

Секция «Журналистика»

**МЕХАНИЗМЫ ФОРМИРОВАНИЯ МЕДИА-РЕАЛЬНОСТИ НА
ФРАНЦУЗСКОМ ТЕЛЕКАНАЛЕ TF1**

Анисимова Екатерина Дмитриевна

Студент

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Факультет
журналистики, Москва, Россия
E-mail: aniskatya@gmail.com*

TF1 (*Télévision française 1*) - самый крупный канал по охвату аудитории во Франции, ведет свою историю с 1935 года. Около тридцати лет телеканал оставался единственным на французском телевидении. В 1963 году с образованием второго национального канала TF1 стали называть «первым каналом». У первого телеканала большая и богатая история. После отмены государственной монополии на вещание на территории Франции канал был приватизирован (1987г.), он стал коммерческим и вошел в состав крупного строительного концерна Буиг (фр. Bouygues).

TF1 позиционирует себя как телеканал общего интереса. Приоритетные направления вещания канала – информирование и развлечение телезрителей. А его информационные программы в 13 и 20 часов лидируют по величине телеаудитории среди информационных программ на французском языке в Европе. [3]

Рассмотрим, какую медиа-реальность формируют журналисты TF1 в информационных выпусках. Ведь «именно медиа-интерпретации тех или иных событий влияют на нашу картину реальности». [1] Как полагают российские исследователи Дьякова и Трахтенберг : «Американские исследователи Максвелл Маккомбс и Дэвид Шоу считают, что телевидение, радио и газеты постоянно подсказывают нам, какие проблемы являются острыми и наиболее важными, а какие – не стоящими внимания. Иными словами, СМИ задают набор тем и проблем, которые считаются наиболее важными на текущий момент». [2]

Проанализировав новостные программы телеканала TF1 с точки зрения отбора новостей, тематического наполнения, композиции, мы убедились, что телеканал использует определенные механизмы формирования медиа-реальности, временами искажая действительную картину мира.

В новостных сюжетах TF1 мы смогли выявить следующие приемы манипулирования зрительской аудиторией : историческая аналогия, закон предшествования, намеренный пропуск информации, использование контраста, метод отвлечения, перенос акцентов, скрытая ирония. В верстке информационного выпуска редакторы TF1 используют также такие приемы, как принцип дополнения новостей и смену темпа и ритма, что позволяет нацелено направлять внимание телезрителей и расставлять акценты. Манипулирование в теленовостях TF1 происходит не только с помощью отбора и интерпретации новостей, для этого может использоваться и новостной контекст.

Анализируя верстку информационных выпусков и применяя классификацию Е.Г.Дьяковой и А.Д. Трахтенберга [2], можно сделать вывод, что редакция телеканала TF1 использует также прием смены навязчивых и ненавязчивых проблем. Основной акцент журналисты делают на тех событиях, с которыми обычный человек не сталкивается каждый

день, то есть, на проблемах ненавязчивых. Именно подобные проблемы задают тон информационной повестке дня.

Таким образом, мы можем прийти к выводу: цель использования подобных механизмов формирования медиа-реальности – создание определенного содержания для манипулирования массовым сознанием. Это может быть не мгновенная смена приоритетов аудитории, но подготовка фундамента для последующей трансляции «нужных» идей и мнений.

Литература

1. Дзялошинский И.М. Коммуникативное воздействие: мишени, стратегии, технологии. М.: НИУ-. ВШЭ, 2012.
2. Дьякова Е.Г., Трахтенберг А.А. Массовая коммуникация и проблема конструирования реальности: анализ основных теоретических подходов. Екатеринбург, 1999.
3. Шарончикова Л.В. «Радиовещание и телевидение Франции». Издательство МГУ М., 2011.
4. Le pouvoir d'un média: TF1 et son discours, Jean-Pierre Esquenazi, L'harmattan, 1996.
5. TF1 un pouvoir P. Pean, Christophe Nick, Editions Fayard 1997.
6. Сайт телеканала TF1 <http://www.tf1.fr/>