

## РОЗДІЛ 3 РОМАНСЬКІ МОВИ

УДК 811.133.1+81`42+32.019.5+808.5

DOI <https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2024.37.25>

### ЕВОЛЮЦІЯ КЛЮЧОВИХ НАРАТИВІВ ПРОПАГАНДИ У ФРАНЦУЗЬКОМОВНОМУ ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ

#### EVOLUTION OF KEY PROPAGANDA NARRATIVES IN FRENCH POLITICAL DISCOURSE

Хо́да А.О.,

*orcid.org/0009-0003-8507-1579**викладач, аспірантка кафедри італійської і французької філології та перекладу  
Київського національного лінгвістичного університету*

У статті розглянуто прогрес ключових пропагандистських наративів у французькомовному політичному дискурсі минулих століть і сьогодення. Проаналізовано варіанти використання пропаганди для формування суспільної думки та легітимізації політичної влади, з урахуванням історичних, соціальних та культурних контекстів. У політичному дискурсі часто використовуються такі засоби, як риторика, символіка, використання наративів національної ідентичності, культури та моральних цінностей для мобілізації суспільства або обґрунтування певних політичних рішень. Пропаганда є невід'ємною частиною політичного дискурсу і може бути яскраво вираженою або ж прихованою. Виявлено, що від самого початку термінопоняття «пропаганда» не мало тієї негативної конотації, яку можна констатувати сьогодні. Протягом століть, а також змін у політичному житті Франції, поняття набуло теперішнього значення. Особливу увагу приділено трьом історичним етапам: революційному періоду XVIII століття, епосі правління Наполеона, а також періоду двох світових воєн. Зокрема, під час Французької революції пропаганда ґрунтувалася на ідеях свободи, рівності та братерства, спрямованих на подолання феодальної системи. У Наполеонівську епоху основним наративом стало возвеличення імперії та культу особистості імператора. У XX столітті французький політичний дискурс демонстрував використання пропаганди як інструменту боротьби між протилежними ідеологіями. У сучасному ж французькомовному політичному дискурсі виділено кілька основних напрямів пропагандистських наративів: захист національної ідентичності, соціальна справедливість, екологічна відповідальність та європейська інтеграція. Досліджено, що політичні устрої, революції, окупації неодмінно і значно впливали на настрої та пропагандистські наративи, змінюючи їх відповідно до політичних поглядів. Однак, можна простежити і певні схожості в основних ідеях, принципах чи намірах. Зрештою, результати демонструють, що пропаганда, незалежно від епохи, залишається потужним інструментом політичної комунікації, здатним мобілізувати суспільство та впливати на його сприйняття реальності.

**Ключові слова:** пропаганда, наратив, дискурс, комунікація, політичний дискурс, ідентичність, суспільство.

The article examines the progress of key propaganda narratives in French political discourse of past centuries and the present. The options for using propaganda to shape public opinion and legitimize political power are analyzed, taking into account historical, social, and cultural contexts. Political discourse often uses such means as rhetoric, symbolism, and the use of narratives of national identity, culture, and moral values to mobilize society or justify certain political decisions. Propaganda is an integral part of political discourse and can be either overt or covert. It is revealed that from the very beginning the term "propaganda" did not have the negative connotation that can be stated today. Over the centuries, as well as changes in the political life of France, the concept has acquired its current meaning. Particular attention is paid to three historical stages: the revolutionary period of the 18th century, the era of Napoleon's reign, and the period of two world wars. In particular, during the French Revolution, propaganda was based on the ideas of freedom, equality and fraternity, aimed at overcoming the feudal system. In the Napoleonic era, the main narrative was the glorification of the empire and the cult of the emperor's personality. In the 20th century, French political discourse demonstrated the use of propaganda as a tool of struggle between opposing ideologies. In modern French political discourse, several main directions of propaganda narratives have been identified: the protection of national identity, social justice, environmental responsibility and European integration. It has been studied that political systems, revolutions, occupations have inevitably and significantly influenced moods and propaganda narratives, changing them in accordance with political views. However, certain similarities in the main ideas, principles or intentions can be traced. Ultimately, the results demonstrate that propaganda, regardless of the era, remains a powerful tool of political communication, capable of mobilizing society and influencing its perception of reality.

**Key words:** propaganda, narrative, discourse, communication, political discourse, identity, society.

**Постановка проблеми.** Пропаганда залишається одним з найефективніших і найпотужніших інструментів впливу на людську свідомість. Французька історія багата на революції, війни,

зміни ідеологій, які, безумовно, впливали на ключові ідеї, світоглядні принципи у політиці, а заразом і у політичному дискурсі. Для дослідження прогресу наративів пропаганди, для визначення

тих, які стають ключовими у ту чи іншу епоху значущими є зміни у політичному і суспільному контекстах. Отже, постає необхідність у глибокому аналізі історичних подій, конфліктів і того, як політичний дискурс адаптується до політичних і соціальних змін, впливаючи на суспільну думку. Порівняння пропагандистських наративів крізь призму епох, з урахуванням зростання впливу медіа та розвиток технологій є важливим для аналізу змін у методах маніпуляції свідомістю та оцінки їхнього впливу на суспільну думку.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Останніми роками питання пропаганди у політичному дискурсі цікавить як багатьох європейських, так і українських дослідників (З. Земан, К. Олів'є-Янів, П. Шародо, Д. Менгено, Д. Шурхало, М. Гулей, О. Гуз, С. Потапенко). Однак, питання ключових наративів пропаганди саме у французькомовному політичному дискурсі, їхні зміни, ступінь схожості залише простір для нових досліджень.

**Постановка завдання.** Політика завжди є важливою частиною будь-якого суспільства, а політичний дискурс – невід'ємною частиною політичної діяльності. Досліджуючи політичний дискурс крізь призму століть, можемо простежити як змінювалися наративи та ідеології, чи є спільні риси у пропагандистських наративів минулих століть і сучасності, чи відслідковуються закономірності.

**Виклад основного матеріалу.** У демократичному суспільстві пропаганда, політичний дискурс та маніпуляція – це поняття, які слугують для характеристики обміну політичним дискурсом між політичними професіоналами та громадянами за допомогою засобів масової інформації та з метою переконання чи нав'язування тієї чи іншої інформації. [1, р. 31]. Останні дослідження у Франції, які були зосереджені на цих питаннях, показують, що політичний дискурс поступово замінюється пропагандою, тобто між ними стираються кордони, крім того, маніпулювання у політичному дискурсі не зникло з публічного простору демократії, а, навпаки, співіснує з ним [2].

На нашу думку, пропаганда – це цілеспрямоване поширення ідей та моделей поведінки у суспільстві. Етимологія терміна походить від латини і в перекладі означає «те, що має бути поширене».

Наразі складно з'ясувати точно сутність пропаганди та денотата цього термінопоняття, адже одні мовознавці і філософи (М. Фуко, Р. Барт) говорять про її ідеологічну сутність, інші (Г. Лебон, Ж. Еллоль) – психологічну, а треті (Г. Ласвелл, Ю.Габермас) вказують на комунікативну.

Пропаганду завжди пов'язували з владою, яка реалізовувалася як панування над умами людей, проте пропагандистська влада не має бути насильницькою, а діяти «м'яко», зваблювати. Науковці використовують термін «пропаганда» для позначення:

- 1) певних типів переконливих повідомлень та мовних зворотів;
- 2) розмаїття маніпулятивних практик або окремих методів;
- 3) об'єкта дослідження;
- 4) інтерпретації концепцій в різних наукових галузях: психологія, комунікація, політологія, історія та соціологія [3, с. 328].

Пропаганда – це, певною мірою, поширення знань, що можуть сформувати основи світоглядних установок, які є прийнятними з позицій діючих політичних суб'єктів. Результати її впливу проявляються згодом, не одразу, а сама інформація подається через призму інтересів деяких соціальних груп – в ідеологічному аспекті [4, с. 140].

Пропаганда – це потужна зброя, яку при правильному використанні можна застосувати проти численної аудиторії. Правильно підібрані вербальні структури, методики та механізми впливу, засоби вираження емоцій (вербальні та невербальні) можуть стати вирішальними у подачі пропагандистської інформації.

Доволі часто пропаганда подає інформацію вибірково, використовуючи емоційно заряджені повідомлення, що допомагає реципієнтам її узагальнювати і спонукає їх до більш емоційних реакцій. На нашу думку, пропаганду від звичайного переконання відрізняють такі характерні риси: односторонність, маніпулятивність, масовість, систематичність, визначеність цільової аудиторії.

Сутністю політичної пропаганди є мета, характер і способи її реалізації. Н. Бакланова і А. Михайліченко зазначають, що пропаганда – це завжди маніпуляція думками або ж спосіб спонукати до дій для реалізації тих чи інших інтересів [5, с. 11].

Пропаганда як засіб політичного впливу у французькомовному дискурсі має глибоке історичне коріння. З розвитком державності, військових конфліктів і соціальних рухів у Франції та франкомовних країнах, зміст і характер пропагандистських наративів змінювалися відповідно до політичних і соціальних контекстів та подій. Задля кращого розуміння розвитку і впливу пропаганди у французькомовному політичному дискурсі є сенс дослідити еволюцію ключових пропагандистських наративів від минулих століть до сучасності, а також їхню роль у формуванні громадської думки.

Саме поняття «пропаганда» міцно вкорінилося у французькому політичному тезаурусі під час Французької Революції (1789 рік) і спочатку означало акт поширення думок та ідей, який сприймається протягом XIX століття як ейтральний, такий, що ще не корелює з маніпуляціями, обманом, чи упередженістю. Таким чином, словник Літтре [6] просто визначає «пропаганду» як спробу поширювати політичні, соціальні, релігійні думки чи системи. Лише у XX столітті цей термін, як вже було попередньо зазначено, набув абсолютно негативного відтінку, особливо після Першої світової війни та остаточно після Другої світової війни [7, р. 85]. Отже, можемо простежити трансформацію цього термінопоняття: від нейтрального до негативного.

Французька революція кінця XVIII століття є одним із найяскравіших прикладів використання пропаганди для зміни суспільних парадигм. Основними наративами були ідеї свободи, рівності та братерства, які спрямовували громадську думку проти абсолютної монархії та феодальних привілеїв. Звідси походить і девіз Революції, а заодно і нинішньої Французької Республіки: «Свобода, рівність, братерство» (*Liberté, Égalité, Fraternité*), який був прийнятий на протипагу попередньому, монархічному: «Нація, Закон, Король» (*La Nation, la Loi, le Roi*). Тобто, орієнтирами тодішньої ще доволі нейтральної пропаганди були рівність і свобода у суспільстві. Пропаганда революційних ідей відбувалася через памфлети, гасла та публічні виступи, де підкреслювалася необхідність докорінних змін. Ці наративи стали центральними у формуванні політичної ідентичності нового Французького суспільства. Образи та символи, такі як гільйотина чи штурм, а пізніше взяття Бастилії, стали потужними пропагандистськими інструментами, які посилювали вплив революційних ідей.

З приходом Наполеона до влади у французькому політичному дискурсі відбувається зміна пропагандистських акцентів. Наполеон використовував пропаганду для легітимізації свого правління та підтримки експансіоністських амбіцій. Основний наратив полягав у возвеличенні імперії, особистості імператора як геніального військового стратега та захисника досягнень революції. Ці ідеї активно поширювалися через пресу, публічні виступи та мистецькі твори, а культ особистості став основою для мобілізації суспільної підтримки.

Самого Наполеона можна вважати ледь не першим пропагандистом, засновником французької державної системи пропаганди. Його інстру-

ментом поширення пропагандистських наративів стали газети (деякі з тих, що існували попередньо, він закрити), які були під сильним і жорстким контролем [8]. Таким чином, можемо стверджувати, що свободи слова у тодішній Франції не існувало.

Саме пропаганда допомогла Наполеонові отримати підтримку у політичній діяльності – його соратники вміло знеславляли вже непопулярну на той час Директорію, використовуючи французьку пресу, яка, у свою чергу, звеличувала перемоги і успіхи Наполеона в Єгипті і замовчувала невдачі [9].

За часів частих воєн, особливо у період Першої світової війни, спостерігаємо нагальну необхідність мобілізувати все населення, «мобілізувати свідомість»: тому маніпулювання громадською думкою стає необхідним для військових потреб. Пропаганда набуває нових вимірів та цілей, якими стають: розвиток міжнародних конфліктів та здатності населення до самопожертви, звернення до емоційної зброї, координація політичних сил та засобів масової інформації (через цензуру, дезінформацію, контроль інформації та встановлення істеблішменту, пропагандистських технік), використання таких сфер, як наука, культура або мистецтво тощо, аби досягти поставлених цілей [7, р. 85]. Під час Першої світової війни основним наративом французької пропаганди був патріотизм та захист національних інтересів перед агресією Німеччини. Уряди активно використовували плакати, листівки та пресу для піднесення бойового духу та мобілізації населення на підтримку військових зусиль.

У період Другої світової війни пропагандистські наративи набули нових форм через протистояння між колабораціоністським режимом Віші та рухом Опору. Одна сторона намагалася переконати населення у необхідності співпраці з нацистською Німеччиною, водночас Рух Опору використовував протилежні наративи про свободу, відновлення національної гідності та боротьбу проти фашизму. Для цього періоду характерне використання пропаганди для боротьби двох ідеологічно протилежних сил. Також у Вішістського уряду Франції з'являється новий девіз, запропонований маршалом Петеном, який за структурою нагадує попередній революційний, але має вже інші орієнтири: «Робота, сім'я, батьківщина» (*Travail, famille, patrie*) [10].

Сучасний французькомовний політичний дискурс характеризується широким спектром пропагандистських наративів, що відображають складність сучасних соціальних, економічних та політичних викликів. Зокрема, у риториці політичних партій можна виділити кілька основних напрямів.

1. Ідея суверенітету та національної ідентичності. Вона є ключовою у риториці націоналістичних рухів, таких як «Національний фронт». Цей наратив зосереджений на захисті національних кордонів, культури та економіки від зовнішніх впливів, зокрема імміграції та глобалізації. Протягом довгого часу французька влада проводила політику запобігання сегрегації іммігрантських співтовариств задля того, щоб зберегти унітарне, єдине та уніфіковане суспільство [11, с. 58]. Наприклад, Ніколя Саркозі, намагаючись завоювати прихильність прибічників «Національного фронту» під час президентської кампанії 2007 року, звернув увагу на питання національної ідентичності. Під час одного з виступів у Безансоні 13 березня 2007 року він зазначив, що «C'est une France que chaque histoire personnelle, chaque destin particulier contribue à enrichir, à transformer. La France éternelle, ce n'est pas pour moi la France éternellement identique à elle-même. C'est la France qui ne meurt pas mais qui se métamorphose tous les jours» – «Це Франція, у якій кожна особиста історія, кожна окрема доля сприяє збагаченню та трансформації. Для мене вічна Франція – це не та, що одна й та сама. Це та Франція, яка не вмирає, а щодня змінюється» [12]. Тобто, Франція постійно змінюється завдяки людям, які проживають на її території. На думку Н. Саркозі, Франція залишатиметься Францією, перебуваючи у вічному русі, трансформуючись, набуваючи нових рис, традицій, історій.

Відомий Закон Тубона (названий на честь Жака Тубона, колишнього міністра культури і франкомовності) у 1994 набув чинності і відтоді регламентує вживання французької мови у засобах масової інформації, освіті, торгівлі, публічних послуг тощо. Закон має три основні цілі: збагачення мови, обов'язковість використання французької мови, захист французької мови як мови Республіки. Таким чином, французька – це єдина мова офіційна мова у Французькій Республіці, всі офіційні повідомлення, інформація, наукові чи політичні статті мають бути саме французькою [13]. Отже, прогресує наратив щодо мовного закону, який був успішно прийнятий і діє й донині. Особливого розмаху набуває боротьба з англіцизмами. Англійські слова, які часто вживаються у французькій мові, такі як «le trailer», «le scan», «le clip» піддаються критиці та заміні – «le trailer» можна замінити французьким словом «la bande-annonce», англіцизм «le scan» має кілька значень, наприклад «l'analyse» або «la revue». Останнє слово «le clip» виявилось зручнішим у вживанні, з огляду на аспект мовної

екології, адже щоб замінити це слово, потрібно використовувати досить громіздке словосполучення «la bande vidéo promotionnelle», а отже, простіше використовувати «le clip».

Проте, Закон Тубона сприймався негативно і часто неправильно тлумачився британською та американською пресою. Закон Тубона критикують за його наслідки для французьких мовних меншин. Відповідно до закону, держава не фінансує навчання в школах з іншою мовою, ніж французькою. Таким чином, функціонування регіональних мов, зокрема бретонської та провансальської, значно обмежене.

2. Соціальна справедливість та рівність: ліві політичні сили, зокрема соціалісти, активно використовують цей наратив у боротьбі за соціальні реформи та протидію економічній нерівності. Пропаганда цього напрямку спрямована на створення образу держави як гаранта соціального захисту і добробуту.

3. Екологічні наративи: останнім часом екологічні проблеми та кліматичні зміни стали важливою частиною політичної риторики. Зорієнтовані на зелений рух партії поширюють наративи про необхідність радикальних змін у ставленні до довкілля для запобігання катастрофічним наслідкам глобального потепління. Вагомим наративом є позиція щодо ролі Франції в Європейському Союзі. Пропаганда тут може мати різні спрямування – від підтримки глибшої інтеграції та спільної політики до скептичного ставлення і підкреслення суверенітету Наприклад, Емманюель Макрон, впевнено говорить про можливе перетворення Європи до 2030 року на світового лідера в нових і стратегічних секторах (штучний інтелект, квантові обчислення, космос, біотехнології та нові джерела енергії, пов'язані з воднем). Тобто, Президент пропагує технологічні можливості Франції у рамках Європи [14].

Окрім цього, можна зазначити питання іммігрантів, яке є досить суперечливим у французькій політиці. Наприклад, чинний Президент Франції Емманюель Макрон закликає Європу до тіснішої співпраці, пропонує «політичну структуру» на європейському рівні з питань міграції, злочинності та тероризму, а також говорить про те, що задля безпеки ЄС варто звернути увагу на Шенгенську раду. Однак, він також наголошує на боротьбі з контрабандистами і торговцями людьми [15].

Отже, пропагандистські наративи у французькомовному політичному дискурсі є відображенням історичних, культурних та соціальних процесів. Від часів французької революції до сучасності ці наративи змінювалися відповідно до політичної кон'юнк-

тури, проте їхня роль у формуванні громадської думки залишається незмінною. Пропаганда продовжує бути важливим інструментом, за допомогою якого політичні діячі формують суспільні настрої, мобілізують підтримку та легітимізують свої дії.

**Висновки.** Пропагандистські нарративи минулих століть, зокрема в період Французької революції та епохи Наполеона, були спрямовані на мобілізацію мас навколо ідеалів свободи, рівності та братерства. У цей час політична пропаганда акцентувала увагу на ідеологічній боротьбі за права та свободи, а також на утвердженні нових політичних режимів. Пізніше особливого значення набули нарративи про національну велич, колоніальну місію, а також образи ворога, які формувалися для виправдання зовнішньої політики Франції. Ці нарративи були спрямовані на обґрунтування дій уряду і збереження політичної стабільності в умовах зовнішніх і внутрішніх викликів. У сучасному французькомовному політичному дискурсі нарративи

пропаганди змінили свій зміст і методи поширення. В епоху глобалізації та розвитку цифрових технологій пропаганда набуває нових форм, зокрема через медіа та соціальні мережі. Ключовими нарративами сучасної пропаганди залишаються теми національної ідентичності, захисту суверенітету, безпеки та боротьби з тероризмом, питання іммігрантів. Політичні лідери активно використовують риторичку патріотизму, захисту національних інтересів і мобілізації суспільства навколо спільних цінностей, також просувають ідеї екологічного напрямку і проблематики Європейського союзу.

Загалом, розгляд ключових нарративів пропаганди у французькомовному політичному дискурсі минулих століть і сучасності дозволив виявити схожість деяких тем і мотивів, що є центральними для політичної риторички у Франції. Водночас нові умови впливають на трансформацію змісту та форм сучасної пропаганди і динаміку політичної комунікації.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

- Ollivier-Yaniv C. Discours politiques, propagande, communication, manipulation. *Mots. Les langages du politique*. 2010. № 94. P. 31–37.
- Miège B. *La société conquise par la communication, T. 2 : La communication entre l'industrie et l'espace public*. Grenoble : Presses universitaires de Grenoble, 1997. 216 p.
- Павлов Д. Політична пропаганда: до визначення поняття. *Гілея: науковий вісник*. 2013. Вип. 79. С. 328–331. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/gileya\\_2013\\_79\\_102](http://nbuv.gov.ua/UJRN/gileya_2013_79_102) (дата звернення: 07.12.2024).
- Горбань Ю. Інформаційна війна проти України та засоби її ведення. *Вісник Національної академії державного управління при Президенті України*. 2015. № 1. С. 136–141.
- Бакланова Н., Михайличенко А. Політична пропаганда як один із найефективніших засобів формування громадської думки. *Політикус: наук. журнал*. 2023. № 1. С. 7–11. DOI: 10.24195/2414-9616.2023-1.1.
- Propagande. *Dictionnaire de la langue française*, par É. Littré. URL: <https://www.littre.org/definition/propagande> (дата звернення: 07.12.2024).
- Palate E. *Propagande, mythes et réalité*. Liege: EPL – Dossier 14–18. 2014. P. 84–108. URL: <https://www.provincedeliege.be/sites/default/files/media/524/EPL%20-%20Dossier%2014-18%20-%2015%20-%20Propagande%2C%20mythes%20et%20r%C3%A9alit%C3%A9.pdf> (дата звернення: 07.12.2024).
- Шурхало Д. Наполеонівський міф: французьке, польське і українське прочитання. *Радіо Свобода. Історична свобода*. 2019. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/30114742.html> (дата звернення: 07.12.2024).
- Лехнюк Р. Популярний генерал проти політиків. *ZAXID.NET*. 2024. URL: [https://zaxid.net/populyarniy\\_general\\_proti\\_politikiv\\_n1580986](https://zaxid.net/populyarniy_general_proti_politikiv_n1580986) (дата звернення: 07.12.2024).
- Liberté, Égalité, Fraternité. *Wikipedia encyclopédie libre*. URL: [https://fr.wikipedia.org/wiki/Libert%C3%A9,\\_%C3%89galit%C3%A9,\\_Fraternit%C3%A9](https://fr.wikipedia.org/wiki/Libert%C3%A9,_%C3%89galit%C3%A9,_Fraternit%C3%A9) (дата звернення: 07.12.2024).
- Кочубей Л. Франція: сучасні дискусії про національну ідентичність. *Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І.Ф.Кураса НАН України*. 2012. Вип. 1. С. 58–69.
- Déclaration de M. Nicolas Sarkozy, ministre de l'intérieur et de l'aménagement du territoire, président de l'UMP et candidat à l'élection présidentielle, sur la réhabilitation de l'identité nationale et la transmission de la culture et des valeurs, Besançon le 13 mars 2007. *Vie publique*. URL: <https://www.vie-publique.fr/discours/165824-nicolas-sarkozy-13032007-identite-nationale-transmission-de-la-culture> (дата звернення: 07.12.2024).
- La Loi Toubon (LOI n° 94-665 du 4 août 1994 relative à l'emploi de la langue française (1)). URL: <https://www.legifrance.gouv.fr/jorf/id/JORFTEXT000000349929> (дата звернення: 07.12.2024).
- Красноштан І. Три завдання Європи Макрона: як президент Франції прагне змінити ЄС та яким є місце України. *Європейська правда*. 2024. URL: <https://www.eurointegration.com.ua/articles/2024/04/26/7184718/> (дата звернення: 07.12.2024).
- Mazuir V. *Ce qu'il faut retenir du discours d'Emmanuel Macron sur l'Europe à la Sorbonne*. *Les Echos*. 2024. URL: <https://www.lesechos.fr/elections/europeennes/suivez-en-direct-le-discours-demmanuel-macron-sur-leurope-a-la-sorbonne-2091093> (дата звернення: 07.12.2024).