Общие сведения о стране

Французская Республика — одно из крупнейших государств Запад­ной Европы, на территории которого расположены средневековые города, альпийские деревни и пляжи Средиземного моря. Континентальная площадь страны — 551 тыс. км². Административно территория состоит из двадцати семи регионов, двадцать два из которых находятся в континентальной Европе, а пять представляют собой заморские владения.

Столица Франции — Париж славится домами моды и старейшими художественными музеями. Наиболее известные достопримечательности страны - Эйфелева башня, Лувр, Версальский дворец, Триумфальная арка, Собор Парижской Богоматери, лавандовые поля Прованса. Насе­ление страны на начало 2023г. составляет 68,043 млн.

Государственный язык — французский. Основная религия - католицизм.

Денежная единица — евро.

Государственный строй — президентская республика. Главный закон — Конституция Пятой Республики.

Франция является ядерной державой, членом НАТО и одним из пяти постоянных членов Совета Безопасности ООН.

Важнейшими секторами промышленности являются производство автомобилей, авиационной, ракетной и космической техники, лекарственной и химической продукции. Ценятся предметы роскоши, произведенные во Франции, косметика, дорогие вина. Современное сельскохозяйственное производство является ведущим в Европе. Также важной экономической отраслью является туризм. Слабые стороны экономики: высокие налоги, расходы на соц. обеспечение, большой внешний долг.

История становления журналистики

Зарождение французской журналистики связано с возникновением в XI в. «хроник», составлявшихся в крупнейших монастырях ежегодно к празднику Пасхи. Хроники сообщали о событиях церковной и светской жизни во Франции и соседних странах за год. Самым известным хронистом был монах Жан де Венет, составивший хронику Столетней войны.

После «хроник» в XV появились «нувель» - рукописные новостные листки, в которых сообщалась информация о торговле, происшествиях, городских слухах и т. д.

В 1611 г. вышел ежегодник «Mercure francais», который принято считать первым периодическим печатным изданием во Франции. Ежегодник выходил в Париже по 1648 год, его основателем и издателем был книгопечатник Жан Ришар.

На дальнейшее развитие французской журналистики особое влияние оказал кардинал Ришелье. Решив с помощью «Mercure francais» регулярно воздействовать на общественное мнение, Ришелье поставил во главе издания своего доверенного человека - монаха Жозефа, который считался одним из самых образованных людей Франции. Отец Жозеф превратил «Mercure francais» в первое государственное периодическое издание, подобного которому не было тогда ни в одной стране, однако Ришелье понял, что ему нужна пресса более периодичная и мобильная, чем ежегодник.

Так появилась «La Gazette», вошедшая в историю как первое официальное периодическое издание в истории мировой журналистики. Она стала одной из первых европейских газет, максимально близких к той форме, к которой мы привыкли сегодня. «La Gazette» стала выходить в Париже при дворе короля Людовика XIII с 30 мая 1631 года. Ее основателем и первым главным редактором стал придворный врач Теофраст Ренодо.

В 1629 году Ренодо открыл в Париже «Бюро адресов и встреч» - бюро по найму и доска объявлений для безработных. Вскоре бюро превратилось в информационный центр для всех, кто ищет и предлагает работу, покупает и продает товары, а также желает сделать публичные объявления. Таким образом, Ренодо заложил основу рекламного агентства. Знакомство Ришелье с работой Адресного бюро и стало решающим шагом на пути к созданию первой французской еженедельной газеты. На ее страницах часто публиковались сам король и кардинал Ришелье. Таким образом, именно во Франции сложилась авторитарная концепция печати.

Значительным явлением в истории французской печати явилось формирование в середине XVII в. журнала как специализированного издания. Так, в 1665 г. появился «Journal des savants», в котором освещались вопросы научной жизни, в 1672 г. – «Journal du Palais», посвященный судебно-правовым вопросам.

Период Французской революции ознаменовал расцвет политической журналистики. Практически все политические деятели издавали и редактировали свои газеты: «Journal des Etats généraux» (Мирабо), «L’Ami du Peuple» (Марат), «Le Pere Duchene» (Эбер). Одним из главных завоеваний периода Великой французской революции стала отмена предварительной цензуры и провозглашение свободы печати.

В 1835 возникло первое в мире информационное агентство «Havas». Изначально оно занималось распространением рекламы для печати, а с 1870 начало производить обмен информацией с крупнейшими информационными агентствами мира. После оккупации Франции фашистской Германией «Havas» прекратило существование, однако в 1944 на его базе было создано информационное агентство «Agence France-Presse» («Франс пресс»). Оставшийся после ликвидации «Havas» рекламный отдел превратился в крупнейшее рекламное агентство.

Но вернемся к 19 столетию. С 1870г. начинается «золотой век французской журналистики» - период, когда пресса становится более коммерческой, а количество издаваемых газет и журналов стремительно растет. Особо в этом веке следует выделить открытое письмо Э. Золя «Я обвиняю», которое 13 января 1898г. опубликовали в газете «L'Aurore». В данной статье Золя обвинял людей, незаконно осудивших капитана французской армии Альфреда Дрейфуса в государственной измене. «Я обвиняю» вызвала широкий общественный резонанс и показала, какое влияние может иметь журналистика на общество и правящие круги. Под влиянием статьи полицейские нашли истинного виновника, а капитан Дрейфус был освобожден.

Революционные тенденции, характерные для Франции, вызвали к жизни ряд газет социалистического и коммунистического блока. Одна из них, «L' Humanite», издававшаяся с 1904 г., сыграла важную роль в антивоенном движении. Важной вехой было также появление в 1931 г. ежедневной вечерней газеты «Paris Soir» - крупной иллюстрированной газеты, которая использовала новейшие достижения полиграфической техники.

В 1908 г. прозвучала первая экспериментальная радиопередача. Это была музыка с пластинок, а слышали ее французские военные радиооператоры. Передачу провел американский изобретатель Ли де Форест. 24 декабря 1921 года с Эйфелевой башни впервые вышла в эфир с регулярными программами радиостанция Radio Tour Eiffel. В 1945г. правительство определило электронные СМИ как официальный рупор своей политики, подчинив эфир контролю. Для управления системой радиовещания был создан специальный подконтрольный государственный орган – РДФ (Радиодиффузьен Франсезь – Французское радиовещание).

Аналогично контролировалось телевидение. Впервые эксперименты с его внедрением начались в 1931-м году, когда лаборатория Рене Бартелеми провела первый публичный телесеанс. Таким образом, Франция стала одной из первых стран в мире, где началось телевещание. Первый официальный французский канал вышел в эфир 13-го февраля 1935-го года. Репертуар строился из номеров кабаре, цирка и т. п. В 1949 году телевидение вошло в сферу компетенции РДФ, и его переименовали в РТФ (Радиодиффузьен Телевизьен Франсез). Государственная монополия на телевидение и радиовещание просуществовала до начала 1980-х годов. Ее упразднил президент Франсуа Миттеран законами от 9 ноября 1981 года и 29 июля 1982 года

Особенности производства и распространения информации

При характеристике современной французской печати следует прини­мать во внимание следующие особенности:

1) скрытая или явная поддержка политических взглядов тех или иных партий и движений;

2) концентрация печати вокруг крупных медиа-групп;

3) разделение изданий по территории распространения на национальные и региональные.

Сегодня к наиболее популярным национальным газетам относятся «Le Monde», «L'Équipe», «Le Figaro», «Libération». В ряду региональных изданий выделим газеты «Ouest France», «Le Parisien». Популярные журналы во Франции: «Paris Match», «Elle» и «Marie-France», «L'Express», «Le Point» и «Le Nouvel Observateur, «Tele7 jour». С начала 2000-х годов распространение получила ежедневная бесплатная пресса, финансируемая за счёт размещаемой в ней рекламы: «20 minutes», международная газета «Мetro» и т.д.

Важным элементом французского рынка периодической печати является государственная поддержка прессы, реализуемая в виде дотаций и льгот. В 2008 г. Президентом Республики был принят ряд мер (под общим названием «Генеральные штаты прессы») по расширению экономической поддержки печатной прессы в условиях развития интернета и бесплатной прессы. Среди мер поддержки - «замораживание» тарифов на почтовое распространение, увеличение объемов поддержки домашнего распространения, бесплатную подписку на одно из изданий один раз в неделю в течение года для молодежи, увеличение гос. поддержки на онлайновую прессу.

Французская печать находится под контролем **следующих групп:**

1) Hachette Filipacchi Média - лидер в издании журналов и книг.

2) Bayard Presse – издательская группа, владеющая несколькими журналами, преимущественно молодежной тематики, а также издатель французской ежедневной газеты «La Croix» и большого объема различных религиозных изданий.

3) Sipa-Ouest France. В нее входит самая многотиражная региональная газета

Ouest France. Кроме того, группа владеет долей бесплатной газеты «20 Minutes».

5) Amaury – спортивные СМИ.

6) Groupe Le Monde – издает одноименную газету

7) Les Echos - Le Parisien Group представлена ​​в таких секторах, как общая пресса («Le Parisien»), экономика и финансы («Les Échos», «Investir Magazine»).

Радиорынок, как и телевидение, во Франции построен на балансе общественных и коммерческих интересов. Общественный сектор контролируется крупнейшим общественным концерном «Radio France», которая управляет такими станциями, как: France Inter («универсальная» станция), France Info (информационная), France Culture (музыкальная), France Bleu (сеть местных и региональных радиостанций), FIP (радиоканал с региональными вставками). Помимо общественного сектора радиорынок Франции делят между собой такие крупные игроки, как RTL (радиостанции RTL 1, RTL 2), Lagardère (радиостанции Europe 1, RFM, Virgin radio), NRJ (Chérie FM, Nostalgie, NRJ, Rire et Chansons)

Общественные французские телеканалы контролируются акционерным обществом «France Télévisions», куда входят каналы: France 2 (информационно-развлекательный), France 3 (премьеры и повторы телефильмов и телесериалов, France 4 (развлекательный), France 5 (образовательный канал), France Info (информационный телеканал), ARTE (франко-немецкий культурный канал).

Коммерческое телевещание представлено во Франции двумя общедоступными телеканалами — TF-1 (программа состоит из французских и американских телешоу и сериалов, мультфильмов) и М6 (новостные выпуски, реалити шоу и развлекательные телепрограммы, а также разнообразные сериалы), набором бесплатных каналов цифрового наземного вещания и платными телеканалами, самый крупный из которых Canal+ (кино и спорт).

По данным медиаметрических исследований, Интернету французы доверяют больше. Кроме того, Интернет является своеобразным инструментом для проверки информации, предоставляемой традиционными видами СМИ — прессой, радиовещанием, телевидением. Главными по популярности сайтами во Франции являются «google», «youtube», «facebook», среди СМИ - сайты «Le Figaro», «Le Monde», «Ouest France», «20 minutes».

Концерны

На данный момент во Франции выделяют следующие крупные концерны: Vivendi, Lagardere, Bouygues Dassault.

Vivendi Universal. **Основные медиаактивы:** Группа Canal+, Universal Music Groupe (одна из самых крупных звукозаписывающих компаний в мире), Vivendi Universal Games (компания по производству компьютерных игр, владеющая брендами Blizzard и Sierra), Коммуникационная компания [Havas](https://ru.wikipedia.org/wiki/Havas%22%20%5Co%20%22Havas).

Lagardere. Крупнейший в мире диверсифицированный индустриальный холдинг, в активы которого входят авиапромышленная компания, электронные системы безопасности и обороны, системы связи и телекоммуникаций. **Основные медиаактивы СМИ сосредоточены в секторах** книгоиздательства, журналов (Lagardere принадлежит самый крупный в мире издатель журнальной периодики - группа Hachette Filipacchi Medias), радио (радиостанции Europe 1, RFM, Virgin Radio), ТВ.

Bouygues. В 1990-х компания приобрела контрольный пакет самой крупной французской телекомпании TF-1, которая в те времена подлежала приватизации. **Основные активы объединены в TF-1 Groupe, куда входят** телеканал TF-1, телеканал LCI, крупные доли в более чем 23 тематических телеканалах

Dassault. Интересы в сфере масс-медиа представлены компанией Socpresse. Это все, что осталось от некогда мощной контролирующей более 40% региональной прессы Франции группы Робера Эрсана. **Основные активы:** холдинг Le Figaro, издающий вторую по тиражу во Франции качественную газету Le Figaro и ее приложения, региональное телевидение.

Законодательство

Сфера СМИ во Франции регламентируется законом о печати 1881 г., действие которого в XX в. было расширено в том числе на аудиовизуальные СМИ и Интернет.

Деятельность аудиовизуальных СМИ регламентируется за­конами 1982 и 1986 гг. а также законом 2009 г., реформирующим принципы общественного вещания. Главным регулирующим органом является Высший совет по аудиовизуальным СМИ, который отвечает за распределение частот вещания, назначает президентов национальных аудиовизуальных компаний, следит за правильным распределением эфирного времени между игроками политической арены, регулирует рекламный сектор. ВАС - уникальное явление в рамках национальной медиасистемы Франции, его полномочия часто существенно шире, чем у аналогичных структур в других странах.

В 2009 вышел первый отдельный закон, связанный с функционированием сети Интернет – закон «О творчестве в Интернете», который вводит ответственность вплоть до временной приостановки доступа к интернету для скачивающих нелегально файлы с музыкой и фильмами. Закон создал специальный надзирающий орган – Высшую администрацию в сфере распространения произведений и защиты прав в Интернете.