

Kamila Mulewska

WIZERUNEK FRANÇOISA HOLLANDE’A PODCZAS KAMPANII PREZYDENCKIEJ  
W 2012 ROKU Z PERSPEKTYWY POLSKIEJ PRASY

STRESZCZENIE

Wizerunek jest zmienny. Czas kampanii prezydenckiej kandydaci wykorzystują na jak najlepsze zaprezentowanie siebie i zdobycie jak największego poparcia wyborców. Udana kampania pozwoliła Hollande’owi wygrać wybory prezydenckie w 2012 roku. Kandydat Partii Socjalistycznej pokazał, że jest politykiem zdecydowanym, który wyciągnie kraj z kryzysu. Szczególnym momentem była dla niego debata prezydencka z głównym przeciwnikiem – Nicolasem Sarkozy’em. W budowaniu pozytywnego wizerunku kandydatowi socjalistów pomogła jego była partnerka, Ségolène Royal.

Słowa kluczowe: Francja, François Hollande, wybory prezydenckie, wizerunek

ABSTRACT

Picture is changeable. Candidates take advantage time of presidential campaign as fairest presenting of on and conquest as biggest supports of voters. Presidential campaign of Hollande has allowed to win elections in 2012. Candidate of Socialist Party has showed, that there is determined politician which will extract country from crisis. Presidential debate was particular moment for him with main opponent – Nicolas Sarkozy. Former partner, Ségolène Royal, has helped candidate of socialist in construction of positive picture.

Keywords: France, François Hollande, election presidential, picture

## Wprowadzenie

19 marca 2012 roku Rada Konstytucyjna Francji zatwierdziła nazwiska dziesięciu kandydatów, którzy zdecydowali się na udział w wyborach prezydenckich. Wśród nich znaleźli się: Nicolas Sarkozy (Unia na Rzecz Ruchu Ludowego), François Hollande (Partia Socjalistyczna), Nathalie Arthaud (Walka Robotnicza), Philippe Poutou (Nowa Partia Antykapitalistyczna), Eva Joly (Zieloni), Jean-Luc Mélenchon (Front Lewicy), Jacques Cheminade (Solidarność i Postęp), François Bayrou (Ruch Demokratyczny), Nicolas Dupont-Aignan (Powstań Republika) i Marine Le Pen (Front Narodowy). Od początku kampanii wyborczej w rywalizacji o urząd prezydenta Francji największe szanse miało dwóch kandydatów – ubiegający się o reelekcję Nicolas Sarkozy z Unii na Rzecz Ruchu Ludowego i François Hollande z Partii Socjalistycznej<sup>1</sup>.

Celem artykułu jest wykazanie elementów kampanii prezydenckiej François Hollande'a, które wpłynęły na wizerunek tego kandydata i przyczyniły się do jego sukcesu wyborczego.

Przed wyborami Hollande nie był pozytywnie postrzegany przez opinię publiczną, jednak działania zmierzające do poprawy jego wizerunku odniosły zamierzony skutek. Zabiegi te stworzyły spójny obraz polityka, który jest gotowy do sprawowania funkcji prezydenta Republiki Francuskiej.

Materiał badawczy wykorzystany w artykule obejmuje dzienniki: „Rzeczpospolita” (numery, które ukazały się od 21–22.04. do 08.05.2012 roku) i „Gazeta Wyborcza” (z okresu od 14–15.04. do 07.05.2012 roku). W wybranych numerach wyżej wymienionych gazet zawarte były odniesienia do kampanii wyborczej we Francji, jej planowania, przebiegu, podsumowania i oceny.

### Wizerunek jako element językowego obrazu świata

Okres kampanii wyborczej to czas, kiedy kandydaci muszą zaprezentować się jak najlepiej, aby przekonać do siebie wyborców. W sposób szczególny muszą dbać o swój wizerunek. Wpływa to na treść przekazów medialnych, które kształtują sposób postrzegania kandydatów przez wyborców.

---

<sup>1</sup> PAP, *Lista kandydatów jest. Kampania „zawieszona”*, <http://www.tvn24.pl/wiadomosci-ze-swiata,2/lista-kandydatow-jest-kampania-zawieszona,204100.html> [dostęp 5 stycznia 2013]

Z wizerunkiem można łączyć pojęcie stereotypu. Jest to „generalizacja odnosząca się do grupy, w ramach której identyczne charakterystyki zostają przypisywane wszystkim bez wyjątku jej członkom, niezależnie od różnic między nimi”<sup>2</sup>.

Aleksy Awdiejew przyjął, że stereotypy można podzielić na dynamiczne i statyczne<sup>3</sup>. Elżbieta Laskowska uznała, że stereotypem dynamicznym jest wizerunek, który przeobraża się wraz ze zmianami społeczno-politycznymi. W czasie, gdy słabnie popularność pewnych sytuacji politycznych oraz ich bohaterów, przekonania na temat danej osoby również słabną i zanikają<sup>4</sup>. Okres kampanii wyborczej jest czasem szczególnym, kiedy kandydaci starają się wywierać na wyborcach jak najlepsze wrażenie i zacierać niepożądany obraz, jeśli taki przed kampanią prezydencką był w mediach propagowany lub wzmocnić jego pozytywny odbiór.

*Nowy słownik języka polskiego* podaje, że wizerunek „to czyjeś wyobrażenie o czymś, zwykle przekazywane innym; opisywać kogoś (lub coś) słowami”<sup>5</sup>. Media, które pełnią funkcję kreacyjną, pokazują jak należy postrzegać człowieka/zdarzenie/zjawisko. W czasie kampanii jest szczególnie ważne, aby wizerunek był spójny i jak najbardziej pozytywny.

Z wizerunkiem należy łączyć pojęcie autoprezentacji. Jest to „proces kontrolowania przez jednostkę sposobu, w jaki jest postrzegana przez otoczenie, (...) to proces, w którym człowiek daje otoczeniu do zrozumienia, że jest taką, a nie inną osobą, czy też, że posiada określone cechy”<sup>6</sup>. W przypadku kampanii nie zależy on wyłącznie od kandydata, ale wpływa na niego działanie całego sztabu wyborczego, który przygotowuje daną osobę do elekcji. W kreowaniu pozytywnego wizerunku pomagają również członkowie partii, z której kandydat kandyduje oraz jego rodzina.

Prowadząc kampanię wyborczą kandydaci prezentują określoną wizję świata. Opisują ją za pomocą języka. Jerzy Bartmiński rozumie językowy obraz świata jako „zawartą w języku interpretację rzeczywistości, którą można ująć w postaci zespołu sądów o świecie. Mogą to być sądy utrwalone w samym języku, w jego formach gramatycznych, słownictwie, kliszowanych tekstach (np. przysłów), bądź to przez formy i teksty języka implikowane”<sup>7</sup>.

---

<sup>2</sup> E. Aronson, T. D. Wilson, R. M. Akert, *Uprzedzenia: przyczyny i lekarstwa* [w:] E. Aronson, T. D. Wilson, R. M. Akert, *Psychologia społeczna: serce i umysł*, rozdział 13, Poznań 1997, s. 543.

<sup>3</sup> A. Awdiejew, *Standardy semantyczne w gramatyce komunikacyjnej (teoria i praktyka)* [w:] *Gramatyka komunikacyjna*, red. A. Awdiejewa, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa – Kraków 1999, s. 33–68.

<sup>4</sup> Laskowska E., *Przykład wizerunku, jako obiektu „trzeciej rzeczywistości”* [w:] *2 K: Kultura i Komunikacja*, nr 1-2, Wydawnictwo Naukowe Dolnośląskiej Szkoły Wyższej Edukacji TWP we Wrocławiu, Wrocław 2005, s. 58–61.

<sup>5</sup> *Nowy słownik języka polskiego*, red. E. Sobol, Wydawnictwo Szkolne PWN, Warszawa 2003, s. 675.

<sup>6</sup> M. Leary, *Wywieranie wrażenia na innych. O sztuce autoprezentacji*, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2004, s. 27, 29.

<sup>7</sup> J. Bartmiński, *Punkt widzenia, perspektywa, językowy obraz świata* [w:] *Językowy obraz świata*, red. J. Bartmiński, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 1999, s. 104.

Przykładem może być tutaj określenie Flanby, które dziennikarze odnosili przed kampanią prezydencką do François Hollande'a. To wartościujące określenie budowało negatywny obraz tego polityka jako osoby pozbawionej charyzmy.

Bartmiński uważa, że wizja świata prezentowana przez media jest zróżnicowana i skontrastowana w większym stopniu niż obraz świata, jaki funkcjonuje w społeczeństwie rozumianym jako wspólnota historyczno-kulturowa i językowa. Spory ideologiczne w mediach wynikają z przyjęcia określonego punktu widzenia. Z drugiej strony – z intencji nadawcy, który przyjmuje określony punkt widzenia ze względu na opinię publiczną. W sytuacji oficjalnej potoczny językowy obraz świata jest uprzedmiotowiony<sup>8</sup>. Rzeczywistość kreowana poprzez wypowiedzi na temat przeciwników politycznych jest bardzo różnorodna. Zależy od dyskursu ideologicznego, przynależności partyjnej, aktualnych wydarzeń na scenie politycznej oraz indywidualnych zachowań właściwych dla danego nadawcy.

W języku nadawców komunikatów w dyskursie publicznym pojawiają się różne konteksty sytuacyjne. W tym przypadku każdy polityk buduje własną wizję świata, co spowodowane jest chęcią osiągnięcia konkretnych celów, np. uzyskania poparcia wyborców.

### **Wizerunek François Hollande'a przed kampanią wyborczą w 2012 roku**

W wyborach prezydenckich w 2007 roku głównymi kandydatami na urząd prezydenta Francji byli: Nicolas Sarkozy z Unii na Rzecz Ruchu Ludowego oraz Ségolène Royal z Partii Socjalistycznej. François Hollande był wówczas partnerem kandydatki socjalistów. Francuzi go nie lubili, co niekorzystnie wpływało na sposób postrzegania jego partnerki. Royal przegrała wybory prezydenckie a negatywny obraz jej partnera utrwalił się.

W 2011 roku nikt nie przypuszczał, że François Hollande zostanie kandydatem Partii Socjalistycznej na urząd prezydenta. Początkowo był nim Dominique Strauss-Kahn. Oskarżenie o gwałt uniemożliwiło mu kandydowanie. W Partii Socjalistycznej zaczęły się poszukiwania osoby, która mogłaby zostać jego następcą<sup>9</sup>.

Od wyborów prezydenckich w 2007 roku w życiu osobistym Royal i Hollande'a wiele się zmieniło. Para rozstała się. Miał to być przełomowy moment w karierze socjalisty. Przestał być postrzegany jedynie przez pryzmat swojej ówczesnej partnerki, schudł, zmienił

---

<sup>8</sup> J. Bartmiński, *Wartości i ich profile medialne* [w:] *Ideologie w słowach i obrazach*, red. J. Bartmiński, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 2008, s. 23–24.

<sup>9</sup> D. Pszczołkowska, *Cztery damy Francji*, „Gazeta Wyborcza”, 14–15.04.2012, s. 10.

styl ubierania się i wziął udział w prawyborach partii, które wyłoniły go jako kandydata na urząd prezydenta<sup>10</sup>.

W Partii Socjalistycznej nie wyróżniał się. Stanowił pomost między różnymi jej frakcjami. Postrzegano go jako osobę przeciętną, co nie było dobrze odbierane<sup>11</sup>. Przekonał jednak działaczy Partii Socjalistycznej, że reprezentuje zwykłych członków ugrupowania i tym sposobem zyskał ich aprobatę. Wtedy też zaczęto wracać uwagę na kolejne negatywne elementy jego wizerunku.

Oceniano, że socjalista jest mało charyzmatyczny, nie wyróżnia się. Z tego powodu przed kampanią prezydencką Francuzi żartobliwie nazywali go Flanby (budyń). Jego oponenti zaznaczali, że kandydat socjalistów nie ma doświadczenia na najwyższych stanowiskach państwowych. Taka ocena kandydata na początku kampanii prezydenckiej wymagała zmiany i uzupełnienia jej o kolejne, pozytywne elementy, które miały zbudować i utrwaląć pozytywny odbiór Hollande'a przez opinię publiczną.

### **Wizerunek François Hollande'a w czasie kampanii prezydenckiej w 2012 roku**

Kandydat Partii Socjalistycznej od samego początku był postrzegany jako osoba miła, wykształcona i autoironiczna, chociaż tej ostatniej cechy nie miał ukazywać podczas kampanii<sup>12</sup>.

Brak charyzmy to jeden z głównych zarzutów, który był formułowany w odniesieniu do Hollande'a. Próbował to wykorzystać obiecując Francuzom, że jeżeli wygra wybory, będzie „normalnym” prezydentem<sup>13</sup>.

Wizerunek kandydata socjalistów budowano na programie gospodarczym. Zakładał on zmniejszenia deficytu budżetowego i bezrobocia poprzez zbalansowanie wydatków i dochodów do 2017 roku. Krytycy przestrzegali przed takimi działaniami, ponieważ socjalista nie przedstawiał konkretnego planu działania w tej kwestii, co w przyszłości mogło doprowadzić kraj do jeszcze gorszej sytuacji<sup>14</sup>. W miarę rozwoju kampanii prezentował wyborcom swoją wizję gospodarki krajowej i działalności na arenie międzynarodowej, głównie w ramach przynależności do Unii Europejskiej.

Najwięcej emocji wywołała propozycja socjalisty dotycząca wprowadzenia 75-procentowego podatku dla osób zarabiających powyżej miliona euro rocznie.

---

<sup>10</sup>~lor, *Niedoceniany przywódca*, „Rzeczpospolita”, 07.05.2012, s. A11.

<sup>11</sup> D. Pszczołkowska, *Pierwsza tura dla Hollande'a*, „Gazeta Wyborcza”, 23.04.2012, s. 12.

<sup>12</sup> A. Smolar, *Obolała Francja tęskni za arkadią*, „Gazeta Wyborcza”, 23.04.2012, s. 10.

<sup>13</sup> D. Pszczołkowska, *Cztery damy Francji*, „Gazeta Wyborcza”, 14–15.04.2012, s.10.

<sup>14</sup> W. Lorenz, A. Słojewska, *Czy Francja skręci na lewo*, „Rzeczpospolita”, 07.05.2012, s. A10.

Dziennikarze zaznaczali, że to jedynie działanie na użytek kampanii. Część komentatorów określała tę zapowiedź mianem demagogii, populizmu i negowania rzeczywistości<sup>15</sup>. Inni podkreślali, że to gest symboliczny, który miał pokazać, że Sarkozy przestał zajmować się opodatkowaniem dochodów najbogatszych Francuzów a Hollande o tym pamięta. Propozycja ta miała zaskarbić socjaliście sympatię rodaków, ponieważ wpływy do budżetu od takiego podatku byłyby minimalne.

W podobnym tonie oceniano deklarację utworzenia 60 tysięcy miejsc pracy dla nauczycieli w ciągu pięciu lat. Polityk zapowiedział, że podejmie działania na rzecz obniżenie wieku emerytalnego z 62 na 60 lat, czyli do poziomu obowiązującego przed reformą Nicolasa Sarkozy'ego<sup>16</sup>. Hollande unikał wypowiedzi na temat długu publicznego, który w przypadku wprowadzenia tych zmian zostałby jeszcze powiększony. Dla wyborców obietnice te były jednak istotne, ponieważ deklarował, że będzie pobudzał gospodarkę poprzez tworzenie nowych miejsc pracy. Podkreślano, że kandydat socjalistów zamierza zwiększyć wydatki o 20 milionów euro w perspektywie kilku lat. Hollande deklarował, że za te pieniądze zamierza np. stworzyć 150 tysięcy miejsc pracy dla ludzi młodych oraz 60 tysięcy etatów w edukacji. Zrównoważenie budżetu w tej sytuacji chciał osiągnąć przez podniesienie podatków<sup>17</sup>. Nie poinformował o tym jednak od razu. Przez długi czas nie odpowiadał na pytanie skąd pozyska środki na zrealizowanie tych obietnic. Komentatorzy przewidywali, że Hollande po objęciu urzędu prezydenta ostrożnie będzie konsolidował wydatki, ale nie zdecyduje się na drastyczne zmiany w polityce.

Podczas kampanii wyborczej kandydat Partii Socjalistycznej mówił także o konieczności wprowadzenia podatku od transakcji finansowych i większych poborów od dochodów bankowych<sup>18</sup>.

Dziennikarze uważali, że Hollande zamierza uczynić Francję krajem sprawiedliwości społecznej. Państwo powinno naprawiać nieprawidłowości, które powstają w warunkach gospodarki rynkowej. Socjalista deklarował, że będzie to możliwe po utworzeniu banku inwestycyjnego, który będzie pomagał przedsiębiorstwom najważniejszym z punktu widzenia francuskiej gospodarki<sup>19</sup>.

Inną ważną kwestią poruszoną przez François Hollande'a było jego opowiedzenie się za nadaniem praw wyborczych imigrantom spoza Europy. Element ten został wykorzystany

---

<sup>15</sup> D. Pszczółkowska, *Hollande pchnie Europę w lewo?*, „Gazeta Wyborcza”, 21–22.04.2012, s. 9.

<sup>16</sup> P. Jendroszczyk, *Nowa Francja. Na ile nowa?*, „Rzeczpospolita”, 21–22.04.2012, s. A8.

<sup>17</sup> W. Lorenz, *Kryzys szansą dla lewicy*, „Rzeczpospolita”, 24.04.2012, s. A8.

<sup>18</sup> Tamże.

<sup>19</sup> P. Jendroszczyk, *Nowa Francja. Na ile nowa?*, „Rzeczpospolita”, 21–22.04.2012, s. A8.

dla ukazania poparcia, jakim cieszy się ten polityk. Jego pobyt na przedmieściach Paryża została sfilmowana przez dwóch reżyserów. Stworzyli oni utwór, gdzie w rytmach hip-hopu pokazali ciemnoskórych obywateli Francji, którzy popierali socjalistycznego kandydata<sup>20</sup>. Hollande został przedstawiony jako osoba otwarta, która dąży do jedności. Z drugiej strony polityk ten zapowiadał, że w czasie kryzysu konieczne jest ograniczenie imigracji zarobkowej spoza Unii Europejskiej<sup>21</sup>.

Kolejna grupa propozycji Hollande'a podczas kampanii prezydenckiej dotyczyła zmian w polityce zewnętrznej, związanej z funkcjonowaniem w ramach Unii Europejskiej. Deklaracją wyborczą, do której często odwoływali się dziennikarze, była zapowiedź Hollande'a dotycząca renegocjacji paktu fiskalnego i apel o wsparcie wzrostu gospodarczego przez Europejski Bank Centralny. Komentatorzy podkreślali, że wybór socjalisty na urząd prezydenta Francji będzie niósł zmianę zaangażowania tego kraju w Europie, bowiem Hollande nie jest zwolennikiem zmniejszania wydatków. Stał się w ten sposób symbolem odejścia od polityki cięć stosowanej przez Angelę Merkel. Dziennikarze pisali, że takie postępowanie może mieć poważne skutki<sup>22</sup>. Thomas Poguntke z Uniwersytetu Heinricha Heinego w Düsseldorfie stwierdził, że charyzmatyczny przywódca lewicowy we Francji mógłby zmotywować do działania socjaldemokratów z innych krajów. Podkreślił jednak, że nie uważa, aby tym politykiem był Hollande<sup>23</sup>.

Socjalistę postrzegano jednak jako równowagę a zarazem wyzwanie dla Angeli Merkel, która jest zwolenniczką zdecydowanych oszczędności w Unii<sup>24</sup>. Uważano, że Hollande może zmusić Niemcy do zmniejszenia cięć wydatków<sup>25</sup>. Uznano, że wokół Francji stworzy się obóz będący w opozycji do polityki Niemiec.

Nicolas Sarkozy i François Hollande w swoich kampaniach byli zgodni, że wysoka pozycja Francji w Europie nie może wynikać jedynie z dobrych stosunków francusko-niemieckich<sup>26</sup>.

Chociaż plan renegocjacji paktu fiskalnego wzbudzał wiele emocji, komentatorzy twierdzili, że zmienić go nie można. Podkreślano, że istnieje jedynie możliwość podpisania protokołu o wzroście gospodarczym. Zauważono jednak, że stanowczość związana

---

<sup>20</sup> D. Pszczółkowska, *Le Pen w lazience, Sarkozy w kosmosie*, „Gazeta Wyborcza”, 19.04.2012, s. 10.

<sup>21</sup> *Taż*, *Hollande pchnie Europę w lewo?*, „Gazeta Wyborcza”, 21–22.04.2012, s. 9.

<sup>22</sup> J. Rupnik, *Kandydaci nie kłamią, ale nie mówią całej prawdy*, „Gazeta Wyborcza”, 23.04.2012, s. 12.

<sup>23</sup> W. Lorenz, *Kryzys szansą dla lewicy*, „Rzeczpospolita”, 24.04.2012, s. A8.

<sup>24</sup> Ch. Bertram, *Hollande, nowy problem Angeli Merkel*, „Rzeczpospolita”, 07.05.2012, s. 29.

<sup>25</sup> W. Lorenz, *Kryzys szansą dla lewicy*, „Rzeczpospolita”, 24.04.2012, s. A8.

<sup>26</sup> P. Jendroszczyk, *Nowa Francja. Na ile nowa?*, „Rzeczpospolita”, 21–22.04.2012, s. A8.

z koniecznością wprowadzenia zmian w pakcie w miarę upływu kampanii wyborczej socjalisty słabła.

Dziennikarze twierdzili, że niektóre pomysły Hollande'a mogą zyskać aprobatę ze strony unijnych przywódców, nawet Angeli Merkel. Kandydat ten wysunął pomysł emisji wspólnych euroobligacji. Pieniądze uzyskane w ten sposób proponował przeznaczyć na rozwój infrastruktury. Opowiedział się za zwiększeniem środków Europejskiego Banku Inwestycyjnego. Postulował przesunięcie do innych regionów niewykorzystanych funduszy strukturalnych. Zaproponował także przyznanie licencji Europejskiemu Mechanizmowi Stabilizacyjnemu (funduszu ratunkowemu strefy euro). Dzięki takiemu rozwiązaniu fundusz ten mógłby zaciągać pożyczki w Europejskim Banku Centralnym i pomóc zadłużonym krajom strefy euro<sup>27</sup>.

Kolejnym ważnym elementem kampanii prezydenckiej Hollande'a było jego zachowanie i język. Sposób wypowiedzania się socjalisty porównywano do stylu Mitterranda, chociaż program tego drugiego oceniano jako bardziej lewicowy<sup>28</sup>. Z tego powodu zakładano, że Hollande będzie mniej radykalnym socjalistą. Jego propozycje gospodarcze porównywano do polityki Baracka Obamy<sup>29</sup>. Przewidywano, że wybory zweryfikują jego propozycje reform, ponieważ będzie musiał dostosować swoje działania do realiów, które narzuca kryzys gospodarczy<sup>30</sup>. Nie zmienia to jednak faktu, że propozycje te były przez dziennikarzy szeroko omawiane.

W swoich wypowiedziach Hollande starał się nie antagonizować. Skupiał się na budowaniu porozumienia. Jego język nie był tak agresywny jak ten, którym posługiwał się jego główny oponent z Unii na Rzecz Ruchu Ludowego. Do zwycięstwa miało go poprowadzić hasło „Zmiany – teraz”<sup>31</sup>. Chociaż w sondażach przedwyborczych zajmował pierwsze miejsce, nie przestawał mobilizować swojego elektoratu do wzięcia udziału w głosowaniu. Nie przejawiał zbytniej pewności siebie. Do samego końca podkreślał, że wynik głosowania nie jest przesądzony. Dziennikarze twierdzili, że na kilka dni przed pierwszą turą wyborów prezydenckich Hollande miał już poczucie zwycięstwa, chociaż starał się tego nie okazywać.

Komentatorzy chwalili socjalistę za jego postawę podczas debaty prezydenckiej z Sarkozy'm. Podkreślali, że mniej korzystnie wypadał w mediach niż jego oponent.

---

<sup>27</sup> A. Słojewska, *Nowy wiatr z Paryża*, „Rzeczpospolita”, 08.05.2012, s. A10.

<sup>28</sup> P. Marliere, *Prezydent musi jednoczyć, a nie dzielić społeczeństwo*, „Rzeczpospolita”, 07.05.2012, s. A10

<sup>29</sup> D. Pszczółkowska, *Hollande pchnie Europę w lewo?*, „Gazeta Wyborcza”, 21–22.04.2012, s. 9.

<sup>30</sup> P. Jendroszczyk, *Nowa Francja. Na ile nowa?*, „Rzeczpospolita”, 21–22.04. 2012, s. 10.

<sup>31</sup> D. Pszczółkowska, *Cztery damy Francji*, „Gazeta Wyborcza”, 14-15.04.2012, s. 10.

Ówczesny prezydent był od niego lepszym mówcą. Dziennikarze zgodnie stwierdzili jednak, że socjalista bardzo dobrze zaprezentował się podczas trwającej prawie trzy godziny debaty prezydenckiej. Chociaż wielokrotnie oskarżano go o brak charyzmy, to zarzuty ze strony Sarkozy'ego odpychał skutecznie. Rządziej od niego podnosił głos i wykazał słabość prezydentury kandydata prawicy. Okazał się dobrze przygotowany do starcia.

Sarkozy przestrzegał przed wyborem Hollande'a. Swoje słowa kierował do Francuzów i innych Europejczyków. Odwoływał się szczególnie do paktu fiskalnego, który zmusza do dyscypliny podatkowej i ograniczenia wydatków. Podkreślał, że kandydat Partii Socjalistycznej chce zwiększać wydatki, co może doprowadzić kraj do sytuacji, która ma obecnie miejsce w Hiszpanii<sup>32</sup>.

Podczas debaty Hollande często przerywał Sarkozy'emu. Kandydaci zarzucali sobie kłamstwa. Dyskusja ta pokazała jednak, że socjalista ma odwagę i kwalifikacje do kierowania krajem, co wcześniej poddawano w wątpliwość.

Według ekspertów spotkanie kandydatów zakończył się remisem, jednak Hollande więcej na nim zyskał. Zaczęto go postrzegać jako właściwego człowieka na właściwym miejscu. Wcześniej zarzucano mu, że jest politykiem bez doświadczenia, który jedynie zajął miejsce Dominique'a Straussa-Kahna<sup>33</sup>.

Sytuacja socjalisty w miarę upływu kampanii stawała się coraz trudniejsza, głównie przez wzmożoną działalność jego głównego oponenta – Nicolasa Sarkozy'ego. Kolejnym zagrożeniem był dla niego Jean-Luc Mélenchon, kandydat komunistów, który w badaniach zyskiwał nawet 15% poparcia. Zajął on tę część elektoratu lewicy, której nie zagospodarował Hollande<sup>34</sup>. Dziennikarze podkreślali, że socjalista „musi ostro skrócić w lewo przed drugą turą”<sup>35</sup>, jeżeli zależało mu na głosach, które w pierwszej turze zdobył Jean-Luc Mélenchon.

Aby zwiększyć szanse socjalisty na wygraną w jego kampanię prezydencką zaangażowała się Ségolène Royal, z którą polityk ma czwórkę dzieci. Wspierała go również Valérie Trierweiler, z którą jest obecnie związany. Jednak to pierwsza z pań została nazwana najbardziej wpływową kobietą kampanii<sup>36</sup>. Partnerki – była i obecna – stały się kolejnym elementem budowania pozytywnego wizerunku kandydata.

Dziennikarze podkreślali, że Hollande i Sarkozy dzięki swoim młodym związkom nadali sobie pewnej świeżości w polityce. Nowa partnerka socjalisty dodała mu blasku

---

<sup>32</sup> A. Słojewska, *Nowy wiatr z Paryża*, „Rzeczpospolita”, 08.05.2012, s. A10.

<sup>33</sup> Ch. Bartram, *Hollande – nowy problem Angeli Merkel*, „Rzeczpospolita”, 08.05.2012, s. A10.

<sup>34</sup> D. Pszczółkowska, *Cztery damy Francji*, „Gazeta Wyborcza”, 14-15.04.2012, s. 27.

<sup>35</sup> P. Jendroszczyk, *Nowa Francja. Na ile nowa?*, „Rzeczpospolita”, 21-22.04.2012, s. A8.

<sup>36</sup> D. Pszczółkowska, *Cztery damy Francji*, „Gazeta Wyborcza”, 14-15.04.2012, s. 10.

i tajemniczości. Przez jego sztabowców została nawet nazwana „czarującym atutem” ich kandydata. Jednak większą rolę w kampanii odegrała Royal. Podkreślano, że to ona miała dużą rolę przy przebiegu jego kampanii bezpośredniej<sup>37</sup>.

Hollande zapowiedział, że nawet po wygranych wyborach nie ożeni się ze swoją obecną towarzyszką Valérie Trierweiler, nawet, jeżeli będzie się to wiązało z problemami wynikającymi z protokołu dyplomatycznego. Taka deklaracja oznaczała zerwanie z dotychczasową tradycją, jednak nie miała wpływu na poparcie dla tego kandydata.

Pochwały doczekała się postawa Hollande’a. Jacques Chirac w swoich pamiętnikach określił go mianem „mąż stanu”<sup>38</sup>. Miał on również udzielić swojego poparcia Hollande’owi. Pytany jednak o to przez dziennikarzy – zaprzeczał. Informacja o tym, że Hollande’a popiera polityk z Unii na Rzecz Ruchu Ludowego, były prezydent, również pomogła w budowaniu pozytywnego obrazu socjalisty (nawet jeżeli Chirac po pewnym czasie temu zaprzeczył).

Ostatnim ważnym elementem kreowania wizerunku Hollande’a było jego odróżnianie się od Sarkozy’ego polegające na podkreślaniu skromności. Podczas gdy reprezentanta Unii na Rzecz Ruchu Ludowego oskarżano o wystawne życie na koszt podatników, w prasie pojawiły się zdjęcia pokazujące jak François Hollande jeździ po Paryżu na skuterze<sup>39</sup>. Socjalista zapowiedział, że jest zwolennikiem obniżenia pensji prezydenta. Takie deklaracje i postawa świadczyły na jego korzyść. Prezentował się jako osoba, która nie tylko mówi o potrzebie oszczędzania, ale sama żyje według tej zasady.

### **Podsumowanie**

Georges Mink, francuski socjolog, stwierdził, że kampania wyborcza Hollande’a była bardzo dobrze zorganizowana. Socjalista przedstawił się w niej jako kandydat, który ma jasno określone cele i możliwość dokonania zmian we francuskiej polityce. Jego atutem miało być także to, że nie dał się prowokować Sarkozy’emu, a jego kampania nie była agresywna. To spowodowało, że dla lewicowych wyborców stanowił niemal ideał „socjaldemokratycznego męża stanu”<sup>40</sup>. Zdaniem tego badacza kandydat Partii Socjalistycznej został zdemonizowany przez polityków prawicy, podczas gdy jest to człowiek spokojny, który będzie dążył do tego, aby Europa podążył w kierunku neokeynesizmu<sup>41</sup>.

---

<sup>37</sup> Tamże.

<sup>38</sup> ~lor, *Niedoceniany przywódca*, „Rzeczpospolita”, 07.05.2012, s. A11.

<sup>39</sup> Tamże.

<sup>40</sup> G. Mink, *Dla prawicy socjalista jest jak sowieckie czolgi pod Paryżem*, „Rzeczpospolita”, 23.04.2012, s. A11.

<sup>41</sup> Tamże.

Elementy kampanii prezydenckiej François Hollande'a, które wpłynęły na wizerunek tego kandydata i przyczyniły się do jego sukcesu wyborczego to, po pierwsze, program wyborczy obejmujący propozycje zmian w kraju i wytyczający kierunek polityki zagranicznej. Drugi element związany jest z językiem i postawą kandydata. Kolejnymi czynnikami było pozytywne zaprezentowanie się podczas debaty prezydenckiej i poparcie ze strony byłej oraz obecnej partnerki polityka. Ostatni element stanowiło odróżnianie się od głównego oponenta, Nicolasa Sarkozy'ego, poprzez podkreślanie swojej skromności i oszczędności.

Czynniki te spowodowały, że 22 kwietnia 2012 roku, podczas pierwszej tury wyborów prezydenckich, François Hollande zdobył 28,63% głosów a Nicolas Sarkozy 27,18%. Ostatecznie, 6 maja 2012 roku, w II turze wyborów kandydat Partii Socjalistycznej pokonał starającego się o reelekcję prezydenta stosunkiem głosów 51,62% do 48,38%<sup>42</sup>.

W ten sposób socjalista – mało charyzmatyczny, cichy, bez doświadczenia w administracji rządowej został prezydentem V Republiki Francuskiej.

---

<sup>42</sup> S. Parzymies, *Francois Hollande. Nowy architekt polityki zagranicznej Francji* [w:] *Sprawy międzynarodowe*, nr 2, Polski Instytut Spraw Międzynarodowych, Warszawa 2012, s. 55.

## **Bibliografia**

- Aronson E., Wilson T.D., Alert R. M., *Uprzedzenia: przyczyny i lekarstwa* [w:] Aronson E., Wilson T. D., Alert R. M., *Psychologia społeczna: serce i umysł*, rozdział 13, przeł. Bezwińska A., Wydawnictwo Zysk i S-ka, Poznań 1997.
- Awdziejew A., *Standardy semantyczne w gramatyce komunikacyjnej (teoria i praktyka)* [w:] *Gramatyka komunikacyjna*, red. Awdziejewa A., Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa – Kraków 1999.
- Bartmiński J., *Punkt widzenia, perspektywa, językowy obraz świata* [w:] *Językowy obraz świata*, red. Bartmiński J., Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 1999.
- Bartmiński J., *Wartości i ich profile medialne* [w:] *Ideologie w słowach i obrazach*, red. Kamińska-Szmaj I., Spiekot T., Poprawa M., Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 2008.
- Laskowska E., *Przykład wizerunku jako obiektu „trzeciej rzeczywistości”* [w:] *2 K: Kultura i Komunikacja*, nr 1–2, Wydawnictwo Naukowe Dolnośląskiej Szkoły Wyższej Edukacji TWP we Wrocławiu, Wrocław 2005.
- Leary M., *Wywieranie wrażenia na innych. O sztuce autoprezentacji*, przeł. Kacmąjor A., Kacmąjor M., Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2004.
- Nowy słownik języka polskiego*, red. Sobol E., Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2003.
- Parzymies S., *Francois Hollande. Nowy architekt polityki zagranicznej Francji* [w:] *Sprawy międzynarodowe*, nr 2, Polski Instytut Spraw Międzynarodowych, Warszawa 2012.

## **Prasa:**

- „Gazeta Wyborcza”, 14–15.04.2012.
- „Gazeta Wyborcza”, 19.04.2012.
- „Gazeta Wyborcza”, 20.04.2012.
- „Gazeta Wyborcza”, 21–22.04.2012.
- „Gazeta Wyborcza”, 23.04.2012.
- „Gazeta Wyborcza”, 30.04.2012.
- „Gazeta Wyborcza”, 04.05.2012.
- „Gazeta Wyborcza”, 07.05.2012.
- „Rzeczpospolita”, 21–22.04.2012.

„Rzeczpospolita”, 23.04.2012.

„Rzeczpospolita”, 24.04.2012.

„Rzeczpospolita”, 04.05.2012.

„Rzeczpospolita”, 05–06.05.2012.

„Rzeczpospolita”, 07.05.2012.

„Rzeczpospolita”, 08.05.2012.

**Źródła internetowe:**

PAP, *Lista kandydatów jest. Kampania „zawieszona”*, <http://www.tvn24.pl/wiadomosci-ze-swiatea,2/lista-kandydatow-jest-kampania-zawieszona,204100.html>, [dostęp 5 stycznia 2013],