

Региональная пресса Франции

Национальные медиа-культуры

Кардинал Ришелье за создание централизованного государства



Согласно Бернару Доривалю (*1914-2003, историк искусства, художественный критик), этот портрет был несомненно предназначен для Пале-Кардиналь, северо-западное крыло и сад которого предстают перед нами на заднем плане, перед холмом Монмартр, где заметна церковь Мучеников в том виде, каком она была восстановлена после 1632 года, дом, который ассоциация мастеров золотых и серебряных дел построила после 1628 года и несколько строений замечательного аббатства бенедиктинок. Без сомнения, таким образом Ришелье хотел выразить привязанность к архиепископу Бордо, Сурди, который проявлял интерес к аббатству Монмартр.

Второй пункт, отмеченный Доривалем - это то, что Ришелье велел изобразить себя стоящим, вопреки существующей сотни лет традиции показывать церковников, Пап, кардиналов и епископов, сидящими. Ришелье, приказывая нарисовать себя стоящим, как государей, военачальников и вельмож, утверждал, что считает себя в меньшей степени князем церкви, чем государственным деятелем.

А нам остается только надеяться на то, что эта изображение этой картины когда-нибудь появится в хорошем качестве, и мы сможем разглядеть все эти мелкие детали на заднем плане.

Статьи Дориваля:

«Richelieu, Philippe de Champaigne et la decoration de l'eglise de la Sorbonne»

Кардинал Ришельё (1585-1642) занимал посты государственных секретарей по военным и иностранным делам с 1616 по 1617 год и был главой правительства (первым министром короля) с 1624 года до своей смерти.

[1] Feyel G. La Presse en France dès origines à 1944 (Histoire politique et matérielle). – Paris.: Ellipses Edition Marketing, 1999, p. 10.

Город	Номера «Ля Газетт» 1690–1750 гг.	Поездка в экипаже 1765 г.	Поездка в экипаже 1780 г.
Руан	1	1	1
Лилль	1	2 (дилижанс)	2
Мец	2–3	7,5	3
Лион	3–4	5 (дилижанс)	5
Ахен	8	11,5	7,5
Тулуза	7	15,5	7,5
Бордо	5	14	5,5
Нант	3	8	5
Ренн	4	8	3

Концепция близости читателю во французских СМИ



- При оценке информации по первому критерию определяется степень приближенности освещаемых событий к месту проживания потенциального читателя газеты, зрителя телеканала или слушателя радиостанции: «его соседи» → «его район» → «его город» → «его страна» → «мир». Второй критерий определяет «близость» этих событий к потребителю информации во временном отношении: «что будет завтра» → «что было вчера» → «что будет послезавтра» → «что было позавчера» → «что будет в отдаленном будущем» → «что было в далеком прошлом». По третьему критерию оценивается социальная значимость событий для потребителя: «его работа» → «его досуг» → «его социальный круг». Эмоциональный критерий определяет, насколько рассматриваемые события связаны с теми проблемами, которые больше всего волнуют потребителя в его повседневной жизни («семья» → «дети» → «здоровье» → «смерть»). Сюда же можно отнести темы денег и секса, а также темы, традиционно привлекающие массовую аудиторию в силу своей неординарности: всевозможные скандалы, конфликты и сенсации.