



Title	フランスの新聞社説のディスコース分析 : 新型コロナウイルス
Author(s)	中尾, 雪絵
Citation	Gallia. 2021, 60, p. 3-12
Version Type	VoR
URL	https://hdl.handle.net/11094/79389
rights	
Note	

The University of Osaka Institutional Knowledge Archive : OUKA

<https://ir.library.osaka-u.ac.jp/>

The University of Osaka

フランスの新聞社説のディスカール分析 —— 新型コロナウイルス ——

中尾 雪絵

はじめに

国内外の新型コロナウイルス感染者の急増を背景に、フランスでは2020年3月から5月にかけて、外出が厳しく制限された。多くの市民が突然の自宅隔離を余儀なくされるという状況下で、インターネットやテレビ、新聞などのメディアは、家の外で起きていることを知るための重要な情報源となった。フランス政府もインターネット上に特設ページを設け、新型コロナウイルスの感染者数などのデータや生活に関する情報を掲載し続けた。ワクチンもなく、未知の要素が多い新型コロナウイルスとの「戦い」は、文字通りの手探り状態であり、それに應えるかのように、ウイルスに関する莫大な量の情報が産出された。

フランスの新聞ル・モンドとル・フィガロは、confinement と呼ばれた外出制限期間中の社説のほとんどを、新型コロナウイルスに費やした。国内の話題から世界の出来事まで、とりあげる具体的な内容は異なっても、共通するテーマに新型コロナウイルスがあった。本稿では、8週間にわたる外出制限期間に発行された両新聞の社説を通し、動揺や疑問、希望など様々な感情に揺れたフランスを読み解くと同時に、両新聞の比較分析を行うことを目的とする。

1. 新聞というメディア

2020年3月12日から16日にかけて相次いで発表された大統領声明や政府発表は、市民生活を制限し、フランス国内におけるウイルスの蔓延を抑え込もうというものだった。それまで国際ニュースとして取り上げられていた中国やイタリアの感染都市の封鎖は、いわば対岸の火事に過ぎなかった。ところが、その厳しい封鎖措置が突如フランスの現実となったのである。医療崩壊を防ぐため、*restez chez vous* (家にいてください) が合言葉のように繰り返される中、何が起きているのか、これからどうなるのかという疑問に應えるかのように、テレビのニュースも新聞も新型コロナウイルス一色となった。新聞の販売は、キオスクで新聞を購入していた人が外へ出られなくなったことから、紙版の売り上げが落ちたが、オンラインでの新聞の閲覧は大幅に増えたという¹⁾。ル・モンドの場合、2019年に比べてオンライン上の閲覧は2倍に増え、電子版の新規購読の申し込みも2020年

1) Fiona Moghaddam, « Presse en confinement : "La victoire définitive du numérique sur le papier" », France Culture, 2020年5月5日, <https://www.franceculture.fr/medias/presse-en-confinement-la-victoire-definitive-du-numerique-sur-le-papier> [2020年8月20日閲覧]

3月だけで8千を数え、トータルで22万5千となった²⁾。また、ル・フィガロは、紙版の無料配布先であった航空会社、ホテル、レストランが新型コロナウイルスの影響を受けたことによって、配布部数を大きく減らしたものの³⁾、電子版の新規購読の申し込みは7000件も増え(2020年3月)、トータルで13万3千となった⁴⁾。外部との接触が限られる中で、インターネットが貴重な情報ライフラインであったこと、そして情報がいかに必要とされたかを裏付ける数字であろう。

2. 社説

本稿の目的は、8週間に及んだ社会生活の制限の記録をフランスの新聞(電子版)の社説(éditorial)に求め、そこに見られる言説を分析するものである。社説は、重い責任を担う記事ジャンルである⁵⁾。ランゴは、新聞記事のジャンルを大きく「情報」(information)と「論評」(commentaire)に分け、前者は事実を客観的に述べるのに対し、後者は主観的であるとす⁶⁾。社説は新聞の顔であり、時事に対する新聞社の立ち位置を表明する場⁷⁾とされる。エルマンとジュフェルによれば、社説はオピニオン系のジャンルの中でも「鑑」的な存在であり、社説を執筆する論説委員も含め、社説は編集部の特権的な立場にある⁸⁾。つまり、社説は何が起きたかを詳細に伝えるのではなく、ある事実に関して、何らかの解釈を加えるという性格を持つ。その意味で、社説はメッセージ性が強い。今回、社説のみをとりあげることにしたのは、「新型コロナウイルス」に関する事実や詳細ではなく、この事態がどうとらえられたのかを追ってみたかったからである。

本稿で取り上げる2紙の社説の特徴を概略的に見ておこう。ル・フィガロ紙の社説は、紙面の第1ページに掲載され、その日の社説の担当者、いわゆる論説委員の名前が毎回記される。紙版では執筆者のメールアドレスも記載されるが、電子版ではメールアドレスはなく、その代わりに紙版にはない執筆者の顔写真が表示される。誰が社説を書いたのかがわかる場合、新聞全体として公式の見解であるか、あくまでも個人の見解であるかという区切りは曖昧である⁹⁾。前述のランゴによると、新聞記者によるブログも、新聞社としての意見を述べているのか、個人の意見を述べているのかという境界線の問題を抱えているという。確かに、ル・フィガロの電子版における社説は、執筆者の名前や顔写真を記載することで、持ち回りで書く新聞社主催のブログのような性格も見せている。本稿で扱った期間(後述)に社説を執筆しているのは、編集主幹をのぞくと8人であった。

2) Chloé Woitier, «Les audiences des médias en ligne restent à des niveaux exceptionnels», *Le Figaro*, 2020年4月28日(電子版)。

3) Fiona Moghaddam, 前掲。

4) Chloé Woitier, 前掲。

5) Yves Agnès, *Manuel de journalisme*, La découverte, 2008, p. 212.

6) Roselyne Ringoot, *Analyser le discours de presse*, Armand Colin, 2014, p. 83.

7) Gilles Gauthier, «La prise de position éditoriale», *Communication*, 25/1, 2006, <http://journals.openedition.org/communication/1647> [2020年8月16日閲覧]

8) Thierry Herman et Nicole Jufer «L'éditorial, "vitrine idéologique du journal" ?», *SEMEN*, 13 (Genre de la presse écrite et analyse de discours), 2000(2), pp. 135-136.

9) Michel Voïrol, *Guide de la rédaction*, Victoires Editions, 2006, p. 62.

ル・フィガロの社説には、紙版と電子版とでテキストのレイアウトにも違いがある。紙面では、タイトルのほかに見出しも入るが、電子版では見出しはなく、タイトルに上位カテゴリー的なものが加えられることもある¹⁰⁾。社説の文字数はほぼ一定で、本稿でとりあげた2020年の3月から5月にかけての社説の平均的な分量は335語であった(3月15日の編集主幹による長文のテキストは除く)。

ル・フィガロの社説と比べると、ル・モンド紙の社説は、紙版の掲載ページやレイアウトに様々な違いがある。ル・モンドの社説は、最終ページに掲載され、執筆者の名前は記されない。無記名であるのは、電子版も同様である。誰が書いたのかわからない場合、社説は新聞社を代表するものであり、社としての公式な見解という性格を強める。つまり、個性を競う場ではないということになる。なお、本稿でとりあげた期間においては例外が一度あった。それは3月16日の社説で、編集主幹の名前が入った長文のテキストであった。大統領の声明が出て数日後に発表されていることから、ル・モンドとしての公式かつ重要な見解を表明した例外といえるだろう。同様に、ル・フィガロも、3月15日に編集主幹による長文の社説を発表している。

ル・モンドのテキストレイアウトに関して、電子版では、内容の要約がタイトルの後、本文の前に付加されるほか、数段落ごとに見出しが入るが、紙版ではこれらがない。ル・モンド紙の社説の平均的な文字数は、ル・フィガロ紙よりも多い562語であった(3月15日の編集主幹による長文のテキストは除く)。なお、ル・モンド紙は夕刊としての発行のため、発行日に翌日の日付を入れる(週末は、土曜日に月曜日の日付を入れて発行される)が、本稿では紙面上の日付ではなく、電子版上に掲載された日付を用いている。

3. 新聞記事のコーパス分析

新聞の言語分析においては、コーパスが広く使われている。前述のエルマンとジュフェルは、複数の新聞の社説の掲載ページの変遷や、論説中の「我々」とは誰なのかといった主語の問題を論じている¹¹⁾。また、ゴーチエはケベックの複数の新聞の社説を分析し、「論拠」と「意見」がテキストに占める割合の大きいことを明らかにしている¹²⁾。いずれも新聞をコーパスとして用いている。

本稿では、フランスのル・モンドとル・フィガロの2紙の電子版の社説を集めた。期間は2020年の3月12日から5月11日である。ル・モンドの社説のうち、7日分を除いたすべてが、新型コロナウイルスを直接的な話題としていた。新型コロナウイルス以外の話題はアメリカの大統領選挙(4月10日)、香港(4月21日)やイスラエル(4月22日)の状況、世界の石油をめぐる混乱(4月24日)などで、4月の後半に集中している。これは、外出禁止措置が軌道に乗り、感染状況が落ち着き始めた時期とも重なっている。これに対して、ル・フィガロの社説

10) 例えば2020年7月30日の社説のタイトルは紙面では«Prudence et bon sens»だが、電子版では«Vacances et Covid-19: "Prudence et bon sens"»となっている。

11) Thierry Herman et Nicole Jufer, 前掲。

12) Chloé Woitier, 前掲。

は、ほとんどすべてが新型コロナウイルス関連のテーマとなっている。ただし、4月20日と5月5日の社説は、コロナウイルスが関連しつつも、話題の中心はフランスの行政システムや政府を批判する内容となっている。社説が、その日の重大な出来事の中から一つを抽出して執筆されるのだとすると¹³⁾、新型コロナウイルスがこれほど多く社説のテーマに選ばれ続けたという事実は、この時期のフランス社会の関心が、この新しいウイルスに集中していたことをよく表している。

4-1. 新型コロナウイルスをめぐる表現

日本では「新型コロナウイルス」の名称が広く使われているが、世界保健機関はCovid-19を病名とし、SARS-CoV-2をウイルス名としている。2紙の社説で使われていた名称は、この二つにcoronavirusを加えた3種類である。Coronavirusは、正式には総称であって、今回の「新型コロナウイルス」のみを指す名称ではないが、フランス語では新型コロナウイルスを指して、広く使われている。それぞれの社説の標準文字数が異なるうえ、人称代名詞に置き換わっていることもあるため、語が何回使われているかといった数量の比較は意味を成さないが、頻度に着目すると、明確な違いが見えてくる。ル・モンドの社説はCovid-19とcoronavirusをほぼ同頻度で使っているが、ル・フィガロでは、ほとんどの場合がcoronavirusであった。ウイルス名であるSARS-CoV-2に関しては使用頻度が少なく、ル・モンドで2回使われているのみで、ル・フィガロでは一度も出てこない。なお、2020年3月13日の大統領声明ではCovid-19のみが使われ、coronavirusは使われていない。

次に、新型コロナウイルスがどのように形容されているかを見ていくと、自然現象との結びつきが目につく。以下の引用では、波(vague)や風(bourrasque, un vent mauvais)、地震(séisme)などが使われている(下線は筆者による。以下同様)。

- ・「押し寄せる伝染病の『波』」(ル・フィガロ、2020年3月27日)
- ・「突風の最中であって、世界が息をひそめている。たちの悪い風は中国で起こった。その風が、ミラノ、マドリッド、ロンドン、ニューヨーク、パリで吹き荒れている」(ル・フィガロ、2020年3月31日)
- ・「Covid-19が引き起こした地球規模の地震」(ル・モンド、2020年4月15日)

これら以外に「この世界的な災禍」(ce fléau mondial)といった語も使われていた(ル・モンド、2020年4月25日)。モワランは、1990年代に起こった狂牛病をめぐる新聞のディスクール分析を行い、専門用語を含む難解な説明が、よりわかりやすく言い換えられ、crise, affaire, scandale, fléau, catastrophe, saga, feuilletonなどの貶下的な語や、情動的な負荷の大きい語への言い換えも多く使われている

13) Thierry Herman et Nicole Jufer, 前掲, p. 137.

ことを述べている¹⁴⁾。現在進行中の出来事を扱う場合、こうしたドラマチックな語彙は、読者の関心と呼ぶことにもなる。自然現象以外では、ウイルスの擬人化が多くみられた。ル・フィガロ（2020年4月22日）は、雄牛（taureau）のイメージをウイルスに重ね、「彼ら（＝ギリシャとポルトガル）は、雄牛の角をすばやくつかみ、国民を守り、マスクをさせ、PCRテストを受けさせた」と描写し、暴れまわるウイルスを抑え込むイメージを想起させている。このほか、以下の引用では、新型コロナウイルスが破壊や攻撃の主導権を握ったかのように描写されている。

- ・「腹黒く予測不能な新型コロナウイルスの不意打ちは止まるところを知らない」（ル・モンド、2020年4月7日）
- ・「Covid-19は、フランスの社会的不平等をも暴いている」（ル・モンド、2020年4月13日）
- ・「どうやら、新型コロナウイルスは、平等の精神への伝説的なまでの愛着も含め、フランスを壊してしまうようだ」（ル・フィガロ4月28日）

比喩的な表現や擬人化は、新型コロナウイルスの獐猛なイメージを想起させるだけでなく、その存在によって混乱する人間社会を鮮明にする。

4-2. ウイルスとの「戦い」

3月12日木曜日の夜、新型コロナウイルスの感染状況について、マクロン大統領の最初の声明が、フランスのテレビを通じて放送された。この声明では、感染拡大を抑え込むことが喫緊の課題であるとして、人との接触を避けることが奨励されたほか、幼稚園から大学までの教育機関の休校措置をとることなどが発表された。大統領は「我々は戦いの最中にある」（nous sommes en guerre）と述べ、外出制限の重要性を guerre や combat といった強い比喩で表現した。これを受けて、ル・モンドの社説も「戦い」（combat）、「試練」（épreuve）、「直撃する」（frapper）、「死亡者数」（nombre de décès）などの語彙を用いている。

大統領は、いくつもの厳しい対策を発表した。中でも、月曜日から始まるすべての保育園、学校、大学の休校は、フランスがこれまで経験したことのない戦いの段階に入ったことを意味するものである。（…）これは生命に関わる試練であり、その試練の長さや影響は公衆衛生、経済、社会にまで及ぶ厳しいものである。すでに緊迫した状況にある医療体制を巻き込み、ここ数年崩壊しつづけている国を直撃する。死亡者数が増えれば、国としてのまとまりも危うくなる。（ル・モンド、2020年3月13日）

ル・フィガロの社説も大統領が用いた語彙「試練」（épreuve）を引き継ぐが、

14) Sophie Moirand, *Les discours de la presse quotidienne*, PUF, 2007, p. 53.

その論調は風刺的である。

この試練は一人一人に向けられると同時に、全体にも向けられている。木曜日の夜に発表された民族精神と福祉国家の美德に捧げる叙情詩の中で、エマニュエル・マクロンは「一人一人に果たすべき役割がある」と述べた。どれだけ犠牲を払おうとも、一人はみんなのために、みんなは一人のためにというわけである。(ル・フィガロ、2020年3月13日)

この引用では、大統領声明は「叙情詩」(ode)と形容され、「詩人」エマニュエル・マクロンを引き立たせるかのように、大統領という肩書も使われていない。アレクサンドル・デュマの『三銃士』の有名な一節「一人はみんなのために、みんなは一人のために」(Un pour tous, tous pour un)は、この日の社説のタイトルにもなっている。テキスト全体に、大統領の声明内容を現実のことと受け止めきれない狼狽のようなものが読み取れる。

大統領声明から2日後の3月14日、エドゥアール・フィリップ首相は同日24時をもってレストランやカフェ、映画館、食料品以外の商店を閉鎖すると発表した。しかし、直後の日曜日には、天候がよかったこともあり、多くの市民が平時と同じように公園などに集まる様子がテレビのニュースなどで繰り返し映し出された。新型コロナウイルスと戦うと宣言した政府も、15日の日曜日に予定されていた市町村議会選の第一回投票を延期することなく実行したために批判にさらされ、「戦い」への足並みは早くも乱れた。

全体を通して、ル・フィガロの社説は、「ウイルスとの戦い」という状況設定にはあまり執着せず、関連する語彙も少ない。これに対し、ル・モンドは combat や lutte といった「戦い」に類した語彙が5月になっても使われ続けた。その視線は、国内だけでなく、外国の状況にも向けられ、コロナウイルスとの「戦い」が世界中を巻き込んだ大事であることが読者にも伝わってくるのである。

4-3. 自宅隔離をめぐる表現

ル・フィガロの社説には文学の引用が多いが、3月12日の大統領声明直後の13日付の社説に「寓話も言うように、幸せに暮らすためには、姿を隠して暮らそう…」という一節がある。これは18世紀のジャンピエール・クラリス・ド・フロリアンの寓話「こおろぎ」(Le Grillon)からの引用である。草むらにひっそりと生きるこおろぎは、空を舞う蝶をうらやんでいたが、子どもたちが蝶をつかまえてしまうのを目撃し、「幸せに暮らすためには、隠れて生きよう」と自分の運命を受け入れる物語である¹⁵⁾。「幸せのために隠れて生きる」は、自宅隔離措置に突入するフランス社会への励ましであろうか。同じ社説では、自宅隔離を「トンネル」とも呼んでいるが、ここでも悲観的な様子は見られない。

15) Florian, *Fables*, Centre international d'étude du XVIII^e siècle, 2005, p. 164-165.

少しの規律と、いくらかの犠牲はあるが、トンネルの出口はたどり着けないほど遠いわけではない。やってみる価値はある。この世の終わりではない。(ル・フィガロ、3月13日)

週明けの3月16日、状況はより厳しくなっていく。大統領が2度目の声明を発表し、翌17日正午からの買い物や運動、通院・通勤などを除く外出を罰則付きで制限するとした。EU・シェンゲン圏の閉鎖、EU外の国との移動の停止や、市町村議会選の第2回投票の延期も発表された。

投票用紙記入所から隔離へ。やっただ！(…)前のように暮らせないということのエマニュエル・マクロンが理解するのにどれだけ時間を無駄にしたことだろう。2週間前、彼は観劇に出かけて、その逆を主張していたのだから。疫病災害を防ぐための唯一の解決策として、家にいなければならなかったのに。これまでと違う生き方を学ばなければならない。ハイパーコネクションの時代、世界の終わりではない。この試練においては、高齢者をこれまでに以上に助けなければならない。(ル・フィガロ、2020年3月16日)

選挙の延期と外出制限の強化を受け、ル・フィガロの社説は「投票用紙記入所から隔離へ」(De l'isoloir à l'isolement)と表現している。言葉遊び的な調子で *isoloir* と *isolement* を使い、全体にほっとしたような空気も読み取れる。外出禁止についても「世界の終わりではない」(ce n'est pas la fin du monde)と3月13日の社説と同じ表現を繰り返している(同じ論説委員が執筆している)。ただし、今回は高齢者への配慮を語るなど、より現実的な視点も加わっている。

外出を自宅から1キロの範囲に限り、政府発行の証明を携帯するなど、厳しい外出制限を設けた自宅隔離は *confinement* と呼ばれ、この語は社説に繰り返し登場する。ル・フィガロの社説は、自宅隔離生活を、ウイルスとの戦いにおける「我々の武器¹⁶⁾」と形容し、肯定的に受け入れている(2020年3月19日)。また、3月17日のル・フィガロの社説は「あなたの家へようこそ」(Bienvenue chez vous)というタイトルで、「隔離生活」を次のように取り上げている。

今後こそ、私たちもあなたも、自宅にいる。隔離である。受刑者である。戦争なのだ。(…)行動の仕方も変わり、姿勢、新しい習慣が出てくるだろう。最初にしなければならないのは、自分の時間を持つ(あるいは取り戻す)ことである。話したり、見たり、聞いたりする時間。これから始まる閉じられた空間の中で日の目を見るのは、これまで忘れてきた、シンプルな動作だ。読む、書く、日曜大工をする、ピアノをひく、料理をする、そして考えたりするのも悪くない。(ル・フィガロ、2020年3月17日)

16) « Dans cette « drôle » de guerre, quelles sont nos armes ? Le confinement, c'est entendu. »

自宅に閉じこもらなければならないという新しい生活への戸惑いは、読者だけではなく、記者自身の経験でもあることを、私たち (nous) とあなたたち (vous) という言葉の配置が示しているように思われる。また、読者と書き手を同じフィールドに見出すことで、より読者へ寄り添う姿勢が鮮明となる。こうした距離の近さは、ル・モンドではほとんど見つけることができない¹⁷⁾。

上記の引用では、「隔離」(Confinés)、「受刑者」(Prisonniers)、「戦争」(C'est la guerre) といった、穏やかな日常とは異なる特異な状況を強調する語彙が多用されている。その一方で、読者に向けて提案される「シンプルな動作」(gestes simples) は、読書や料理、日曜大工など、むしろ穏やかな日常を象徴するようなものばかりである。この不思議なコントラストは、しかし嵐の前の静けさだったのかもしれない。というのも、当初、「少なくとも2週間」とされた自宅隔離は、何度か延長され、最終的に約2ヶ月に及んだからである。社説では、様々な表現が長引く自宅隔離を描写している。

- ・「めいめいが自宅にいるという試練」(ル・モンド、2020年4月11日)
- ・「この時間の停止状態、自分の存在の停止状態」(ル・フィガロ、2020年4月13日)
- ・「1ヶ月の努力」(ル・フィガロ、2020年4月13日)
- ・「1ヶ月の間自宅に閉じ込められ」(ル・モンド、2020年4月14日)
- ・「この無限の隔離生活」(ル・フィガロ、2020年4月17日)
- ・「8週間の犠牲」(ル・フィガロ、2020年5月3日)
- ・「2ヶ月もの終わりのなき期間、クロッシュの下に閉じ込められ」(ル・フィガロ、2020年5月11日)
- ・「つらい自宅隔離期間」(ル・モンド、2020年5月11日)

自宅隔離と自宅から1キロの範囲に限られた外出制限を形容するのは「試練」(épreuve)、「努力」(efforts)、「犠牲」(sacrifice)、「停止状態」(suspension)、「閉め切った状態」(huis-clos) といった名詞や、「無限の」(infini)、「終わりのなき」(interminable)、「つらい」(éprouvant) などの形容詞、「閉じ込められる」(«bloqués», «mise [sous cloche]») といった動詞と、「1カ月」「2カ月」「8週間」など実際に続いた時間の記述である。

社説の中には、オンラインコンサートなどの文化的な要素に救いを見出そうというものもあれば、毎晩8時に市民が窓際で医療従事者に送った拍手を称えるものもあった。しかし、全体にはネガティブな記述が多かった。

4-4. 外出制限の緩和と政治不信をめぐる表現

Confinementに「分離」を表す接頭辞 dé-をつけた déconfinement ということばがコーパス内で最初に使われるのは、ル・フィガロでは4月2日、ル・モンドが

17) 例えば、ル・フィガロにおいては nous の使用頻度がル・モンドに比べて格段に多い。

4月3日である。本格的な自宅隔離が始まってから約2週間後のことであり、結果として自宅隔離が2カ月続いたことを思えば、かなり早い時期であった。ル・モンドの社説（2020年4月13日）は、自宅隔離を終えること（déconfiner）について、「第二次世界大戦の終結以来、政府が実施する中でももっとも難易度の高い作戦となるだろう」と大戦を引き合いに、事の重大さを表している。同日、マクロン大統領の4度目の声明が発表され、自宅隔離の終了日、すなわち外出制限の緩和の開始日が5月11日となることが予告された。これ以降、5月11日は希望の日付となる。

夜明けの光はまだ遠いが、夜の闇は前ほど暗くない。(…) 遠くで、落ち着きを取り戻した病院の小さな光、見出された自由の小さな光が揺らめいている。(ル・フィガロ、2020年4月13日)

だが、完全なる緩和を期待することはできなかった。「今フランス人の視線は5月11日へと注がれている。ただし、いつ爆発するかわからないという、これまでとは違ったコンテキストである」(ル・フィガロ、2020年4月19日)。5月11日が近づいた5月8日、ル・モンドの社説も本格的な制限緩和は6月2日であるとしたうえで「それまでは、だれもが新たな感染拡大を起こさないよう気をつけながら、卵の上を歩くわけである」と述べている。

いわゆる第二波の到来への危惧に加え、ル・フィガロもル・モンドもマクロン政権の疾病対策を厳しく批判し続けた。ル・モンドの社説は、外出を控えることを呼び掛けながら強行された選挙を繰り返す話題にしている。またマスクの十分なストックがなかったことや、マスクの必要性についての議論が二転三転したこと、PCR検査体制が十分でなかったことなども2紙の社説で何度も取り上げられた。ル・フィガロの社説はマクロン大統領の政策を比喩的なイメージや、文学的なイメージを盛り込みながら風刺する。

(大統領は失った信頼を) 取り戻そうと色々試みてはいるが、無秩序なために、流砂ようになってしまっている。じっとしていれば砂に飲まれてしまうし、あがけばやはり砂に飲まれてしまう。(ル・フィガロ、2020年5月5日)

ヴォルテールの国で、カフカが王になっている。(ル・フィガロ、2020年5月6日)

ル・フィガロが流砂にもがく大統領、カフカの世界と比喩された政権を描くのと同様に、ル・モンドの社説は、大統領や政府のあるべき姿を描写する。

よい結果をもたらすためには、エマニュエル・マクロンと政府は他の国で結果を出した経験にインスピレーションを得るべきであるし、決定事項を変更

することも恐れてはならない（…）。彼らはまた、医療責任者やフランス人が投げかける問いに明解に答えるべきである。真実のスピーチだけが信頼を回復させることができる。これは、コロナウイルスに対する共通の戦いに必要不可欠なことである。（ル・モンド、2020年4月13日）

前述のエルマンとジュフェルは、社説を書く論説委員には、国の指導者たち（les dirigeants des Etats）へ向けた意見の構築者という役割があることを指摘している¹⁸⁾。あるべき姿を *devoir* を用いて提言するル・モンドの社説は、現状として存在しない図式を描いているという点で強い警告となっている。

5. まとめ

本稿では、新型コロナウイルスをテーマに、外出が厳しく制限された期間のル・フィガロとル・モンドの社説の言説を様々な視点から検討してきた。両紙の社説には、それぞれのスタイルの違いがはっきりと表れている。ル・モンドはニュートラルな文体が多く、人称代名詞の *nous* が使われることもそれほど多くはない。例えば、自宅隔離が始まったとき、ル・モンドの社説は、出かけるときに証明書が必要であることや、外出制限に関する罰金の金額などの実際的な情報を要約して掲載している（2020年3月17日）。読者が必要とするであろう情報を的確に提供しながらも、読者と社説の間には一定の距離が保たれている印象である。これに対し、ル・フィガロの社説は読者に語りかけるような距離の近さが感じられる。

これには、社説の扱い方の違いも大きく関係しているのではないと思われる。先にも述べたように、ル・フィガロの社説は執筆者の名前を冠して発表される。このため、執筆者の個性を前面に出し、リレー形式の随筆のようなスタイルとなる。これに対し、ル・モンドの社説は無記名であり、社説としての統一性を考えれば、見えない執筆者の個性を見せることが目的とならないことは明白である。この違いは、社説の文体にも表れている。ル・フィガロの社説には、文学からの引用が多く、それが風刺的な描写や絵画的で主観的なイメージを作り出している。これに対し、ル・モンドの社説では、文学の引用は皆無ではないにせよ、きわめて少なく、全体的に抑制された、客観的な文体である。

伝統ある両新聞の歴史の中で、新型コロナウイルスがどれくらいの位置を占めることになるのかを知るには、もう少し年数を待たねばならないだろう。しかし、今回コーパスとした社説からはフランス社会が総出でくぐり抜けた特異な状況が生々しく伝わってくる。少なくとも、自宅隔離という期間に執筆された社説及び関連するすべての記事が、世界中を巻き込んだ疾病の記録となるであろうことは、まぎれもない事実である。

（ナント大学外国語外国文化学部専任講師）

18) Thierry Herman et Nicole Jufer, 前掲, p. 159.