

Секция «Журналистика»

Освещение президентской кампании Николя Саркози (на страницах французской газеты «Le Figaro»)

Панин Антон Леонидович

Студент

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Факультет

журналистики, Москва, Россия

E-mail: paninleo@yandex.ru

Во Франции приближается первый тур президентских выборов, который состоится 22 апреля. Каждый из кандидатов в президенты выбирает свою тактику: одни прибегают к громким популистским обещаниям, другие высказываются весьма решительно.

Но из всех кандидатов имеют наибольшие шансы на президентский пост только четверо: президент партии «Национальный фронт» **Марин Ле Пен**, лидер правоцентристской партии MoDem (Демократическое движение) **Франсуа Байру**, первый секретарь Социалистической партии Франции **Франсуа Олланд** и **Николя Саркози** – действующий президент Франции и лидер правящей партии UMP («Союз за народное движение»). Объектом моего исследования стало освещение предвыборной кампании президента на страницах одной из ведущих центральных французских газет правой ориентации – «Фигаро».

Мы будем отслеживать публикации с 15 февраля по 22 апреля 2012 года в связи с тем, что Николя Саркози только 15 февраля выдвинул свою кандидатуру на второй срок. В этот день президент Франции открыл свой аккаунт в твиттере и заявил на телеканале TF1 о выдвижении своей кандидатуры на новый срок. Французская общественность давно ждала официального заявления от Саркози. А «Фигаро» только подогрела интерес читателей к наиболее популярным темам.

Анализируя статьи на такие темы, как усиливающееся противостояние Олланд-Саркози от политических программ до слоганов и плейлистов; визит президента на сельскохозяйственную выставку, сравнение процентных показателей еженедельных социологических опросов; предлагаю обратить внимание на особенности языка и характер подачи информации. Например, в статье «Sarkozy, c'est parti!» употребляются устойчивые выражения, имеющие эквивалент в русском языке: «*battre à plates coutures*» (разбить наголову, в пух и прах), «*renverser la vapeur*» (повернуть вспять).

Считается, что газета «Фигаро» отражает точку зрения нынешнего (правого) правительства, поэтому она подвергается критике со стороны изданий «левого крыла» (в том числе «Liberation» и «Marianne»). Но уже первая неделя публикаций на тему президентской кампании президента дает возможность высказать иное суждение.

На наш взгляд, журналисты «Фигаро» дают объективную оценку действиям Николя Саркози в рамках предвыборной кампании. Их статьи содержат различные мнения экспертов. К примеру, в статье «*Sarkozy va à la pêche aux voix au salon de l'Agriculture*» от 25 февраля Жан-Мари Видален, один из гостей выставки, считает, что беседы с народом недостаточно, чтобы получить обратно голоса избирателей. Газета «Фигаро» оригинально подходит к освещению предвыборной кампании президента Франции: использует инфографику (социологические опросы), бэкграунд (исторические параллели между слоганами и кампаниями бывших президентов) и др.

Литература

1. Арзаканян М.Ц. Политическая история Франции XX века. М., 2003.
2. Le Figaro 21002 от 9 февраля 2012
3. Le Figaro 21016 от 25 февраля 2012