

Особенности формирования имиджа Марин Ле Пен (2018–2024 гг.)

Научный руководитель – Мачина Анна Александровна

Куцин Андрей Андреевич

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет мировой политики, Кафедра информационного обеспечения внешней политики, Москва, Россия

E-mail: a.kutcin@mail.ru

В условиях современной цифровой эпохи и развития информационно-коммуникационных технологий имидж политического деятеля становится важным фактором победы на выборах. Исследование того, как создаётся или трансформируется имидж политика помогает понять механизмы влияния на общественное мнение и привлечения электората других кандидатов. Марин Ле Пен является в настоящее время одной из ключевых фигур современной французской политики, хотя мало кто мог предсказать подобное в 2011 г., когда она только встала у руля партии своего отца, а сама партия не имела ни одного представителя в Национальном собрании. За последние годы политик предприняла значительные меры для улучшения своего имиджа в глазах электората и дистанцирования от радикального имиджа своего отца – Жан-Мари Ле Пена. Таким образом, цель данного исследования – выявить особенности формирования имиджа Марин Ле Пен в ходе избирательной кампании 2022 г. Для достижения данной цели были поставлены следующие задачи: проанализировать стратегию формирования её имиджа, исследовать роль цифровых технологий и СМИ в данном процессе, а также оценить влияние её имиджа на результаты выборов 2022 г. Объектом данной работы выступает политическая деятельность Марин Ле Пен, предметом – особенности формирования её имиджа. Методологическую основу составили: контент-анализ, сравнительный анализ, дискурс-анализ.

Первые шаги Марин Ле Пен по улучшению своего имиджа и «дедемонизации» имиджа своей партии были сделаны через год после провальных парламентских выборов 2017 г, где её партия получила всего 8 депутатских мест. В июне 2018 г. партия сменила название на менее провокационное – «Национальное объединение», одобрила новый устав, коренным образом изменила программу, убрав из неё большинство радикальных предложений [2].

Данные действия были направлены также на привлечение нового электората, по большей части - молодёжи, постепенно отходя от радикальной риторики. Ключевым инструментом для привлечения данной категории электората стали социальные сети главы партии, имеющей 1,6 млн подписчиков на странице Facebook и почти полмиллиона подписчиков на странице партии [4]. Особую активность политик проявила накануне выборов 2022 г., используя свои соцсети для подробного разбора своей предвыборной программы и самостоятельно формируя повестку дня. Данная стратегия увенчалась успехом: по данным социологической службы Ipsos рейтинг поддержки Ле Пен увеличился с 16% до 22,5% [5]. По итогам выборов Ле Пен получила 41,46 % голосов во втором туре, а её партия получила 89 мест в парламенте. В то же время, Ле Пен не преминула пользоваться медиафейками для упрочнения своих позиций во время выборов и дополнительной аргументации своей позиции по вопросам миграции.

Важным фактором улучшения имиджа Марин Ле Пен стала пандемия COVID-19, во время которой глава Национального объединения планомерно критиковала действия президента Франции и ЕС и предлагала иные меры по сдерживанию кризиса. Стоит отметить и неожиданную реакцию традиционных СМИ Франции (Le Figaro, Le Monde, Liberation) -

они описывали политика в нехарактерно сдержанной манере и представляли её как одного из немногих реальных оппонентов действующего президента [3].

Ноябрь 2022 г. ознаменовал собой новую веху в истории развития Национального объединения – Жордан Барделла был избран новым председателем партии. Молодой (26 лет) и амбициозный, он представляет новое поколение политиков, стремящихся изменить риторику партии и провести её ребрендинг. Назначение столь молодого лица председателем является шагом, направленным на дистанцирование партии от её радикального прошлого и привлечение еще большего электората среди молодёжи, в то же время сохраняя жесткую риторику в отношении международных вопросов – украинского кризиса или политики Брюсселя [1]. Данная стратегия уже дала свои плоды – на прошедших внеочередных парламентских выборах 2024 г. партия Ле Пен получила 142 места, хотя результаты оказались противоречивыми. С одной стороны сохранилась позитивная тенденция по увеличению количества мест в Национальном собрании с каждым выборами, с другой – партия проиграла коалиции левых и президентскому движению, заняв третье место и потеряв шансы на формирование своего правительства.

Таким образом, выше обозначенные меры составили полноправную стратегию по улучшению имиджа Марин Ле Пен и её партии. Сама стратегия показала свою эффективность, что только подтверждается высоким рейтингом Ле Пен среди французов и количеством представленных депутатов как в Национальном собрании, так и в Европарламенте. За обозначенный период был проведен планомерный отход от радикальной правой риторики в отношении насущных проблем страны, а сама партия превратилась из маргинальной - в системную, способную составить конкуренцию действующим политическим силам в лице центристов.

Источники и литература

- 1) Болдырев, М. О. Эволюция стратегий ультраправых движений в политической системе ЕС: на примере деятельности президента национального объединения Франции Ж. Барделлы // Социально-гуманитарные знания. – 2024. – №7. – С. 128-132.
- 2) Захарова, Е. А. От "Национального Фронта" к "Национальному Объединению" во Франции: элементы ребрендинга партии // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология. – 2020. – Т. 22, № 3. – С. 475-486.
- 3) Панова, Е. Ю. Специфика репрезентации медиаобраза России в печатных СМИ США и Великобритании // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. – 2020. – № 4. – С. 126-130.
- 4) Скривел, К. А. Новые медиа как инструмент политической коммуникации Марин Ле Пен / К. А. Скривел // Медиаальманах. – 2022. – № 5(112). – С. 104-114.
- 5) Intention de vote présidentielle 1er tour 2022 // Ipsos URL: <http://www.commission-de-sondages.fr/notices/files/notices/2022/avril/9568-ipsos-le-monde-intention-de-vote-presidentielle-1er-tour-le-8-avril-11h-du-soir.pdf> (дата обращения: 05.03.2025).