Виталий Анатольевич БУДУЧЕВ

НАЦИОНАЛЬНЫЙ И ЭДИТОРИАЛЬНЫЙ ИНТЕРДИСКУРСЫ В РОССИЙСКОЙ И ФРАНЦУЗСКОЙ ПРЕССЕ

Газетный текст вписывается в интердискурс различных уровней. Нашей целью является не только показать, что дискурс отдельных газет не существует в вакууме, что он вписывается в национальный медийный интердискурс, но и иллюстрировать что национальный интердискурс не может быть единственным значимым для конструирования дискурса отдельной газеты. Национальный контекст создает рамки для восприятия событий, национальные критерии выбора информации. Схожая публика, роль которую газеты играют в рамках национальных медийных пространств, схожий формат, позволяют говорить об эдиторианальном интердискурсе.

Ключевые слова*: Анализ дискурса прессы, Национальный и эдиторианальный медийный интердискурс, Циркуляция информации, Эдиторианальная политика, Формат газет*

Vitaly A. BUDUCHEV

NATIONAL AND EDITORIAL INTERDISCOURSE I N THE RUSSIAN AND FRENCH PRESS

The content of periodicals can fit into various levels of interdiscourse. The purpose of this study is twofold: on the one hand, it aims to demonstrate that discourse of various papers does not exist in isolation; it is being served as a part of the national media interdiscourse. One the other hand we demonstrate that national interdiscourse cannot be the sole meaningful contributor to the discourse of a certain periodical. National context creates frameworks for incident perception, and thus becomes national criteria for information filtering. Similar audience, the role the newspapers play in the national media framework space, similar format - all lead to editorial interdiscourse.

Keywords*: Press discourse analysis, national and editorial interdiscourse of the media, information circulation, editorial politics, newspaper format*

Газетный текст не самостоятелен. Он продукт коммуникационной среды, в которой он развивается. Он является составной частью дискурса, на который он опирается, который он воспроизводит и дополняет. Текст газетных статей вписывается в интердискурс различных уровней. Освещение выборов в Беларуси 2010 года выступает для нас примером, позволяющим осуществить анализ дискурса российских и французских газет. На первоначальном этапе мы анализируем дискурс газет «Ле Монд», «Ле Фигаро», «Либерасьон», «Коммерсантъ», «Комсомольская правда» и «Московский Комсомолец». В целях создания рамок исследования мы привилегируем один номер каждой из газет, в частности выпуск от 21 декабря 2010 года, так как белорусские события находят наибольший резонанс на страницах шести газет в выпусках данного дня. Что касается эдиторианального дискурса, мы ограничимся сравнением двух газет сопоставимого формата, к которым относятся газеты «Ле Монд» и «Коммерсантъ».

Наша работа опирается на метод анализа дискурса прессы,

предложенный французским социологом журналистики Розлин Ранго. При этом, необходимо прежде всего уделить внимание национальному интердискурсу. Данный демарш кажется нам необходимым, так как согласно Владимиру Бурцеву, *«Одним из главных средств анализа дискурса является соотнесение дискурса с интердискурсом»* [Бурцев 2010: 52]. Именно этот аспект анализа дискурса является объектом настоящей статьи. Другими словами, нашей задачей является соотнесение дискурса французских и российских газет с национальным и эдиториальным интердискурсом.

Национальный интердискурс

Как отмечает Жан-Мишель Адам, *«Дискурсы формируются и регулируются внутри интердискурса»* [Adam 1997: 671]. Так, дискурс российских и французских СМИ является составной частью национального интердискурса, определяемого взаимным вниманием редакции к определенным событиям, которые освещены в определенной форме и в соответствии с принципами свойственными национальному медийному пространству.

Речь идет о национальном аршитексте, который объединяет медийные тексты в общую категорию. Так как *«текст помещен в более широкую текстовую структуру, "архитекст", который им управляет и позволяет ему существовать»* [Souchier, Jeanneret, Le Marec 2003: 23], он опирается на крепкую основу, не видимую с первого взгляда, но дающую ему необходимые для существования ресурсы.

Медийный дискурс не хаотичен. Он упорядочен классификацией и иерархизацией информации которые осуществляют СМИ в национальном пространстве. Возможность иерархизации дает журналистам необходимые ресурсы для конструирования информации. Но возможность выбора ограничена, так как действуя в национальном медийном пространстве, СМИ беспрестанно оглядываются друг на друга в условиях конкуренции. Пьер Бурдьё отмечает что циркуляция информации между СМИ на национальном уровне является последствием автономизации поля журналистики. Данная особенность способствует появлению национального интердискурса, ретранслируемого СМИ, функционирующими в национальном медийном пространстве. Журналисты, согласно Пьеру Бурдьё, *«обладают своеобразными "очками", через которые они видят определенные события и не замечают других; и видят события под определенным углом»* [Bourdieu 2008: 18]. Эти образные очки Пьера Бурдьё играют важную роль в создании национального интердискурса.

Несмотря на то что в номере от 21 декабря 2010 года все шесть из перечисленных выше газет уделяют внимание выборам в Белоруссии, количество сюжетов, привлекающих общее внимание рассматриваемых газет крайне ограничено. Выбор медийных событий, отражаемых на страницах российских и французских газет, определяется в большой степени в соответствии с принадлежностью к национальному публичному пространству. При этом, привлечение конкретных медийных событий влияет, посредством интертекстуальных связей, на восприятие событий в Белоруссии.

Линзы упоминаемых Пьером Бурдьё очков адаптированы для того чтобы формировать национальный образ. Так, во Франции, белорусские события помещены в общие интертекстуальные рамки с различными сюжетами. Персонажи, события, насущные общественные проблемы и политические вызовы свойственные публичным пространствам двух стран напрямую влияют на восприятие белорусской действительности, которая вовлечена в национальный интердискурс.

Оригинальная конструкция событийных нитей делает дискурс, артикулируемый в статьях взаимозависимым. Таким образом происходит слияние национального интердискурса и эдиториальной идентичности. Фармацевтический скандал вокруг препарата Медиатор, интерес, проявляемый «Ле Фигаро» к программе видеонаблюдения в Париже, статьи, посвященные гипотетическому выходу из зоны Евро, статьи о внешнем долге Франции и об активности на рынке объектов искусства, экспансия Диор на американском рынке, портрет пловца Яника Аньеля вряд ли могут появиться на страницах российских газет, так как все эти сюжеты помещены в контекст внутренней общественной жизни Франции, создавая национальный интердискурс. Иностранные события, находящиеся на страницах французских газет на ряду с вышеперечисленными примерами сюжетов, оказываются включенными в этот внутренний национальный интердискурс. Данная интердискурсивная вариация создает рамки восприятия белорусских событий. Стиль, тон каждой статьи готовит читателя к погружению в белорусскую реальность, не только по версии «Ле Фигаро», «Ле Монд» или «Либерасьон» но и в рамках французского национального интердискурса. Подобные тенденции мы можем наблюдать и со стороны российских газет.

Эдиториальный интердискурс

Дискурс газеты не изолирован от окружающих его дискурсов. Как отмечает Доминик Мангено, *«Дискурс наполняется смыслом только внутри общего интердискурса. Интерпретации малейшего посыла или утверждения происходят посредством мобилизации множества дискурсивных элементов на которые они опираются»* [Maingueneau 2014 : 22]. Часто отмечаются связи между соседствующими в рамках национальных публичных пространств дискурсами. Интердискурс может упоминаться при социологическом исследовании взаимоотношений акторов, участвующих в производстве информации. В других случаях, интердискурс упоминается в связи разделением газеты на рубрики [Ringoot 2014: 39]. Предыдущий параграф так же показывает состоятельность подхода, согласно которому национальный интердискурс должен рассматриваться как важнейший уровень, непосредственно влияющий на производство и восприятие информации.

Однако, при всей состоятельности данного подхода, необходимо отметить его ограниченность. Для полноты анализа необходимо расширить интердискурсивные границы, предполагая, что национальные культуры включены в общий интердискурс. В частности, необходимо обратить внимание на эдиториальную политику, стиль газет, их манеры представлять информацию, форму которую приобретает текст на их страницах. В этом случае, принадлежность к национальным публичным и медийным

пространствам не определяет границ интердискурса. Наоборот, интердискурс действует вне зависимости от национальных границ.

Данный подход позволяет нам не ограничиваться лишь национальными особенностями развития прессы и текстуализации медийных событий, но сконцентрироваться на профессиональных особенностях конструирования дискурса, присущих как французской, так и российской прессе, газетам «Ле Монд» и «Коммерсантъ» в равной степени. В данном случае, ключевыми выступают формат газеты, роль которую она играет в национальном медийном пространстве, и публика, на которую она ориентируется.

Эдиториальный стиль воспроизводится из номера в номер, вне зависимости от типа событий. Он прослеживается в статьях о рынке недвижимости, о последствиях снегопада в крупных городах, о съезде ультра-правых, о чемпионате мира по плаванию, о выборах в Белоруссии, и так далее. Эдиториальный интердискурс проявляется не в написанном тексте, а в форме, которую приобретает текст, объединяя различные проявления социальной реальности в пространстве газеты.

Метод анализа дискурса, представленный Розлин Ранго направлен на выявление эдиториальной линии, эдиториального интердискурса между газетами. Как отмечает автор, подход согласно которому анализ текста, ограничивающийся вырезками изолированных статей, посвященных определенному событию крайне недостаточен. Написанные журналистами статьи должны быть восприняты в рамках газеты как целостные единицы анализа, конструирующие смысл, создающие дискурс в соответствии с эдиториальной политикой. Розлин Ранго определяет эдиториальную линию как, *«совокупность энонсиативных стратегий, создающих эдиториальную идентичность. С одной стороны, эдиториальная линия представляет из себя дискурсивный конструкт, который позволяет различать газеты в зависимости от различных критериев: круг интересов, тон, стиль, идеология. С другой стороны, эдиториальная линия является дискурсивным преконструктом газеты, находящим выражение в политике цитирования, жанра, создания заголовков»* [Ringoot 2004: 88]. Так, эдиториальный интердискурс может быть исследован посредством сравнения энонсиативных стратегий газет, вне зависимости от их принадлежности к национальным медийным пространствам.

Пример газет «Ле Монд» и «Коммерсантъ» не случаен, так как обе газеты занимают схожие места в национальных медийных пространствах. Обращаясь к примеру двух газет, мы опираемся на принцип эдиториальной конвергенции, для того чтобы сконструировать сравнимые категории. Обе газеты обладают схожей репутацией в рамках их национальных медийных пространств, претендуют на серьезность, сбалансированность их позиции, демонстрируют привязанность к риторике объективности. Это предопределяет и их взаимоотношения с источниками, и форму в которой газеты представляют материалы, и способы рационализации информации, демонстрируемые посредством классификации актуальных событий по отношению категориям восприятия информации, которыми является разделение на рубрики.

Рубрики газет «Ле Монд» и «Коммерсантъ», так называемой качественной прессы, создают категории разделяющие социальное пространство, упорядочивают окружающий их мир. Они фиксируют категории восприятия медиатизируемых событий. Рубрики «Коммерсанта» и «Ле Монда», организованные согласно одной модели, указывают на их принадлежность к общей категории прессы, и подтверждают таким образом присутствие эдиториального интердискурса.

Выдержанный стиль, привлечение дискурса экспертов, особенности оформление макета, используемая редакцией цветовая палитра находятся в строгом соответствии с идеологией "серьёзных" газет и соответствуют эдиториальной политике. Так, и «Коммерсантъ» и «Ле Монд» ограничиваются серым, синим и черным цветами, подчеркивая таким образом их дистанцию по отношению к сенсационности.

Ориентация на схожие в социальном плане публики, будь то французские или российские, приводит к тому что обе газеты конструируют их дискурс согласно крайне схожей модели и привелигирируют схожие персонажи. Как отмечает Аделин Врона, *«выбирая персонажи, газета демонстрирует ценности, которые она разделяет с читателем. При этом, создавая социальную модель привлекаемого газетой персонажа, газета указывает на социальную принадлежность публики газеты»* [Wrona 2012: 264]. Так, привлечение персонажей занимающих ключевую роль в социальном пространстве, определяющих в некотором смысли правила игры в рамках последнего, говорит о том, что публика, на которую опираются газеты скорее всего принадлежит к социальным категориям населения, близким к иллюстрируемым на страницах газеты персонажам. Это выражается как в общих тенденциях свойственных эдиториальной политике, так и в особенностях освящения белорусских событий. Дискурс политологов, экономистов, руководителей предприятий, других экспертов, соседствует, в случае белорусских выборов, с присутствием дискурса вновь избранного президента. «Ле Монд» и «Коммерсантъ» опираются на институциональный дискурс, и предпочитают дистанцироваться от персонажей, не имеющих значительного институционального веса и принадлежащих к категориям населения не влияющих на принятие решений.

Так, интердискурс, в котором находятся газеты «Ле Монд» и «Коммерсантъ» очерчен не национальными, а социальными рамками их персонажей и публики. Схожий стиль, особенности разделения на рубрики и представления информации на страницах газет позволяют нам говорить о состоятельности эдиториального интердискурса, не связанного ни с существованием национальных границ, ни с особенностями развития национальных медийных пространств. Не забывая о существовании национального интердискурса создаваемого в национальном контексте, в условиях циркуляции информации и в рамках и национальной медийной повестки, мы можем констатировать обоснованность применения термина эдиториального интердискурса. Последний опирается на сходство эдиториальной политики газет, их взаимоотношений с читателями и источниками.

Список литературы:

Бурцев В. А. О Пространстве интердискурса в дискурсе // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2010. № 1 (5). Ч. 1. С. 52-56.

Adam J.-M. Genres, textes, discours: pour une reconception linguistique du concept de genre. In: Revue belge de philologie et d'histoire, tome 75, fasc. 3, 1997. Langues et littératures modernes, pp. 665-681.

Bourdieu P. Sur la télévisons, suivi de l'emprise du journalisme, Paris, Raisons d'agir, 2008.

Charaudeau P. Les médias et l'information, L'impossible transparence du discours, Bruxelles, De Boeck, 2011.

Maingueneau D. Discours et analyse du discours, Paris, Armand Collin, 2014.

Moirand S. Les discours de la presse quotidienne : observer, analyser, comprendre, Paris, Presses universitaires de France, 2007.

Mouillaud M. Tétu J.-F. Le Journal quotidien, Lyon, Presse universitaire de Lyon, 1989.

Ringoot R. Analyser le discours de presse, Paris, Armand Collin, 2014

Ringoot R. Discours journalistique : analyser le discours de la presse au prisme de la ligne éditoriale, in. Ringoot R. Robert-Demontrond P. L'Analyse de discours, Rennes, Apogée, 2004, pp. 87-115.

Souchier E. Jeanneret Y. Le Marec J. (dir.), Lire, écrire, récrire : objets, signes et pratiques des médias informatisés, Paris, Bibliothèque publique d'Information, 2003.

Wrona A. Face au portrait, De Saint-Beuve à Facebook , Paris, Hermann, 2012.

Будучев Виталий Анатольевич – докторант Chargé d'enseignement, CELSA, Sorbonne Université (г. Париж), *vbuduchev@gmail.com*