

УДК 070:316.776.4+342.843.2(44)

DOI: 10.26456/vtfilol/2022.3.179

## ПРЕДВЫБОРНАЯ ПОЛИТИЧЕСКАЯ КОММУНИКАЦИЯ ВО ФРАНЦИИ В 2022 ГОДУ

А. Б. Бушев

Тверской государственный университет, г. Тверь

В статье рассматривается предвыборная политическая коммуникация во Франции в 2022 году. Материал для изучения представлен дискурсами традиционных и новейших медиа. Методологией анализа является авторская теория рамочного анализа дискурса. Выводы связаны со значимой ролью новейших медиа в современной предвыборной коммуникации и успешностью политических стратегий центра.

*Ключевые слова:* выборы, политическая коммуникация, новейшие медиа, рамочная теория анализа дискурса.

Материал для изучения предвыборного дискурса представлен в современных традиционных и новейших масс-медиа. В предвыборном дискурсе преломляется, как известно, вся политическая повестка дня [7]. Выборы привлекают внимание как на государственном, так и на научном и повседневно-социологическом уровне [3; 4;]. В качестве методологии анализа нами апробирована авторская методика анализа дискурса: при анализе применены рамки анализа [2].

### Рамка анализа коммуникаторов и целевых аудиторий

Сама личность кандидата носит символический, знаковый характер. Здесь мы наблюдаем работу таких техник формирования имиджа, как позиционирование, формат, мифологизация, метафоризация, дистанцирование, вербализация, детализация, отстройка и т.д.

В этом отношении показателен кандидат-социалист Меланшон. Его имиджевые характеристики прослеживаются в рекламном клипе, записанным им в своей библиотеке и даже в визуальных средствах на стене библиотеки – фото с Эйфелевой башней, рабочим символизируют социализм, веру в талант французского народа и т.д.: <https://www.youtube.com/watch?v=kLvEVQYSmhg>

Имидж кандидата Э. Макрона, занимающего официальный пост, вершится при помощи пресс-службы и имиджа государственной деятельности в целом: <https://www.elysee.fr/ecrire-au-president-de-la-republique/>

На официальном сайте освещается текущая деятельность президента, есть возможность написать президенту, узнать о президенте, про-

---

© Бушев А. Б., 2022

следить за его действиями, позициями, высказываниями в социальных сетях. Его деятельность также освещается всей крупной французской прессой, например: <https://www.linternaute.com/actualite/politique/2498313-discours-d-emmanuel-macron-des-allocutions-sur-la-guerre-et-sa-candidature/>

Можно обсуждать отдельные целевые аудитории кампании – какова поддержка Макрона среди левоцентристов, правоцентристов. Так, его штабом ставилась задача «вызвать симпатии простых людей». Макрону необходимо было избавиться от имиджа, что он – президент богатых, это же порождало впечатление от его трудовых и налоговых реформ. Рискованным шагом представлялся и скандал с консалтинговой фирмой Мак Кинси: Макрона упрекали в том, что неприлично платить частным консультантам. Первое публичное появление этого кандидата на камерах произошло уже на поздних этапах борьбы: <https://www.youtube.com/watch?v=9g7w-vnQr8A>

Поддержка кандидата, как известно, объясняется «заразительностью» его идеи и его личности. Политик оценивается и по индивидуальным свойствам, так и как представитель определенной политической силы [1]. Так, во Франции существуют устойчивые представления, чего ждать от левых и правых политиков [8; 9]. Сложнее с центристами. Так, показательный пример представлял собой действующий президент Э. Макрон в недавнем прошлом на президентских выборах во Франции в 2017 году: его идеи увеличения минимального оклада, расширения услуг государственной медицинской страховки, увеличение числа учителей и полицейских, инвестиции в сельское хозяйство явно восходили к левой политике, а либерализация рынка труда, отмены пенсионных льгот для госслужащих, снижение налогового бремени для наиболее обеспеченных граждан, упразднение большого количества бюджетных мест, последовательное снижение дефицита госбюджета явно черпали свое обоснование в правой политике. Сегодня на президента Макрона уже работает его послужной список. Макрон зарекомендовал себя как еврофил и атлантист, рыночник, сторонник политики открытых дверей для иммигрантов, борец с терроризмом, сторонник увеличения оборонного бюджета, борец с «жёлтыми жилетами».

### **Фактографическая рамка анализа дискурса**

Это первая рамка любого дискурс-анализа. Здесь мы отвечаем на вопрос, какие факты вызвали к жизни именно такой дискурс. Так, внешнеполитическая повестка выборов 2022 года оттеснила даже гнев французов по поводу удорожания жизни.

### **Рамка анализа языкового материала**

Рамка анализа языковой коммуникации без труда выявляет штампы, клише, речевые стереотипы, эвфемизмы, избитые метафоры и эпи-

теты, оценочные коннотации, неясность терминов, перенасыщенность (включаемую нами в семантико-синтаксическое явление сверхсатиации), определенные риторические приемы.

Концовка знаменитой речи Меланшона – видение новой Франции полна риторических приемов прежде всего обращения к собеседнику, его этосу. Речь этого политика перед миллионной аудиторией накануне первого тура, произведшая на автора статьи сильное впечатление, полна параллелизмов, обращений, повторов, выстроена как риторическое произведение-увещевание:

*La France n'est rien sans son peuple, le peuple est tout, mais vous n'aurez rien du tout, si vous ne faites rien, vous n'aurez rien du tout, si vous laissez aller, vous devez porter haut et fort, comme un projet pour le futur, ce qui pour l'instant n'est qu'un slogan sur une affiche. Un autre monde est possible, dans l'univers entier. Si les Français décident de changer la route de leur patrie, de nouveau nous serons entendus. **La France, dans ces conditions, a un message à porter, elle le portera si elle montre l'exemple, si, par ses choix de gouvernement, par les choix de son assemblée, elle ouvre un nouveau chemin et qu'elle montre qu'il est praticable, qu'il est juste et qu'il fonctionne. Voilà la France, voilà celle que nous voulons. Écoutez les gens, avec un bulletin de vote, on peut régler tellement de choses, on peut lancer un tel appel au monde. Il faut que tout change. J'y suis prêt. Nos équipes y sont prêtes. Écoutez la grandeur de la France, qui s'exprimera si vous le voulez telle qu'elle est. Vive la France et surtout vive la République !***

#### **Рамка креолизованной коммуникации**

эта часть дискурса представлена иллюстрациями, плакатами, карикатурами, мемами и другими текстами, комбинирующими вербальные и визуальные языки. Показательно, как оформлены материалы политика, в чем его фирменный стиль. Обратим внимание, что материалы ультраправого кандидата Марин Ле Пен несут логотип *M la France*.

На это же работает телепередача «Куклы» – «Жиньоль»: [https://www.youtube.com/watch?v=h\\_9QbAbC1Bk](https://www.youtube.com/watch?v=h_9QbAbC1Bk)

#### **Рамка анализа ценностей**

Исследование политического предвыборного дискурса высвечивает базовые ценности нации, которые воплощены в такого рода дискурсе. Ценности относят как к объективным, так и субъективным факторам дискурса – это то, чего мы желаем желать

Например, ценность «работа, труд» представлены в ролике, в котором сторонники Меланшона призывает голосовать за него: [https://www.youtube.com/watch?v=X-yAvTVaMIE&list=PLnAm9o\\_Xn\\_3DTuJJpekprYLVe2RtPv1gN&index=2](https://www.youtube.com/watch?v=X-yAvTVaMIE&list=PLnAm9o_Xn_3DTuJJpekprYLVe2RtPv1gN&index=2)

### **Рамка анализа тематизма аргументации**

Для предвыборных дебатов характерен тематизм – порядка тридцати-сорока актуальных для общества тем, по которым партия в своей программе дает четкий ответ.

Показательно, как кандидат отвечает на все вопросы повестки дня: <https://www.youtube.com/watch?v=L0Jwhi5pBtI>

### **Рамка риторических стратегий**

В своих исследованиях мы выделяем на основе анализа публицистических материалов о дебатах некоторые вербальные стратегии дебатирования (отрицание, косвенное и прямое обвинение, насмешка, нападки, инсинуации, сравнения, арсенал аргументации, в том числе морального и ценностного характера). Таким образом, политики, в первую очередь, обращаются к эмоциональной и экспрессивной стороне высказывания, нежели к объективности и правдивости доносимой информации [6; 5]. Все речи характеризует гипероценочность.

### **Рамка перформансной коммуникации**

В данной рамке анализа нас интересуют действия, часто символические – демонстрации и т.д. Обсуждение результатов первого тура происходит в прямом эфире: <https://www.youtube.com/watch?v=5wH2708mEY8>

Или показателен, например, необычный голографический клип «Весна людей», рассчитанный на Интернет-аудиорию: <https://www.youtube.com/watch?v=CQKLVH5k6AE>

### **Рамка использования виртуальной коммуникации сетевые форматы коммуникации официальных лиц**

Значима роль сетевых коммуникаций. Обратим внимание на то, как качественно исполнены электронные материалы Марин Ле Пен – и ее сайт, и видео, и ю-туб канал в целом.

### **Выводы**

Применяемые рамки анализа позволяют говорить о языковых, дискурсивно-аргументативных, неязыковых и коммуникативных особенностях исследуемого дискурса.

### **Список литературы**

1. Бушев А.Б. Политическая коммуникативистика: становление междисциплинарной парадигмы исследований в России // Филологические науки. Научные доклады высшей школы. 2018. № 1. С. 33–44.
2. Бушев А.Б. Дискурс-анализ: теория рамочного анализа // Филологические науки. Научные доклады высшей школы. 2021. № 5. С. 13–21.
3. Amossy R., Koren R. Argumentation et discours politique // Mots (Journal officiel, n° 100, 6 décembre 1990). P. 13–21.

4. Amossy R. L'ethos au carrefour des disciplines. Rhétorique, pragmatique, sociologie des champs, Images de soi dans le discours. La construction de l'ethos, Lausanne. Delachaux & Niestlé, 1999. P. 125–154.
5. Kenza C.M. Discours politique relatif à l'aménagement linguistique en France (1997–2002). Université Sorbonne nouvelle – Paris 3 école doctorale 268 Langage et langues: Description, théorisation, transmission Paris. 2009. 490 p.
6. Charaudeau P. L'argumentation dans une problématique d'influence. Analyse du discours et argumentation, no 1, en ligne [Электронный ресурс]. URL : [http://www.tau.ac.il/~adarr/index\\_files/revue.html](http://www.tau.ac.il/~adarr/index_files/revue.html) (дата обращения: 13/06/2022).
7. Xiaoming M. Mécanisme discursif du discours politique: Analyse sémantique des discours électoraux de Marine le Penn Université de Paris – Sorbonne (Parisiv). ENA Paris. 2016. 480 p.
8. Windisch U. L'argumentation politique. Un phénomène social total // Année sociologique. 1995. Vol. 45. No 2. P. 59–82.
9. Windisch U., Amey P., Grétilat F. Communication et argumentation politiques quotidiennes en démocratie directe // Hermès. 1995. No 16. P. 57–72.

## ELECTIONEERING IN PRESIDENTIAL ELECTIONS FRANCE IN 2022

**A. B. Boushev**

Tver State University, Tver

The paper dwells on election political communication in presidential elections in France in 2022, the material under study being discourse of traditional and newest media. The methodology of analysis is based upon the author's theory of frames of discourse analysis. The results shed light upon strategic importance of new media in election campaigns and success of political strategies of centrism in politics.

**Keywords:** *elections, political communication, new media, frames of discourse analysis.*

*Об авторе:*

БУШЕВ Александр Борисович – доктор филологических наук, профессор кафедры журналистики, рекламы и связей с общественностью Тверского государственного университета (170100, г. Тверь, ул. Желябова, 33), e-mail: Bushev.AB@tversu.ru.

*About the author:*

BOUSHEV Aleksandr Borisovich – Doctor of Philology, Professor at the Department of Journalism, Advertising and Public Relations, Tver State University (170100, Tver, Zhelyabov str., 33), e-mail: Bushev.AB@tversu.ru.

Дата поступления рукописи в редакцию: 09.08.2022 г.

Дата подписания в печать: 02.09.2022 г.