



УДК 070(44)=161.1
ББК 76.004.7(4Фра)

РУССКОЯЗЫЧНЫЕ СМИ ФРАНЦИИ: СТРУКТУРНЫЙ И ТИПОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

Елена Валерьевна Парахневич

Кандидат филологических наук,
старший кафедры русской филологии и журналистики,
Волгоградский государственный университет
iryas@volsu.ru
400062, г. Волгоград, просп. Университетский, 100

Аннотация. На материале выборки из девяти периодических изданий, выходящих в 2014–2018 гг., анализируется структура актуального состояния русскоязычного медиапространства Франции, описывается типология и характер отражения российской и мировой действительности во французской периодике.

Ключевые слова: русскоязычное медиапространство, эмигрантская периодика, структура СМИ, типология.

В силу достаточно строгого миграционного законодательства на сегодняшний день Франция является не самым перспективным государством для выходцев из России и стран бывшего СССР. Точные данные о количестве русскоязычного населения, проживающего в текущий момент на ее территории, отсутствуют; неофициальные цифры разнятся, но данные колеблются от 150 до 400 тысяч, включая нелегалов [3]. Согласно официальным данным Национального института демографических исследований (l'Institut national d'études démographiques, INED) ежегодный прирост русскоязычного населения, получающего гражданство или вид на жительство, в 1998–2013 годах составлял в среднем 4–5 тысяч человек ежегодно [5]. Кроме того, около 500 тысяч российских граждан каждый год посещает страну в целях туризма или налаживания деловых связей.

Однако несмотря на малочисленную по меркам европейского государства диаспору, на территории Франции одновременно существует десяток печатных газет и журналов на русском языке, а также огромное количество электронных периодических изданий. Соот-

ветственно, встает вопрос о роли, которую русскоязычные французские СМИ в силу своей востребованности играют в процессах адаптации русской диаспоры к европейским условиям, для чего необходимо иметь представление о структуре и типологии печатной периодики на русском языке. В качестве материала для исследования были выбраны самые крупные издания региона: «5Республика», газета и одноименный журнал «Монако и лазурный берег», «Берег», «Перспектива», «Русская Ривьера», «Русский хор», «Русская зарубежная газета», «Советник», «Перемена» за 2014–2018 гг. (см. таблицу). Надо отметить, что не все из них выходят на текущий момент (конец 2018 года), поскольку некоторые издания закрылись в связи с финансовыми или техническими трудностями (что в целом типично для эмигрантских медиа, средняя продолжительность жизни которых составляет около двух лет).

Относительно географического расположения русскоязычных СМИ можно отметить, что большинство из них расположено в столице, а также в крупных городах – Марселе, Бордо, Монпелье, Ницце, Монако. Вы-

является интересная закономерность: если парижские издания ориентированы на освещение общественно-политической и культурной жизни русской диаспоры за границей,

то в курортном городе Монако, например, в большей степени востребованы туристические журналы и развлекательная «глянцева» пресса.

Название таблицы ??????????

Издание	Периодичность выхода	Учредитель	Тип	Тираж	Тематика
Бреспублика	Ежемесячно	Издательство SARL ExciterGroup	Культурно-познавательный журнал	15000	Культура, история, язык, стиль жизни, мода, гастрономия, культурные события Франции. Каждый номер журнала посвящен определенной теме.
Берег	Ежемесячно	Издательство Cote	Туристический бюллетень	7000	Мода, декор, предметы роскоши, гастрономия, стиль жизни, технические новинки, путешествия. Международное издание, путеводитель по Франции и Швейцарии.
Монако и Лазурный берег	Ежемесячно	Частное лицо	Общественно-политическая газета, экономическое издание, туристический бюллетень	10000	Мнения экспертов в области недвижимости, инвестиций, бухгалтерии, юриспруденции, гастрономии, культуры, спорта, моды, интервью с бизнесменами и выдающимися представителями эмиграции, путеводитель по Лазурному берегу. С 2014 года лучшие материалы выпускаются также в формате журнала-дайджеста.
Перемена	Ежемесячно	Издательство PEREMENA	Глянцевый детский журнал	Сведения о тираже отсутствуют	Журнал для детей и подростков: спорт и здоровый образ жизни, путешествия, история, культура, рассказы современных писателей, конкурсы, игры и загадки
Перспектива	Ежемесячно	Русско-французская ассоциация «Перспектива», при поддержке фонда «Русский мир»	Развлекательный журнал о культуре	3000	Освещение русско-французских отношений, жизни русской диаспоры, русская культура, воспитание детей
Русская зарубежная газета	Ежемесячно	Центр Русского Языка и Культуры	Общественно-политическая газета	Малотиражное издание, точные сведения о тираже отсутствуют	Преимущественно культурные темы: о литературе, искусстве, музыке, религии, а также проблемы образования, политики и экономики
Русская Ривьера / LaRivierarusse	Ежемесячно	Издательский дом RR Editions	Туристический бюллетень	20000	Биографические очерки, гастрономические и винные обзоры, интервью, путешествия, искусство
Русский хор	Несколько раз в год	Набазеассоциации «Amitiés Russe et avec les peuples de l'ex-URSS»	Литературно-художественный и гуманитарный журнал	5000	Проза, стихи, переводы и критические работы
Советник	Ежемесячно	Информация об учредителе отсутствует	Бесплатная газета с объявлениями	Сведения о тираже отсутствуют	Бесплатная газета с объявлениями

Периодичность большинства русскоязычных печатных изданий во Франции – один раз в месяц, причем это касается как глянцевого журнала, для которых такой график выхода выглядит традиционным, так и для общественно-политических изданий и даже газет, которые обычно выбирают еженедельный формат. Единственным исключением из этого правила до недавних пор была газета «Русская мысль», выходящая в Париже каждую неделю. За счет наиболее полного и регулярного освещения всех событий, которые интересуют русскоязычную диаспору Франции, ей удалось стать самым влиятельным изданием в своей информационной нише. Однако со временем изданию был возвращен исторический формат ежемесячного журнала, а редакция переместилась из Франции в Великобританию, поэтому в рамках данной статьи не рассматривается.

Многие русскоязычные СМИ общественно-политической направленности, распространяющиеся на территории Франции, издаются при поддержке различных общественных организаций: русско-французской ассоциации «Перспектива» (выпускающей одноименный журнал), Центра русского языка и культуры (главный печатный орган – «Русская зарубежная газета»). Данный факт подчеркивает некоммерческую направленность этих медиа. В противовес им туристические и развлекательные журналы издаются частными лицами и корпорациями (как русскими или французскими, так и из других стран) и имеют четко выраженную ориентацию на рекламу. В частности, таковы еженедельная газета и журнал-дайджест «Монако и лазурный берег» (учредитель – частное лицо), журнал «5 Республика» (учредитель – издательство SARL Exciter Group), «Русская Ривьера» (учрежден издательским домом RR Editions).

Важно уточнить, что во Франции встречаются также медиапродукты, являющиеся частными изданиями (чаще всего они позиционируют себя как оригинальные авторские проекты), но в то же время придерживающиеся не рекламного, а общественно-политического вектора. Как правило, такого рода издания неконкурентоспособны, выходят с малой периодичностью и небольшими тиражами,

однако не упомянуть о самом факте существования этих СМИ представляется неправильным. В числе самых жизнеспособных медиа этой группы можно, например, назвать портал «Русский очевидец», который позиционирует себя как первая электронная газета Франции на русском языке – авторский проект Елены Якуниной, члена Координационного совета российских соотечественников Франции первого созыва. Популярность издания, существующего с 2009 года, можно объяснить ставкой на эксклюзивные материалы с «человеческим лицом».

Несмотря на не слишком высокую насыщенность информационного поля, у русскоязычных медиа Франции можно выделить тенденцию к сегментации. Так, наряду с уже выделенными выше «классическими» общественно-политическими изданиями и туристическими журналами появляются специализированные СМИ. Например, журнал «Перемена» рассчитан на русскоязычную молодежь Франции. Газета «Монако и лазурный берег», в целом попадая под критерии глянцевого журнала или туристического бюллетеня с большим количеством рекламы, публикует также экономическую информацию, явно ориентируясь на деловые круги эмигрантского сообщества. Журнал «Русский хор» специализируется на публикации русскоязычных стихов, прозы, переводных произведений, а также критических рецензий, продолжая традиции литературоведческих журналов, издаваемых эмигрантами в Париже после революции.

Таким образом, даже на не самом насыщенном конкурентном поле наблюдается стремление создать уникальный тип издания, ориентируясь на определенные круги целевой аудитории. Впрочем, как демонстрируют тиражи русскоязычных изданий во Франции, наиболее востребованными остаются универсальные общественно-политические издания, что выглядит логичным и закономерным.

Анализируя типы эмигрантских русскоязычных печатных изданий во Франции, получаем следующую картину: 40 % рассмотренных газет и журналов, хоть и с некоторыми оговорками, тяготеют к формату общественно-политического издания, 20 % – относятся к туристическим бюллетеням и журналам, 30 % – к специализированным изда-

ниям, 10 % – газета с объявлениями. Полученные цифры подтверждают высказанную гипотезу о доминировании классических общественно-политических изданий (поскольку только они могут в полной мере удовлетворять информационные запросы целевой аудитории), а также о стремлении рынка эмигрантских СМИ к децентрализации, сегментированию. Две эти тенденции на данный момент определяют развитие русскоязычного сегмента средств массовой информации во Франции.

Как ни странно, обычный для эмигрантских СМИ тип информационно-справочных изданий, которые выступают для читателя гидом в правовом и социальном поле чужого государства, во Франции оказался совершенно не востребован. В рассмотренных изданиях практически отсутствует информация о специфике местного законодательства, о льготах и налогообложении, об особенностях системы образования и здравоохранения, зачастую необходимая беженцам и переселенцам. Возможно, это связано со спецификой миграционного законодательства. Эммануэль Марконв первые же дни своего президентства поставил перед правительством задачу борьбы с нелегалами, поэтому получение статуса беженца или вида на жительство для иностранцев стало весьма трудной задачей. Вследствие этого, как правило, в страну на постоянное местожительство переезжают высокообразованные люди, которые в большинстве случаев имеют приглашение на работу от конкретной компании, могут при необходимости получить высококвалифицированную юридическую помощь у специалистов и в подобного рода информационном сопровождении не нуждаются.

Также в информационном пространстве отсутствуют православные издания, а религиозная тематика если и наличествует, то в ограниченном объеме.

В современных печатных русскоязычных СМИ на данный момент преобладают материалы на культурно-образовательные темы: исторические справки о не самых популярных, но потенциально интересных для туристов достопримечательностях, новости о выставках, концертах и других подобных мероприятиях. Освещаются и события мирово-

го уровня, в основном из области политики, деятельности французских деятелей на территории других государств или же новостей бизнеса и финансов. Во многом это происходит из-за того, что значительный пласт аудитории рассматриваемых изданий – не постоянные жители Франции, а туристы, которые нуждаются в подобном развлекательном контенте. Впрочем, даже в гляцевых изданиях представлена не только информация о моде и событиях шоу-бизнеса, но и множество публикаций просветительской тематики, что опять-таки говорит о преобладании культурно-образовательной функции.

В частности, журнал «La Riviera russe / Русская Ривьера» на первый взгляд является типичным представителем группы «гляцевых» изданий – отличаясь высоким полиграфическим качеством, он, казалось бы, навязывает читателю «гламурные» стандарты жизни и агрессивно рекламирует ночные клубы, казино и отели французского побережья, а также внешнюю атрибутику, необходимую для «успешного» человека. Однако необычен выбор респондентов: Владимир Крамник, чемпион мира по шахматам, искусствовед Ольга Медведкова, доктор исторических наук, автор монографии о Василии Кандинском и переводчица произведений А.С. Пушкина; материалы об открытии новых ресторанов перемежаются репортажами с выставок художников-авангардистов, например, Михаила Рогинского. Таким образом, в качестве «иконы стиля», на которую рекомендовано ориентироваться читателю, журнал предлагает представителей не шоу-бизнеса, а интеллектуальной элиты.

Важно отметить, что несмотря на напряженные отношения России и европейских государств, в русских общественно-политических изданиях Франции (в отличие от аналогичных медиапродуктов СМИ Германии и Великобритании, например), как правило, обходятся стороной заведомо конфликтные и провокационные темы (выборы президента РФ, взаимоотношения России и США, выступления российских оппозиционеров, ситуация в Украине, вопрос оккупации Крыма, взаимные санкции). Предпочтение отдается вопросам делового сотрудничества двух государств, а также налаживанию общественных и культур-

ных связей. Большинство русскоязычных СМИ во Франции вне зависимости от характера издания подчеркивают, что важнейшая их миссия – служение русскому языку, следовательно, события рассматриваются в контексте мировых общественных и культурных тенденций. Однако французская пресса иногда позволяет себе некоторые намеки на актуальные события мировой политической арены, причем подает их в весьма саркастичном духе. Примером может служить статья Антона Золотова «Как французы переворот в России устроили» в журнале «5Республика», где не без сарказма рассказывается о деятельности маркиза де ля Шетарди, одного из организаторов дворцового переворота 1741 года, в ходе которого «к власти пришли настоящие патриоты под руководством 31-летней цесаревны Елизаветы Петровны, а ненастоящие – под руководством годовалого Иоанна VI – были с позором изгнаны» [2, с. 34]. В тексте можно разглядеть явный намек на нынешние дискуссии относительно вмешательства в избирательный процесс иностранных государств.

Еще одна особенность французской эмигрантской прессы – оригинальные редакционные материалы зачастую совмещаются с переводами из ведущих французских (и не только) изданий; впрочем, такая ситуация типична для эмигрантской прессы. Во многом это обусловлено целями учредителей: так, русско-французская ассоциация «Перспектива» (издающая одноименный журнал), видит свою миссию в развитии культурного и экономического сотрудничества Франции и России, а также содействии интеграции русскоговорящих во французское общество [4].

Новостным информационным поводом выступают события разного масштаба и уровня – от рядовых происшествий до смены власти и перестановки кадров Франции. Зачастую авторы-журналисты используют жанр заметки или корреспонденции, материалам присуще безэмоциональное изложение фактов. Важная отличительная черта именно французских СМИ на русском языке – обязательные ссылки на достоверный источник информации. Информация, как правило, атрибутирована и достоверна.

Что касается аудитории, то ее уместно поделить на два сегмента: эмигранты и ту-

ристы, причем большинство изданий обращается сразу обеим группам. В частности, газета «Монако и Лазурный берег» определяет своего читателя следующим образом: «С одной стороны газета предназначена для тех, кто живет на юге Франции и хочет иметь свою полноценную прессу на русском языке с достоверной, качественной информацией. На страницах вы найдете мнения местных экспертов в области недвижимости, инвестиций, бухгалтерии, юриспруденции, гастрономии, культуры, спорта, моды. Газета рассказывает о ярких персонажах Лазурного Берега, чей опыт ведения бизнеса, художественные достижения, примеры адаптации в здешних местах будут весьма интересны и полезны новым жителям здешних мест. С другой стороны миллионы русских туристов приезжают в эти благодатные края круглый год и для их внимания предназначены актуальные релизы» [2].

Для общественно-политических изданий необычен подход к освещению тем: большинство медиа акцентирует внимание не на самих событиях (предполагается, что читатель о них уже знает из французских или российских СМИ), а на их осмыслении; комментирование преобладает над информированием. Отчасти это можно объяснить тем, что в эмигрантском французском сообществе выше средний заработок, больший процент богатых людей, которых интересует качественная аналитика. Ставка на аналитичность обуславливает тот факт, что авторами текстов зачастую являются не сами журналисты, а эксперты в какой-либо области: литературоведы, политологи, экономисты и т. д.

В целом же, несмотря на то, что издания эмигрантов ориентированы на специфическую аудиторию, в них демонстрируются похожие на российские типологические модели изданий, так как журналисты-авторы в русскоязычной прессе Франции так или иначе являются представителями культуры двух стран. Для французских медиа вне зависимости от типа издания характерно наличие качественного и оригинального контента, ставка на информационную самостоятельность и отсутствие резких оценочных суждений, что в целом продолжает традиции прессы XX века.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Золотов, А. Как французы переворот в России устроили / А. Золотов // 5Республика. – 2017. – № 16. – С. 34–37.

2. О нас // Монако и лазурный берег. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.rusmonaco.fr/o-proekte/about>. – Загл. с экрана.

3. Отчет общественной инициативы русских Европейского Союза «Европейский русский альянс». – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.eursa.eu/node/88>. – Загл. с экрана.

4. Устав Русско-французской ассоциации «Перспектива» // Русско-французская ассоциация «Перспектива». – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://perspectiva.free.fr/statuts.shtml>. – Загл. с экрана.

5. Caractérisation des flux migratoires en France à partir des statistiques de délivrance de titres de séjour (1998–2013) // l'Institut national d'études démographiques. – Electronic data. – Mode of access: <https://www.ined.fr/fr/tout-savoir-population/chiffres/france/flux-immigration/annee-continent>. – Title from screen.

RUSSIAN-SPEAKING MEDIA IN FRANCE: STRUCTURED AND TYPOLOGY APPROACH

Elena Valerievna Parakhnevich

Candidate of Sciences (Philology),
Senior Lecturer of Department of Russian Philology and Journalism,
Volgograd State University
iryas@volsu.ru
400062, Volgograd, Prosp. Universitetsky, 100

Abstract. The study comprised a sample of nine periodical publications issued in 2014–2018 which are published in Russian. The paper considers the actual state of Russian-speaking media landscape in France, provides the mediatypology and the specific reflection of Russian and global reality in the press.

Key words: Russian-speaking media landscape, Russian-speaking press, media structure, mediatypology.