также оказывали значительное влияние на процесс формирования доверия к власти со стороны граждан.

Можно с уверенностью утверждать, что именно появление первых региональных частных телестанций способствовало трансформации общественного мнения, а вовлечение СМИ в политические процессы привело к политизации масс-медиа, возникновению в журналистской среде поляризованного плюрализма.

В дальнейшем на пути развития медиатизации в политике отдельно следует отметить радикализацию отношений итальянской журналистики с властью в начале нового тысячелетия. Период с 2000 до 2009 г. стал высшим проявлением политизации СМИ, повлекшим за собой распространение политической коммуникации, что в итоге привело к кризису многих функций журналистской деятельности в Италии и к доминированию политики над информацией.

Почти до 2011 г. комментирование новостей в Италии осуществлялось с учетом политических факторов. СМИ, радио и телевидение тяготели к парламентскому контролю [4]. Инструментализация новостей и СМИ в целом бизнесменами, предпринимателями, политическими партиями означала уменьшение журналистской свободы.

После отставки Берлускони в Италии кардинально поменялся процесс, связанный с медиатизацией политики. Начал наращиваться потенциал и значимость социальных сетей. Сегодня, одновременно с внедрением традиционных масс-медиа, увеличивается использование веб-пространства в политических целях. Об этом наглядно свидетельствует «Движение 5 звезд». В итоге политическая коммуникация характеризуется уже новыми свойствами, модифицируется значение СМИ, как и направление их развития. Что также воздействует на социально-политические процессы в обществе.

Кроме того, следует отметить тот факт, что в настоящее время увеличивается масштаб коммуникации: от регионального к глобальному. Тем не менее, несмотря на коммерциализацию общественной службы вещания Италии RAI, которая сейчас находится в сложном положении, правящая политическая партия в стране до сих пор играет значительную роль во влиянии на деятельность СМИ.

### Источники и литература

- 1) Ключников Д.Д. Влияние социальных медиа на современный политический процесс в России // Филологический аспект. 2018. №4. С. 340-350.
- 2) Ковалева А.Ю. Феномен Сильвио Берлускони в контексте особенностей политики и средств массовой информации Италии // Вестник МГИМО Университета. 2016. №4(49). С.117-130.
- 3) Равочкин Н.Н. Роль масс-медиа в функционировании политических институтов: социально-философский анализ // Журнал «Кант». 2018. №4(29). С.186-190.

- 4) Public Service Broadcasting and Media Systems in Troubled European Democracies /  
Ewa Połomska. Charlie Beckett. 2019, 408 p.