



«ПАРИ́-МАТЧ»

«ПАРИ́-МАТЧ» («Paris Match»), франц. еженедельный журнал. Штаб-квартира – в Леваллуа-Перре (близ Парижа). Тираж ок. 814 тыс. экз. (2013). Основан в 1949 франц. предпринимателем Ж. Пруво. «П.-м.», появившийся в период крупного кризиса на франц. рынке печатных СМИ (в 1949–53 было закрыто 137 еженедельников), сумел завоевать успех у читательской аудитории благодаря публикации интересных материалов из мира политики, культуры, моды, а также ярких фотографий. В 1958 тираж достиг 1,8 млн. экз. К нач. 1970-х гг. в условиях роста популярности телевидения и конкуренции со стороны др. журналов популярность «П.-м.» упала (тираж сократился до 800 тыс. экз.). В 1976 журнал куплен Д. Филиппакки – быв. фотографом «П.-м.». После приобретения Филиппакки в 1981 совм. с Ж. Л. Лагардером акционерного об-ва «Hachette» «П.-м.» вошёл в состав компании «Hachette Filipacchi Médias» (ныне в составе группы компании «Lagardere»). Делает акцент на оперативном предоставлении информации с места событий, публикации фоторепортажей и материалов о знаменитостях и шоу-бизнесе. С 1996 доступен в Интернете.

Литература

Лит.: France and the mass media / Ed. by B. Rigby, N. Hewitt. Basingstoke, 1991; 50 ans, Paris Match / Sous la dir. de R. Therond. P., 1998. Vol. 1–2; Тангейт М. Медиамагнаты: Как крупнейшие медиакомпании выживают на рынке и борются за лидерство. М., 2006.