

УДК 811.133.1'42:811.133.1'27  
ББК Ш147.11-51+Ш147.11-006.21

**М. В. Плотникова**  
*Екатеринбург, Россия*

## ПРЕЗИДЕНТСКАЯ КАМПАНИЯ ВО ФРАНЦИИ – 2017: СКАЗКА О СПРАВЕДЛИВЫХ ВЫБОРАХ (НА МАТЕРИАЛЕ ПОЛИТИЧЕСКИХ ПЛАКАТОВ)

**АННОТАЦИЯ.** Статья посвящена изучению политических плакатов, заполонивших парижские улицы накануне президентских выборов во Франции 2017. В контексте происходящих в европейской и мировой политических системах глобальных изменений, таких как Брексит или избрание Дональда Трампа на пост президента США, президентские выборы 2017 года во Франции расцениваются ведущими политическими аналитиками как судьбоносные. Политические плакаты, созданные известными уличными художниками, представляют собой своего рода политические карикатуры, изображающие основных кандидатов на пост президента Франции и отражающие основные события и скандалы президентской кампании в виде сказочных и мультипликационных персонажей. Мы расцениваем данные образы как визуальные метафоры и анализируем, используя принципы лингвокогнитивного подхода. Персонажи рассматриваются как прецедентные феномены и исследуются в их связи с первоисточником. Исследование показало, что основные кандидаты на пост президента не соответствуют ожиданиям французского электората, поэтому в данной президентской кампании нет очевидного лидера. В качестве альтернативы существующим кандидатам художники предложили вымышленных героев. Таким образом, иронические пародийные плакаты выразили настроения французского общества, вызванные президентской избирательной кампанией 2017 года.

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** когнитивная лингвистика, политическая лингвистика, политический плакат, визуальная метафора, выборы.

**Сведения об авторе:** *Плотникова Мария Вячеславовна, кандидат филологических наук, доцент кафедры романских языков, Уральский государственный педагогический университет; адрес: 620017, г. Екатеринбург, пр-т Космонавтов, 26, к. 465; e-mail: [plotnikova\\_mary@mail.ru](mailto:plotnikova_mary@mail.ru).*

**M. V. Plotnikova**  
*Ekaterinburg, Russia*

## FRENCH PRESIDENTIAL CAMPAIGN 2017: FAIRY TALE ABOUT FAIR ELECTIONS (BASED ON POLITICAL POSTERS)

**ABSTRACT.** The article deals with political posters appeared in France a few weeks before presidential elections 2017. In the context of global changes taking place in European and world political systems, such as Brexit or the election of Donald Trump as US President, the presidential elections of 2017 in France are regarded by leading political analysts as fateful. The posters made by famous street artists are a kind of political cartoons depicting the main candidates for President of France and revealing essential events and scandals of president race by means of famous cartoon and fairy tales characters. We consider these posters as visual metaphors and analyze them using the methods of cognitive linguistics. The images are also treated as precedent phenomena and studied in connection with initial figures. The research demonstrated that all of the candidates couldn't answer to the expectations of French electorate and there was no evidence of a leader of the race. To come up with an alternative to the current candidates the artists invented their own pretendets. Therefore the ironic parodical posters expressed the mood of the French society caused by the presidential election campaign of 2017.

**KEY WORDS:** cognitive linguistics, political linguistics, political poster, visual metaphor, elections.

**About the author:** *Plotnikova Maria Vjatcheslavovna, PhD in Philology, Associate Professor of the Chair of the Romance Languages, Ural State Pedagogical University, Ekaterinburg, Russia, e-mail: [plotnikova\\_mary@mail.ru](mailto:plotnikova_mary@mail.ru).*

Выборы, как одно из самых ярких и значительных политических событий, всегда привлекают повышенное внимание мировой общественности [Сорокина, Кипина 2012]. В контексте происходящих в европейской и мировой политических

системах глобальных изменений, таких как Брексит или избрание Дональда Трампа на пост президента США, президентские выборы 2017 года во Франции расцениваются ведущими политическими аналитиками как судьбоносные. По мнению видных политических и общественных деятелей, любой сценарий развития президентской кампании может стать как спасением, так и катастрофой для Европейского союза. Интрига одной из главных избирательных кампаний последних пяти лет сохраняется до последнего момента: согласно социологическим опросам, накануне выборов разрыв между четырьмя основными кандидатами находится в пределах статистической погрешности.

Неудивительно, что столь значительное политическое событие нашло отражение не только в вербальных текстах прессы и выступлений политических деятелей, но и в креолизованных текстах политических карикатур и плакатов.

Одной из тенденций современных лингвистических исследований является устойчивый интерес к паралингвистическим феноменам, таким как креолизованный текст [Ворошилова 2012аб, 2013аб; Шустрова 2014, 2015; Надточева, Шустрова 2017; Плотникова, Кипина 2016]. Данное явление особенно активно изучается в рамках лингвокогнитивного направления, являющихся одним из ведущих в отечественной и зарубежной лингвистике последних десятилетий. Тексты политических плакатов в данной статье будут рассматриваться как визуальные метафоры и интерпретироваться в русле когнитивно-дискурсивного подхода.

Немаловажной для данного исследования является теория прецедентности, рассматривающая текст как своеобразный синтез различных областей человеческой деятельности, в который, помимо основного словесного содержания, включены многочисленные контексты из литературы и искусства, архитектуры, музыки, истории и политики [Караулов 1987: 216-236]. Изучение прецедентных феноменов широко представлено в отечественной лингвистике, что свидетельствует об исключительной актуальности данного исследовательского направления [Богоявленская, Нахимова, Чудинов, 2015, 2016; Ворожцова 2007; Илюшкина 2002; Кушнерук 2004; Нахимова 2007].

В середине апреля 2017 г. представители французского стрит-арта, известные уличные художники Комбо и Джереми, запленили парижские улицы альтернативными политическими плакатами, изображающими в качестве кандидатов в президенты сказочных, мультипликационных и вовсе не существующих персонажей. На данных плакатах ярко иронически представлены все основные события предвыборной кампании и кандидаты на пост президента. Мы расцениваем данные образы как прецедентные феномены со сферой-источником «мультипликация» и «сказочный мир». Также в анализе представлены визуальные метафоры, представляющие вымышленных персонажей, где источником метафорической экспансии выступает игра слов.

Известный скандал с некогда основным претендентом на пост президента, кандидатом от правоцентристской партии «Республиканцы», бывшим премьер-министром Франсуа Фийоном нашел широкое отражение в мировых СМИ. Фийон казался идеальным кандидатом от одной из самых авторитетных партий Франции, так как прошел все ступени политической номенклатуры и являлся самым опытным из представленных кандидатов. Однако за несколько месяцев до выборов еженедельник «Канар Аншене» сообщил, что на протяжении нескольких лет его супруга дети были оформлены как сотрудники аппарата Национальной Ассамблеи. Несмотря на то, что это обычная практика, не нарушающая законодательства, никаких доказательств реально выполненной работы правоохранительные органы найти не смогли. Франсуа Фийону предъявили обвинения в коррупции и финансовых махинациях. Хотя Фийон не признавал себя виновным и заявлял о заговоре, организованном действующим президентом, Франсуа Олландом, рейтинг кандидата неуклонно устремился вниз.

Художники изобразили Фийона в виде двух сказочных персонажей: Пиноккио и Золушки (рис. 1, 2). Пиноккио, являющийся ярким символом лжи, создает аллюзию на скандал, разгоревшийся вокруг кандидатуры Фийона. Надпись на плакате: *Jiminy Cricket n'a jamais été mon assistant parlementaire* (Сверчок никогда не был моим помощником в парламенте) может расцениваться как прямое указание на Фийона. Любопытно, что сама англоязычная версия имени сверчка –

*Jiminy Cricket* – это эвфемизм, служащий для замены междометия *Jesus Christ*.



Рис.1, 2

Образ Золушки, представленный на плакате, сопровождается надписью *Ma robe et mes souliers m'ont été offerts par une amie* (Платье и туфельки мне подарила подруга). Данная фраза белокурой Золушки связана еще с одним громким скандалом, участником которого стал Фийон. Известный французский адвокат Робер Буржи заявил, что кандидат в президенты и бывший премьер-министр Франсуа Фийон оказывал на него давление после того, как в СМИ появилась информация о том, что он подарил ему несколько очень дорогих костюмов. Сведения о том, что адвокат подарил Фийону два костюма общей стоимостью в 13000 евро, появились в марте 2017 г. в парижском еженедельнике *Journal du Dimanche*. По словам Буржи, в течение недели после опубликования материала он получал предупреждения от самого Фийона и его помощников ни в коем случае не признаваться, что костюмы были подарены именно им. Буржи заявил, что хорошо знает Фийона, более того, они состояли в дружеских отношениях. В одном из интервью адвокат также сообщил, подарил костюмы Фийону "в связи с его победой на праймериз правых сил, проводившихся в перспективе президентских выборов во Франции" и "Фийон был очень тронут этим подарком". Под давлением СМИ в конце марта Фийон был вынужден вернуть подаренные костюмы.

Еще один скандальный кандидат на пост президента, лидер партии ультра-правого толка «Национальный фронт» Марин Ле Пен, являющаяся сторонницей выхода Франции из Евросоюза и закрытия границ, представлена на плакатах изображением знаменитого героя сказок Дж. Роулинг Гарри Поттера, сопровождаемого надписью *Dans les urnes ne prononcez pas son nom* (В бюллетенях не называйте ее имени) (рис. 3). Таким образом, Марин Ле Пен напрямую ассоциируется с абсолютным злом, воплощенным в серии книг о Гарри Поттере темным волшебником Волан-де-Мортом, настолько ужасным, что в мире магии боялись даже произносить его имя.



Рис. 3

«Злодейка» Ле Пен также представлена на другом плакате, изображающем коварного персонажа «Книги джунглей» Р. Киплинга, питона Каа, являющегося зловецким образом смерти и главным антагонистом Маугли (рис. 4). В Диснеевском мультфильме Каа также вызывает ассоциации с чёрной магией и гипнозом.



Рис. 4

*Ayez confianceee, votez pour moiii!* (Доверяйтееее, голосуйте за меняяя) – гласит надпись на плакате. Змеиный язык традиционно передается в большинстве европейских языков с помощью ономотопеи. Стоит отметить, что вышеупомянутый персонаж Волан-де-Морт также владел змеиным языком, так как был прямым потомком могущественного черного мага Салазара Слизерина, являющегося одним из четырех основателей Школы чародейства и волшебства «Хогвартс» и умеющего разговаривать на языке змей. В его честь назван один из факультетов Школы. Символ Слизерина — серебряная змея на зеленом фоне. Указанием именно на Марин Ле Пен, стоящей за образом Каа, является синий цвет змеи (рис. 6), ассоциирующийся с символом избирательной кампании политика – синей розой (рис. 5).



Рис. 5



Рис. 6

Кандидат от политического мейнстрима Эммануэль Макрон также выступил

героем нескольких плакатов. Несмотря на то, что французские СМИ старательно избегают критики Макрона, независимые зарубежные издания расценивают кандидатуру Макрона как политический проект, запущенный семейством Ротшильдов для внешнего управления Францией. Самый молодой кандидат на президентский пост представлен в образе наивной и непослушной диснеевской принцессы Ариэль, Русалочки (рис. 7). Надпись на плакате *En nage!* (Пльвем) является указанием на название основанной Макроном партии *En marche!* (Вперед! (досл. Идем!).



Рис.7

Герой одного из плакатов, Скрудж МакДак, являющийся символом предприимчивости, жадности, цинизма и манипуляций фактами и событиями в своих интересах, также может быть аллюзией на Макрона, учитывая прошлое кандидата и созвучие его фамилии с данным диснеевским персонажем. Бывший инвестиционный банкир семейства Ротшильдов, получивший прозвище финансового Моцарта, бывший чиновник Министерства экономики, Министр экономики, промышленности и цифровых дел Франции при Франсуа Олланде, Макрон уличен за чрезмерную любовь к деньгам (рис. 8). Это подтверждает и надпись на плакате: *Pas de fausses promesses, je garderai tout pour moi* (Никаких лживых обещаний, я оставлю все себе):



Рис. 8

На плакатах представлены и менее популярные кандидаты. Так, лидер партии «Непокорившаяся Франция», некоммунист Жан-Люк Меланшон представлен в образе Дональда Дака (рис. 9), а социалист Бенуа Анмон – Смурфика Ворчуна (рис. 10), говорящего *Moi, j'aime pas les élections* (Я не люблю выборы). На выборах 2017 года партия социалистов имеет самые низкие рейтинги за всю историю своего существования.



Рис. 9



Рис. 10

Текущая избирательная кампания является одной из самых непредсказуемых и скандальных за всю историю президентских выборов во Франции. Многие политические аналитики отмечают, что ни один из кандидатов не отвечает предпочтениям и реальным потребностям французского народа. Исходя из этого, французские художники представили несколько альтернативных кандидатов на пост президента.

Кандидат, представляющий худший сценарий завершения выборов, воплощает в себе все недостатки существующих претендентов. Эрик Картман, персонаж мультсериала «Южный парк», не любит представителей других национальностей, как Марин Ле Пен, незрелый как Эммануэль Макрон, потакает своим слабостям как Франсуа Фийон (рис. 11). Слоган плаката *Je vous emmerde et JE RESTE A L'ELYSEE* (Я достану вас и ОСТАНУСЬ В ЕЛИСЕЙСКОМ ДВОРЦЕ) показывает стремление всех кандидатов к власти и нежелание учитывать интересы избирателей.



Рис. 11

Другой альтернативный кандидат выражает призыв к голосованию против всех. Вымышленный персонаж Жюст Леблан (от фр. *juste* – справедливый, *blanc* – белый, фиктивный, пустой) призывает избирателей слоганом *Le vote JUSTE c'est le vote BLANC* (Справедливое голосование – это голосование пустым бюллетенем).



Рис. 12

Французские художники Джереми и Комбо заявили, что посредством этих плакатов хотели повернуть избирательную кампанию в более мирное и демократическое русло, заставить избирателей посмеяться и одновременно задуматься о будущем Франции. Иронические пародийные плакаты выразили настроения французского общества, вызванные президентской избирательной кампанией 2017 года.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Богоявленская Ю. В., Нахимова Е. А., Чудинов А. П. Корпусное исследование национальных особенностей восприятия прецедентности. Вестник Пятигорского государственного лингвистического университета. 2015. № 2. С. 187-195.
2. Буженинов А. Э. Зомбилэнд как портрет американской политики в идиостиле Анри Жиру. Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2016. № 11-3 (65). С. 77-80.
3. Ворожцова О. А. Лингвистическое исследование прецедентных феноменов в дискурсе российских и американских федеральных выборов (2003-2004 гг.): автореф. дис. ... канд. филол. наук. -Екатеринбург, 2007.
4. Ворошилова М. Б. Креолизованная метафора: первые зарисовки // Политическая лингвистика. 2012. № 4 (42). С. 94-99.
5. Ворошилова М. Б. Креолизованный рекламный текст: аспекты изучения // Уральский филологический вестник. Серия: Язык. Система. Личность: лингвистика креатива. 2012. №2. С. 39-43.
6. Ворошилова М. Б. Креолизованный текст: принцип целостности или принцип заменяемости // Политическая лингвистика. 2013. № 4. С. 177-183.
7. Ворошилова М. Б. Политический креолизованный текст: ключи к прочтению : моногр. / М. Б. Ворошилова ; Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург, 2013. — 194 с.
8. Илюшкина М. Ю. Прецедентные феномены в российской и британской печатной рекламе услуг для туристов: автореф. дис. ... канд. филол. наук. -СПб., 2002.
9. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность. -М., 1987.
10. Кушнерук С. Л. Денотативный и коннотативный аспекты функционирования прецедентных имен в российской и американской рекламе//Лингвистика: бюл. Урал. лингв. о-ва. -Екатеринбург, 2004. -Т. 13.
11. Надточева Е. С., Шустрова Е. В. Стереотипные социальные роли президента США в американской карикатуре периода Великой депрессии. Политическая лингвистика. 2017. № 1. С. 137-151.

12. Нахимова Е. А. Прецедентные имена в массовой коммуникации: моногр. / ГОУ ВПО «Урал. гос. пед. ун-т». -Екатеринбург, 2007.
13. Плотникова М. В., Кипина М. А. Советский Джеймс Бонд: политический портрет В. В. Путина во французских медиатекстах в свете украинского кризиса. Политическая лингвистика. 2016. № 4 (58). С. 200-204.
14. Сорокина Н. И., Плотникова М. В. Выборы в Государственную Думу 2011 глазами французских СМИ. Сопоставительная лингвистика. 2012. № 1. С. 110-112.
15. Шустрова Е. В. Методики анализа графических метафор // Педагогическое образование в России. 2014. № 6. С. 70-80
16. Шустрова Е. В. Ориентационные метафоры в американской карикатуре времен Великой Депрессии // Политическая лингвистика. 2015. № 3. С. 65-73.
17. Bogoyavlenskaya Y. V., Nakhimova E. A., Chudinov A. P. Precedent Utterances in the National Historical Memory: a Corpus Study. Вопросы когнитивной лингвистики. 2016. № 2 (47). С. 39-48.

#### Источник материала

<https://www.tuxboard.com/parodies-affiches-presidentielle-2017/#> (дата обращения: 15.04.17)

#### REFERENCES

1. Bogoyavlenskaya YU. V., Nahimova E. A., CHudinov A. P. Korpusnoe issledovanie nacional'nyh osobennostej vospriyatiya precedentnosti. Vestnik Pyatigorskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta. 2015. № 2. S. 187-195.
2. Buzheninov A. EH. Zombilehnd kak portret amerikanskoj politiki v idiostile Anri ZHiru. Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki. 2016. № 11-3 (65). S. 77-80.
3. Vorozhova O. A. Lingvisticheskoe issledovanie precedentnyh fenomenov v diskurse rossijskih i amerikanskih federal'nyh vyborov (2003-2004 gg.): avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. -Ekaterinburg, 2007.
4. Voroshilova M. B. Kreolizovannaya metafora: pervye zarisovki // Politicheskaya lingvistika. 2012. № 4 (42). S. 94-99.
5. Voroshilova M. B. Kreolizovannyj reklamnyj tekst: aspekty izucheniya // Ural'skij filologicheskij vestnik. Seriya: YAzyk. Sistema. Lichnost': lingvistika kreativa. 2012. №2. S. 39-43.
6. Voroshilova M. B. Kreolizovannyj tekst: princip celostnosti ili princip zamenyaemosti // Politicheskaya lingvistika. 2013. № 4. S. 177-183.
7. Voroshilova M. B. Politicheskij kreolizovannyj tekst: klyuchi k prochteniyu : monogr. / M. B. Voroshilova ; Ural. gos. ped. un-t. — Ekaterinburg, 2013. — 194 s.
8. Ilyushkina M. YU. Precedentnye fenomeny v rossijskoj i britanskoj pechatnoj reklame uslug dlya turistov: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. -SPb., 2002.
9. Karaulov YU. N. Russkij yazyk i yazykovaya lichnost'. -M., 1987.
10. Kushneruk S. L. Denotativnyj i konnotativnyj aspekty funkcionirovaniya precedentnyh imen v rossijskoj i amerikanskoj reklame//Lingvistika: byul. Ural. lingv. o-va. -Ekaterinburg, 2004. -T. 13.
11. Nadtocheva E. S., SHustrova E. V. Stereotipnye social'nye roli prezidenta SSHA v amerikanskoj karikature perioda Velikoj depressii. Politicheskaya lingvistika. 2017. № 1. S. 137-151.
12. Nahimova E. A. Precedentnye imena v massovoj kommunikacii: monogr./GOU VPO «Ural. gos. ped. un-t». -Ekaterinburg, 2007.
13. Plotnikova M. V., Kipina M. A. Sovetskij Dzhejms Bond: politicheskij portret V. V. Putina vo francuzskih mediatekstah v svete ukrainskogo krizisa. Politicheskaya lingvistika. 2016. № 4 (58). S. 200-204.
14. Sorokina N. I., Plotnikova M. V. Vybery v Gosudarstvennyyu Dumu 2011 glazami francuzskih SMI. Sopostavitel'naya lingvistika. 2012. № 1. S. 110-112.
15. SHustrova E. V. Metodiki analiza graficheskikh metafor // Pedagogicheskoe obrazovanie v Rossii. 2014. № 6. S. 70-80
16. SHustrova E. V. Orientacionnye metafory v amerikanskoj karikature vremen Velikoj Depressii // Politicheskaya lingvistika. 2015. № 3. S. 65-73.