М. В. Захарова

Московский государственный университет им. М.В.Ломоносова

КАПИТАЛИЗСФЕРЫ НОВЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ПЕЧАТНОЙ ПРЕССЕ ФРАНЦИИ

Для рынка СМИ Франции характерно не только традиционное влияние государства, но и ярко выраженное присутствие финансово-промышленного (немедийного) капитала. В начале ХХI века ежедневная пресса Франции претерпела кардинальные изменения в результате перераспределения собственности. Все более заметную роль на рынке прессы начинают играть военно-промышленные и финансовые группы, инвестиционные фонды. Достаточно вспомнить авиапромышленника Сержа Дассо, ставшего в 2004 году владельцем одной из старейших газет Франции «Фигаро», и одного из самых богатых людей Франции Бернара Арно (группа товаров люкс «ЛВМА»), купившего в 2007 году авторитетную экономическую газету «Эко».

Особенности концентрации СМИ по-французски вызывают бурные дебаты в профессиональном сообществе, обеспокоенном будущим прессы. С одной стороны, финансово-промышленные группы во Франции тесно связаны с властью и часто зависят от государственных заказов, что ставит под вопрос независимость и объективность принадлежащих им изданий и подрывает капитал доверия аудитории. С другой стороны, появление национальных инвесторов, готовых финансировать развитие газет, несмотря на то, что в настоящее время инвестиции в прессу крайне рискованны, вызывает и положительные оценки.

За последние несколько лет в ряды владельцев французской прессы вошли новые имена. Среди них – представители капитала из сферы новых информационных технологий, люди, сделавшие состояние благодаря бурному развитию Интернета и цифровой среды. Патрон Интернет-провайдера «Фри» Ксавье Ньель стал одним из основных акционеров газеты «Монд» в 2010 году, а владелец телекоммуникационной группы «Нюмерикабль-СФР» Патрик Драи вошел в капитал газеты «Либерасьон» в 2014 году.

Интересно, что эти известные представители нового цифрового мира не останавливаются на достигнутом. Группа «Монд» становится владельцем информационного еженедельника «Нувель обсерватер», а П. Драи приобретает «Экспресс». Таким образом создаются группы, объединяющие крупную ежедневную газету и авторитетный информационный еженедельник. Логика таких сделок очевидна. Ежедневная (национальная) газета, которая в настоящее время переживает не лучшие времена, может только выиграть от партнерства с информационным еженедельником, которые чувствуют себя очень уверенно на французском рынке даже в современных, не слишком благоприятных для печатных изданий, условиях.