

Vilniaus universitetas
TARPTAUTINIŲ SANTYKIŲ IR POLITIKOS MOKSLŲ INSTITUTAS

TARPTAUTINIŲ SANTYKIŲ IR DIPLOMATIJOS MAGISTRO PROGRAMA

GABRIELĖ BERNATAVIČIŪTĖ
II kurso studentė

**2017 METŲ PRANCŪZIJOS PREZIDENTO RINKIMAI: EUROPOS
VIZIJA KAMPANIJŲ RETORIKOJE**

MAGISTRO DARBAS

Darbo vadovė: Dr. Dovilė Jakniūnaitė

Vilnius, 2018 m.

Magistro darbo vadovo/ės išvados dėl darbo gynimo:

.....
.....
.....

.....

(data)

.....

(v., pavardė)

.....

(parašas)

Magistro darbas įteiktas gynimo komisijai:

.....

(data)

.....

(Gynimo komisijos sekretoriaus/ės parašas)

Magistro darbo recenzentas/ė:

.....

(v., pavardė)

Magistro darbų gynimo komisijos įvertinimas:

.....

Komisijos pirmininkas/ė:

Komisijos nariai:

BIBLIOGRAFINIO APRAŠO LAPAS

Bernatavičiūtė G. 2017 metų Prancūzijos prezidento rinkimai: Europos vizija kampanijų retorikoje. Tarptautinių santykių ir diplomatinės specialybės, magistro darbas / VU Tarptautinių santykių ir politikos mokslų institutas; darbo vadovė D. Jakniūnaitė. – V., 2018. – 45 p.

Reikšminiai žodžiai: Prancūzija, Europos Sąjunga, Europos vizija, prezidento rinkimai, rinkiminė kampanija, nacionalinis identitetas, Europos tapatybė, federalizmas, populizmas, euroskepticizmas, nepriklausomybė, saugumas.

Šiame darbe nagrinėjama 2017 metų Prancūzijos prezidento rinkimų kampanija, siekiant išsiaiškinti, kokias Europos vizijas rinkėjams siūlė du pagrindiniai kandidatai į Prancūzijos prezidentus – Emmanuel Macron ir Marine Le Pen. Teorinėje darbo dalyje yra aptariami du, ankstesniuose politiniuose tyrimuose naudoti, Europos vizijų skirstymai pagal kuriuos vertinamos ir tiriamų kandidatų siūlytos Europos vizijos. E. Macron ir M. Le Pen rinkiminės kampanijos yra nagrinėjamos turinio analizės pagalba. Tyrimas apima abiejų kandidatų rinkimines programas, reklaminius klipus, rinkiminius plakatus bei galutinius pasisakymus rinkėjams, prieš antrąjį rinkimų turą.

PATVIRTINIMAS APIE ATLIKTO DARBO SAVARANKIŠKUMĄ

Patvirtinu, kad įteikiamas darbas **2017 metų Prancūzijos prezidento rinkimai: Europos vizija kampanijų retorikoje**. yra:

1. Atliktas mano paties ir nėra pateiktas kitam kursui šiame ar ankstesniuose semestruose;
2. Nebuvo naudotas kitame Institute/Universitete Lietuvoje ir užsienyje;
3. Nenaudoja šaltinių, kurie nėra nurodyti darbe, ir pateikia visą panaudotos literatūros sąrašą.

Gabrielė Bernatavičiūtė

Turinys

Įvadas.....	6
1. Prancūzijos Europos vizija	9
1.1. Europos vizijos vystymasis.....	9
1.2. Veiksniai, lemiantys Prancūzijos visuomenės Europos viziją.....	12
2. Rinkiminių kampanijų analizė	15
2.1. Strateginis temų ir retorikos pasirinkimas.....	15
2.2. Ankstesnių Prancūzijos prezidento rinkimų analizė	18
2.3. Metodai, rinkimų kampanijoms tirti	19
3. Tyrimas.....	21
3.1. Metodologija	21
3.2. Rinkiminių kampanijų šaltinių analizė	23
3.2.1. Atvirumas/uždarumas	23
3.2.2. Saugumas/grėsmė	28
3.2.3. Bendradarbiavimas/nepriklausomybė	30
3.3. Kandidatų vizijų apibendrinimas ir kategorizacija	35
Išvados	38
Šaltinių ir literatūros sąrašas.....	40
Summary.....	44

Įvadas

Po Jungtinės Karalystės sprendimo trauktis iš Europos Sąjungos (ES), ES ateitis tapo vienu labiausiai aptarinėjamų klausimų daugelyje Europos šalių. Įvairūs, po Brexit daryti tyrimai rodė nevienareikšmes nuotaikas skirtingose Europos Sąjungos šalyse. Nors bendra parama Europos Sąjungai augo¹, taip pat išryškėjo ES piliečių noras grąžinti kuo daugiau sprendimų priėmimo galios į nacionalinės valdžios rankas². Viešumoje pasigirdo pasvarstymai apie tai, kas galėtų būti kita šalis, sieksianti palikti ES. Ne vienoje ES šalyje buvo pastebima *palanki* aplinka inicijuoti išstojimą iš Sąjungos dėl šalyse vyraujančių euroskeptiškų nuotaikų (pavyzdžiui, Vengrijoje ar Austrijoje)³. Tuo tarpu kai kuriose ES narėse pasigirdo realūs raginimai rengti referendumą dėl išstojimo iš ES (pavyzdžiui, Čekijoje, Olandijoje ar Danijoje)⁴. Svarstymai apie Europos Sąjungos ateitį ir savo vaidmenį joje neaplenkė ir vienos iš ES įkūrėjų – Prancūzijos.

2017 metais Prancūzijoje vykę prezidento rinkimai tapo puikia arena debatams apie Europos Sąjungą. Nors prancūzai ilgai buvo laikomi Europos integracijos entuziastais⁵, 2017 metų prezidento rinkimai aiškiai parodė, kad euroskeptikų balsas Prancūzijoje taip pat yra stiprus. Rinkimuose naudota retorika Europos Sąjungos atžvilgiu leido suprasti, kad šiuo metu Prancūzijoje yra galimos bent kelios skirtingos Europos vizijos ir būtent prezidento rinkimai gali tapti vienu iš įrankių išsiaiškinti, kuri iš tų vizijų šiuo metu vis dėlto yra dominuojanti. Visi prezidento rinkimuose dalyvavę kandidatai turėjo labai tvirtas ir tuo pat metu skirtingas nuomones, koks turėtų būti Prancūzijos vaidmuo Europos Sąjungoje. Pirmajame prezidento rinkimų ture daugiausiai balsų surinkę kandidatai (Emmanuel Macron, Marine Le Pen, François Fillon ir Jean-Luc Mélenchon) rinkėjams siūlė keturis skirtingus scenarijus Prancūzijos vaidmeniui Europoje. Daugiausiai rinkėjų balsų pirmajame rinkimų ture surinkęs ir galiausiai laimėjęs prezidento postą – E. Macron – iš visų kandidatų išsiskyrė kaip stipriausiai tikintis Europos ateitimi ir tvirtai palaikantis tolimesnę Europos integraciją⁶. Visiškai priešinga E. Macron kandidatė buvo M. Le Pen, kuri išsiskyrė kaip labiausiai euroskeptiška pretendė į prezidentus – ji pasisakė už tai, kad Prancūzija persiderėtų narystės ES

¹ Nick Gutteridge, „Support for the EU rockets in France ahead of election showdown between Macron and Le Pen“, 2017. <<https://www.express.co.uk/news/politics/799202/French-election-support-EU-rises-France-Le-Pen-Macron>> [Žiūrėta 2018 03 14].

² Bruce Stokes, Richard Wike ir Dorothy Manevich, „Post-Brexit, Europeans More Favorable Toward EU“, 2017. <<http://www.pewglobal.org/2017/06/15/post-brexit-europeans-more-favorable-toward-eu/>> [Žiūrėta 2017 03 14].

³ Kathryn Cain, „Time for Frexit, Spexit and Swexit? How Britain leaving EU could inspire nations like France, Spain and Sweden to reclaim control themselves“, 2017. <<https://www.thesun.co.uk/news/3207074/france-spain-sweden-could-leave-eu/>> [Žiūrėta 2018 03 14].

⁴ Ten pat

⁵ Bruno Cautrès, „Multidimensionality of EU attitudes in France: An issue for the understanding of the politicization of attitudes towards the EU“, *European Integration online Papers*, 16(7), 2012, 1-28.

⁶ Maïa De La Baume ir Quentin Ariès „French presidential candidates' EU wishlists“, 2017. <<https://www.politico.eu/article/france-elections-2017-presidential-candidates-eu-wishlists-macron-melenchon-le-pen-fillon/>> [Žiūrėta 2018 03 14].

sąlygas ar net paliktų Sąjungą⁷. Trečią vietą pirmajame rinkimų ture užėmęs F. Fillon pabrėžė pokyčių svarbą. Jo nuomone, Europai reikia permąstyti savo dabartinius veiksmus, griežtinant migracijos politiką bei stabdant tolimesnę ES plėtrą⁸. Galiausiai J. Mélenchon kritikavo rinkimų metu aptarinėtas ES prekybos sutartis su Jungtinėmis Amerikos Valstijomis (JAV) ir Kanada bei žadėjo rinkėjams patiems leisti pasirinkti, ar jie nori likti Europos Sąjungoje⁹.

Kandidatų retorika ES atžvilgiu gali atskleisti ir visuomenėje vyraujančias nuotaikas Europos klausimu. Visi paminėti pretendentai į prezidentus pirmajame rinkimų ture surinko apie 20% rinkėjų balsų¹⁰, taigi tarsi būtų galima teigti, kad visos kandidatų siūlytos Europos vizijos rado savo auditoriją (žinoma, atsižvelgiant į tai, kad retorika ES atžvilgiu nebuvo vienintelis ir būtinai lemiantis kriterijus, renkantis kandidata). Vis dėlto, verta atkreipti dėmesį į tai, kad politinio elito išsakoma pozicija dažnai yra formuojanti visuomenės požiūrį tam tikru klausimu, o ne atvirkščiai¹¹. Taigi, norint iširti, kokia Europos vizija šiuo metu Prancūzijoje yra dominuojanti, verta analizuoti būtent politinio elito siūlomas Europos vizijas. Prancūzijos atveju, politikų formuojamas požiūris į Europą visuomet buvo svarbus. Skirtingais laikotarpiais vyravo skirtingos Europos vizijos tačiau visos jos buvo suformuotos tuo metu valdžioje esančių Prancūzijos politikų. Iki maždaug 1980-ųjų metų, o ypač Prancūzijai vadovaujant Charles de Gaulle, dominavo golistiškas požiūris į ES, kuomet buvo siekiama išlaikyti nacionalinių vyriausybių svarbą Europoje ir priešinamasi vienos, viršvalstybinės galios sukūrimui¹². Vėliau, į valdžią atėjus François Mitterrand prasidėjo tam tikras prancūzų europeizacijos procesas¹³. F. Mitterrand tikėjo glaudžiu Europos šalių bendradarbiavimu ir integracija¹⁴. Po F. Mitterrand valstybės vairą perėmęs Jacques Chirac taip pat buvo linkęs palaikyti Europos integracijos procesą¹⁵. Tiesa, jo nuomonė Europos atžvilgiu keitėsi gana radikaliai ir dar aštuntajame dešimtmetyje jis Europos projektą vertino labai skeptiškai¹⁶. Visos šios pozicijos, vienu ar kitu laikotarpiu dominavusios Prancūzijoje, politiniuose tyrimuose yra grupuojamos į skirtingas kategorijas.

⁷ Ten pat

⁸ Ten pat

⁹ Ten pat

¹⁰ Ten pat

¹¹ Sara Binzer Hobolt ir Sylvain Brouard, „Contesting the European Union? Why the Dutch and the French Rejected the European Constitution“, *Political Research Quarterly*, 64(2), 2011, 309-322.

¹² David Ramiro Troitiño, *European Integration: Building Europe*. Nova Science Publishers, Incorporated, 2013.

¹³ Martin Marcussen, Thomas Risse, Daniela Engelmann-Martin, Hans Joachim Knopf ir Klaus Roscher, „Constructing Europe? The evolution of French, British and German nation state identities“, *Journal of European Public Policy*, 6:4, 1999, 614-633.

¹⁴ Frederike Schotters, „Mitterrand's Europe: functions and limits of 'European solidarity' in French policy during the 1980s“, *European Review of History: Revue européenne d'histoire*, 24(6), 2017, 973-990.

¹⁵ Marcussen, et al., 621

¹⁶ Benjamin Leruth ir Nicholas Startin, „Between Euro-Federalism, Euro-Pragmatism and Euro-Populism: the Gaullist movement divided over Europe“, *Modern & Contemporary France*, 25(2), 2017, 153-169.

Martin Marcussen, Thomas Risse, Daniela Engelmann-Martin, Hans Joachim Knopf ir Klaus Roscher tirdami prancūzų, britų ir vokiečių tapatybių formavimąsi pokario laikotarpiu išskiria penkias Europos tapatybės idėjas: (1) liberali nacionalistinė tapatybė; (2) platesnė Europa; (3) Europa kaip „trečioji galia“; (4) moderni Europa; (5) Krikščioniška Europa¹⁷. Remiantis tokiu grupavimu, C. de Gaulle Prancūzija palaikė liberalios nacionalistinės tapatybės idėją, o F. Mitterrand ir J. Chirac pasisakė už platesnę Europą. Tuo tarpu, Benjamin Leruth ir Nicholas Startin, tirdami išskirtinai Prancūzija, siūlo kitas tris kategorijas Europos vizijai apibūdinti – Euro-Federalizmą, Euro-Populizmą ir Euro-Pragmatizmą¹⁸. Euro-Federalistai yra apibūdinami kaip palaikantys stiprios ES idėją ir pritariantys bent dalies galių perleidimui bendrai, viršvalstybinei galiai¹⁹. Tokio požiūrio į Europą pavyzdys yra F. Mitterrand laikų Prancūzija. Euro-Populistai pasižymi euroskeptiškumu ir žvelgia į Europos Sąjungą kaip į grėsmę²⁰. Galiausiai, Euro-Pragmatikai remia ES, bet yra linkę susilaikyti tam tikrais Gilesnės Europos integracijos klausimais²¹. Euro-Pragmatikais gali būti laikomi C. de Gaulle ir J. Chirac.

Atsižvelgiant į minėtus Marcussen et al. bei B. Leruth ir N. Startin skirstymus, pagrindinis šio darbo **tikslas** yra ištirti, kokias Europos vizijas rinkėjams siūlė du pagrindiniai kandidatai į Prancūzijos prezidentus 2017 metų prezidento rinkimuose – Emmanuel Macron ir Marine Le Pen. Tyrime analizuojami kandidatai yra pasirinkti dėl dviejų priežasčių. Pirmą, jie varžėsi galutiniam rinkimui į Prancūzijos prezidentus ture, taigi jų siūlytos idėjos sulaukė didžiausio visuomenės palaikymo ir gali būti laikomos vyraujančiomis Prancūzijos visuomenėje. Antra, E. Macron ir M. Le Pen pozicijos ES atžvilgiu yra radikaliausios, labiausiai skiriasi viena nuo kitos ir todėl gali atskleisti skirtingas, bet vis dėlto dominuojančias pozicijas Prancūzijoje Europos atžvilgiu. Šiame tyrime siekiama išsiaiškinti, ar kandidatų siūlomoms vizijoms patenka į jau egzistuojančių, Marcussen et al. ir B. Leruth ir N. Startin pasiūlytų vizijų kategorijas ar yra formuojamos visiškai naujos vizijos. Darbo tikslui pasiekti yra iškeliami pagrindiniai **uždaviniai** – (1) išnagrinėti abiejų kandidatų rinkimines kampanijas; (2) identifikuoti kandidatų kampanijose siūlomas Europos vizijas ir (3) priskirti kandidatų pasiūlytas Europos vizijas jau egzistuojančioms Europos vizijų kategorijoms. Šio darbo **objektas** yra E. Macron ir M. Le Pen rinkiminės kampanijos. Abiejų kandidatų rinkiminės kampanijos yra tiriamos turinio analizės metodu, nagrinėjant kandidatų rinkimines reklamas televizijoje, rinkiminiuosius plakatus, skirtus pirmajam ir antrajam rinkimų turams, oficialias rinkimines programas bei galutinius oficialius kreipimusis į rinkėjus, prieš antrąjį rinkimų turą.

¹⁷ Marcussen et al., 618

¹⁸ Leruth ir Startin, 155

¹⁹ Ten pat, 155

²⁰ Ten pat, 155

²¹ Ten pat, 155

1. Prancūzijos Europos vizija

Tiriant, Prancūzijos Europos viziją 2017 metų Prancūzijos prezidento rinkimų retorikoje reikia apžvelgti kaip istoriškai formavosi ir kas lėmė Prancūzijos požiūrį į Europą ir save Europoje. Dėl šios priežasties toliau apžvelgiama literatūra yra skiriama į dvi dalis – Prancūzijos Europos vizijos vystymąsi ir priežastis, lemiančias Prancūzijos visuomenės požiūrį į Europą ir Prancūziją joje.

1.1. Europos vizijos vystymasis

Galvojant apie Prancūzijos viziją Europai ir Prancūzijai joje, verta atkreipti dėmesį į politinį elitą ir prisiminti, kad vieni iš ES kūrėjų buvo būtent prancūzai. Jean Monnet ir Robert Schuman pasiūlyto Šumano plano (siūliusio bendrą Europos šalių anglies ir plieno gamybos kontrolę) priėmimas tapo pagrindu Europos Sąjungai²². Atsižvelgiant į Šumano plano idėją – glaudesnę Europos šalių bendradarbiavimą – galima teigti, kad J. Monnet ir R. Schuman matė Prancūziją kaip svarbią Europos dalį. Nepaisant to, autoriai, nagrinėjantys Prancūzijos europietiškąjį identitetą, pastebi, kad tuo pačiu laikotarpiu, kuomet yra priimamas Šumano planas (1950-ieji), Prancūzija (kaip ir kitos didžiosios Europos šalys) išgyvena rimtą tapatybės krizės laikotarpį, bandydamos nuspręsti, kaip turėtų atrodyti Europa²³. Marcussen et al. savo tyrime apie prancūzų, britų ir vokiečių tapatybės konstravimą išskiria penkias skirtingas Europos vizijas, svarstytas pokario laikotarpiu:

- 1) liberali nacionalistinė tapatybė, kuomet Europa yra matoma kaip tautinių valstybių junginys;
- 2) platesnė Europa, kurios pagrindas yra bendros vertybės, istorija, kultūra;
- 3) Europa kaip „trečioji galia“ – demokratinė socialistinė alternatyva tarp kapitalizmo ir komunizmo;
- 4) moderni Europa kaip dalis vakarų bendruomenės;
- 5) Krikščioniška Europa, besiremianti katalikiškais vertybėmis²⁴.

1950-ųjų/1960-ųjų Prancūzijoje galima rasti kiekvienos iš šių tapatybių šalininkų, priklausomai nuo to, į kurią politinę partiją žiūrėsime. Vis dėlto, Charles de Gaulle vadovavimo laikotarpiu (1959-1969 m.) dominavo liberalios nacionalistinės tapatybės idėja, nors pats C. de Gaulle kartais buvo linkęs palaikyti ir platesnės Europos viziją²⁵. Savo prezidentavimo laikotarpiu C. de Gaulle derino

²² The Founding Fathers of the EU, <https://europa.eu/european-union/about-eu/history/founding-fathers_en> [Žiūrėta 2018 01 09]

²³ Marcussen, et al., 618

²⁴ Marcussen et al., 618.

²⁵ Ten pat, 619.

Prancūzijos kaip Apšvietos amžiaus ir Prancūzijos revoliucijos idėjų skeleidėjos vaidmenį ir tautų Europos idėją²⁶. C. de Gaulle pabrėžė Prancūzijos išskirtinumą ir įtakos svarbą visai Europai. Jo nuomone, Prancūzija siekė tikslų, kurie atspindi visos žmonijos tikslus, būtent todėl, kad jie yra prancūziški²⁷. Dėl šios priežasties, C. de Gaulle buvo įsitikinęs, kad Europa galiausiai rinksis tokį kelią, kokio nori Prancūzija²⁸. Galvojant apie visos Europos vystymąsi, C. de Gaulle palaikė šalių bendradarbiavimo idėją, bet pabrėžė nacionalinių vyriausybių svarbą ir buvo nusistatęs prieš viršvalstybinės galios/institucijos įsteigimą²⁹. Puikus tokio nusistatymo pavyzdys yra C. de Gaulle santykis su pačia Europos ekonomine bendrija. Jis naudojo bendriją, siekdamas pagerinti tiek politinę tiek ekonominę Prancūzijos padėtį, tačiau priešinosi jos virtimui viršvalstybine institucija³⁰. Tai gerai atspindi C. de Gaulle siūlyti Fouchet planai (1961 m. ir 1962 m.), kurie pabrėžė atskirų nacionalinių valstybių galią³¹. Būtent nacionalinių valstybių autonomiškumas ir yra ryškiausia Golistų idėja. Dėmesys, kurį C. de Gaulle skyrė tautų Europos koncepcijai, padarė įtaką tiek pačių prancūzų bendradarbiavimo suvokimui tiek ir visos Europos integracijos procesui³². Taigi apibendrinant, Golistų dominavimo laikotarpiu, Prancūzijos vizija Europai buvo gan paprasta – Prancūzija puoselėja savo nacionalinę tapatybę ir išskirtinumą tuo pat metu vaidindama lemiamą vaidmenį visos Europos gyvenime.

Golistiška Prancūzijos vizija buvo dominuojanti maždaug iki 1980-ųjų. Vėliau, į valdžią atėjus François Mitterrand, pradėjo vykti lėtas prancūzų tapatybės europeizacijos procesas³³. F. Mitterrand laikėsi europietiško solidarumo (platesnės Europos) idėjos³⁴. Veikiamas asmeninės patirties Antrajame pasauliniame kare bei Šaltojo karo metais vyravusių nuotaikų, F. Mitterrand tikėjo, kad Europos solidarumas ir glaudus bendradarbiavimas yra būdas užtikrinti saugumą ir stabilumą Europoje³⁵. Griuvus Berlyno sienai (1989 m.) ir tuo pat laikotarpiu Rytų Europoje vykstant taikioms revoliucijoms, F. Mitterrand degė Europos Konfederacijos idėją³⁶. Šaltojo karo įvykių kontekste, F. Mitterrand pranašavo du galimus scenarijus Europai – susiskaldymą ir nestabilumą arba Senojo žemyno stabilizaciją ir naujos tvarkos įsigaliojimą³⁷. F. Mitterrand, žinoma, palaikė antrąjį variantą ir viename iš interviu yra retoriškai klausęs, kodėl tokios šalys kaip

²⁶ Ten pat, 620.

²⁷ Ulla Holm, „The old France, the New Europe and a multipolar world“, *Perspectives on European Politics and Society*, 5(3), 2004, 469-491.

²⁸ Ten pat, 469.

²⁹ Troitiño, 51

³⁰ Troitiño, 55

³¹ Troitiño, 55

³² David J. Howarth ir Georgios Varouxakis, *Contemporary France : An Introduction to French Politics and Society*. Londonas: Routledge, 2003.

³³ Marcussen et al., 620

³⁴ Schotters, 973

³⁵ Schotters, 976

³⁶ Frédéric Bozo, „The Failure of a Grand Design: Mitterrand’s European Confederation, 1989–1991“, *Contemporary European History*, 17(3), 2008, 391–412.

³⁷ Ten pat, 392

Austrija ar Lenkija nepriklausė Europos bendruomenei kuomet Danija ar Airija priklausė³⁸. Greta Šaltojo karo įvykių, F. Mitterrand daug įtakos padarė ir dalyvavimas Europos kongrese Hagoje – kalbėdamas apie solidarumo svarbą Europoje jis dažnai minėdavo būtent šį kongresą³⁹, kuriame buvo aptariamoms Europos integracijos perspektyvos⁴⁰. Nors Konfederacijos idėja galiausiai žlugo (ir tai yra laikoma viena rimtesnių F. Mitterrand nesėkmių⁴¹), F. Mitterrand remtos idėjos aiškiai rodo, kad jis Europą suvokė gerokai plačiau nei C. de Gaulle. F. Mitterrand drąsiai pasisakė už viršvalstybinės galios, atsakingos už Europos reikalus, įsteigimą⁴² ir lengviau nei jo pirmtakai sutiko perleisti sprendimų priėmimo galią iš nacionalinio lygmens į viršvalstybinį⁴³. F. Mitterrand prezidentavimo laikotarpiu, Prancūzija jau ne tik matė save kaip svarbų Europos elementą, bet ir pati pradėjo eiti europietiškesniu keliu, skatindama glaudesnę šalių bendradarbiavimą.

Po F. Mitterrand į valdžią atėjęs Jacques Chirac laikėsi panašios nuomonės kaip ir jo pirmtakas. Dar prieš F. Mitterrand valdymo laikotarpį laikėsis Golistiškos pozicijos, 1990-ųjų pradžioje J. Chirac palaikė gilesnę Europos integraciją ir pasisakė už Maastrichto sutarties pasirašymą⁴⁴. Kalbant apie J. Chirac Europos viziją, reikėtų pabrėžti, kad jo nuomonė Europos klausimu keitėsi gana kardinaliai. Aštuntajame dešimtmetyje J. Chirac pasisakė prieš platesnės Europos idėją ir griežtai kritikavo tuometinį Prancūzijos prezidentą Valéry Giscard d'Estaing už pasiryžimą aukoti nacionalinius Prancūzijos interesus dėl platesnės, pro-Amerikietiškos Europos⁴⁵. Tačiau, toks kritiškas J. Chirac požiūris nebuvo populiarus tarp rinkėjų⁴⁶ ir artėjant 1995 metų prezidento rinkimams J. Chirac retorika Europos atžvilgiu pasikeitė⁴⁷. Galvodamas apie būsimus rinkimus, jis teigė, kad Europa yra reikalinga Prancūzijai ir nors Maastrichto sutartis nėra tobula, ji simbolizuoja kelia į priekį⁴⁸. Vis dėlto, net palaikydamas pro-Europietišką poziciją, J. Chirac pabrėžė, kad Europa turėtų būti nacionalinių valstybių sąjunga ir federalinė sistema Prancūzijai nėra priimtina⁴⁹. Apibendrinant J. Chirac požiūrį į Prancūziją Europoje, galima teigti, kad aštuntajame dešimtmetyje jis buvo stipriai veikiamas C. de Gaulle idėjų, bet savo prezidentavimo laikotarpiu (1995-2007 m.) J. Chirac retorika mažai atsiplėšė nuo F. Mitterrand europeizacijos diskurso.

³⁸ Schotters, 977

³⁹ Ten pat, 976

⁴⁰ Europos Sąjungos istorija – 1948 m., <https://europa.eu/european-union/about-eu/history/1946-1959/1948_it> [Žiūrėta 2018 01 09].

⁴¹ Bozo, 393

⁴² David Ramiro Troitiño, Karoline Färber ir Anni Boiro, „Mitterrand and the Great European Design—From the Cold War to the European Union“, *Baltic Journal of European Studies Tallinn University of Technology*, 7(2), 2017, 132-147.

⁴³ Howarth ir Varouxakis, 197

⁴⁴ Marcussen, et al., 621

⁴⁵ Leruth ir Startin, 159

⁴⁶ Ten pat, 159

⁴⁷ Ten pat, 160

⁴⁸ Ten pat, 160

⁴⁹ Vivien A. Schmidt, „Trapped by their ideas: French élites' discourses of European integration and globalization“, *Journal of European Public Policy*, 14(7), 2007, 992-1009.

Visų aptartų prezidentų Europos vizijas galima priskirti vienai iš penkių Marcussen, et al. išskirtų vizijų. C. de Gaulle būtų priskiriamas prie liberalios nacionalistinės tapatybės šalininkų, pasisakančių už tautinių valstybių gyvavimą Europoje. Tuo tarpu, F. Mitterrand ir J. Chirac (savo prezidentavimo laikotarpiu) būtų priskiriami prie palaikančių platesnės Europos idėją. Kadangi Marcussen et al. išskirtos Europos vizijos buvo svarstomos ne tik prancūzų, bet ir vokiečių bei britų, verta atkreipti dėmesį ir į dar vieną skirstymą, kurį autoriai naudoja analizuodami išskirtinai Prancūziją. Savo tyrime apie pokyčius Golistų judėjime, B. Leruth ir N. Startin išskiria tris galimus požiūrius į Europą (pasiskolintus iš kitų autorių):

- 1) Euro-Federalizmas – stiprios Europos Sąjungos palaikymas ir pasisakymas už galių perleidimą viršvalstybiniam dariniui;
- 2) Euro-Populizmas – euroskepticizmo dominavimas, kuomet Europos Sąjunga yra matoma kaip sąranga kenksminga suvereniai valstybei;
- 3) Euro-Pragmatizmas – parama Europos Sąjungai, bet tam tikras susilaikymas kalbant apie gilesnės integracijos perspektyvas⁵⁰.

Pagal tokį skirstymą, F. Mitterrand būtų priskiriamas prie Euro-Federalistų. C. de Gaulle būtų Euro-Pragmatizmo atstovas. Galiausiai, J. Chirac būtų galima priskirti prie dviejų kategorijų – Euro-Populizmo aštuntajame dešimtmetyje ir Euro-Pragmatizmo savo prezidentavimo laikotarpiu.

Apibendrinant, galima teigti, kad Prancūzijos Europos vizijos vystymuisi lemiamą įtaką daro Prancūzijos politinis elitas. Būtent nuo tuo metu valdžioje esančių politikų priklauso, kokia Prancūzijos Europos vizija bus formuojama ir ar ji išvirs į ilgalaikę tradiciją. Pavyzdžiui, C. de Gaulle vadovavimo laikotarpiu Prancūzija siekė Europoje įtvirtinti liberalios nacionalistinės tapatybės idėją. Vėliau, keičiantis prezidentams keitėsi ir Prancūzijos politika Europos atžvilgiu. F. Mitterrand stengėsi kurti platesnę Europą ir demonstravo Euro-Federalistinį požiūrį, o po jo į valdžią atėjęs J. Chirac taip pat palaikė platesnės Europos idėją, bet buvo gerokai pragmatiškesnis. Taigi, kalbant apie Prancūzijos vizijos Europai vystymąsi, lemiamą vaidmenį atlieka politinis elitas, atsakingas už politikos Europos atžvilgiu formavimą.

1.2. Veiksniai, lemiantys Prancūzijos visuomenės Europos viziją

Prancūzai ilgai buvo laikomi gan entuziastingais Europos integracijos šalininkais, tačiau tik maža dauguma priimta Maastrichto sutartis bei atmestas Europos Sąjungos konstitucijos projektas rodo, kad Prancūzijos visuomenės požiūris į ES nėra vienalytis⁵¹. Analizuojant, kas lemia

⁵⁰ Leruth ir Startin, 155

⁵¹ Cautrès, 5

visuomenės palankumą/priešišumą ES atžvilgiu išryškėja du pagrindiniai aspektai. Pirma, identiteto svarba, suvokiant save ne tik kaip prancūzą, bet ir kaip europietį. Antra, Prancūzijos politinio elito formuojamos nuomonės apie Europos Sąjungą įtaka visuomenės nuotaikoms.

Prancūzų prierašumui Europai stiprią įtaką daro jų identitetas. Anna Brigevich atliktas tyrimas rodo, kad prancūzai yra linkę identifikuoti save ne tik nacionaliniu lygmeniu (t.y. tiesiog kaip prancūzus), tačiau ir regioniniu⁵². Būtent skirtumas tarp to, kuris identitetas stipresnis – nacionalinis ar regioninis – turi lemiamos įtakos ir požiūriui į ES. Žvelgiant bendrai, regionai yra mažiau linkę identifikuoti save su Europa, t.y. stiprus regioninis identitetas mažina prierašumą ES⁵³. Tuo tarpu stiprus nacionalinis identitetas veikia atvirkščiai – didina palankumą ES⁵⁴. Tačiau, taip pat yra skirtumas tarp kultūrinio ir politinio regioninio identiteto. Anot A. Brigevich tyrimo, kultūrinis identitetas mažina palaikymą ES, tačiau stiprus politinis identitetas turi teigiamos įtakos vertinant ES institucijas⁵⁵. Taigi, vienas iš elementų, lemiantis prancūzų požiūrį į ES, yra jų saviidentifikacija nacionaliniu ir regioniniu lygmenimis.

Kitas svarbus elementas, turintis daug įtakos prancūzų Europos vizijai, yra Prancūzijos politinio elito vaidmuo, formuojant visuomenės požiūrį į ES. Nors Europos integracijos tema yra apibūdinama kaip „mieganti“ Prancūzijos politiniame gyvenime⁵⁶, jos svarba išryškėja kritiniais Europos Sąjungai momentais. Kaip tokių momentų pavyzdžiai gali būti išskiriami 2003-ųjų metų karas Irake, Europos Sąjungos plėtra 2004-aisiais metais ar žlugęs bandymas priimti Europos Sąjungos konstituciją⁵⁷. Jungtinėms Amerikos Valstijoms nusprendus pradėti karą Irake ES šalių reakcija nebuvo vieninga. Nesutarimas ES viduje palaikyti JAV ar ne, Prancūzijoje buvo suvokiamas kaip Europos solidarumo tragedija⁵⁸. Tačiau, žlungančios Europos vienybės naratyvas greitai buvo pakeistas Europos kaip moralinės lyderės naratyvu, kuomet Prancūzija nusprendė rodyti iniciatyvą padėti atstatyti karo nualintą Iraką⁵⁹. Panašus nuotaikų ES atžvilgiu pokytis pastebimas ir Europos Sąjungos plėtros klausimu 2004 m. Tik ratifikavus naujų ES šalių narių priėmimą Prancūzijoje dominavo pozityvios nuotaikos, ES plėtra buvo matoma kaip pradinio, prancūzų inicijuoto plačios Europos projekto pergalė⁶⁰. Tačiau, vėliau pirminis entuziazmas buvo pakeistas baime, kuomet vis garsiau buvo pradėta svarstyti apie tai, kokią ekonominę įtaką naujų

⁵² Anna Brigevich, „Regional Identity and Support for Europe: Distinguishing Between Cultural and Political Social Identity in France“, *Regional and Federal Studies*, 26(4), 2016, 475-507.

⁵³ Ten pat, 500

⁵⁴ Ten pat, 497

⁵⁵ Ten pat, 501

⁵⁶ Cautrès, 21

⁵⁷ Maria Rovisco, „One Europe or several Europes? The cultural logic of narratives of Europe – views from France and Britain“, *Social Science Information*, 49(2), 2010, 241-266.

⁵⁸ Ten pat, 248

⁵⁹ Ten pat, 249

⁶⁰ Ten pat, 250

šalių priėmimas gali turėti senosioms ES narėms⁶¹. Prancūzų susirūpinimas savo socialine gerove puikiai išryškėjo ne tik ES plėtros klausimu, bet ir sprendžiant, ar reikėtų priimti Europos Sąjungos konstituciją.

Europos Sąjungos konstitucijos projektas yra puikus pavyzdys, norint parodyti tiek Prancūzijos visuomenės nuotaikų ES atžvilgiu kaitą tiek politinio elito daromos įtakos prancūzų požiūriui į ES svarbą. Prezidentui J. Chirac tik paskelbus apie būsimą referendumą dėl Europos Sąjungos konstitucijos, apklausos rodė, kad dauguma prancūzų palaiko bendros konstitucijos idėją⁶². Tačiau, rengiantis balsavimui iškilo ir pozicijas sustiprino agituojančių prieš ES konstituciją kampanija, kurią sudarė tiek kairiosios tiek dešinėsios Prancūzijos politinės partijos⁶³. Politinės dešinės ir politinės kairės argumentai prieš ES konstituciją skyrėsi, bet jų pakako įtikinti abiejų politinio spektro pusių rinkėjus, kad bendra konstitucija gali turėti neigiamų pasekmių. Kairieji rinkėjai buvo susirūpinę grėsme socialinei gerovei, tuo tarpu dešinieji baiminosi neigiamų pasekmių prancūzų nacionaliniam identitetui⁶⁴. Tačiau, nors ES konstitucijos projektas žlugo reikia pabrėžti, kad Prancūzijos rinkėjų baimės, nulėmusios referendumo rezultatą rodo ne tik euroskeptiškas prancūzų nuotaikas. Virginie Mamadouh pastebi, kad debatai dėl ES konstitucijos išklėė į paviršių prancūzų susirūpinimą, Europos ateitimi⁶⁵. Nors beveik pusė balsavusių prieš konstituciją buvo euroskeptikai⁶⁶, kitų rinkėjų neigiamą pasirinkimą lėmė ne priešiškas nusistatymas visos ES atžvilgiu, bet susirūpinimas socialinėmis pasekmėmis priėmus bendrą konstituciją⁶⁷. Be to, dauguma rinkėjų, balsavusių už konstitucijos priėmimą, teigė manantys, kad bendra konstitucija yra būtina, siekiant stiprinti Europos Sąjungą⁶⁸.

Apibendrinant, Prancūzijos visuomenės nusiteikimas ES atžvilgiu ir bendra vizija Europai nėra vienareikšmiška. Prancūzų požiūrį į ES lemia jų identitetas ir savęs identifikavimas ne tik kaip prancūzų, bet ir kaip europiečių. Vis dėlto, lemiamą įtaką požiūriui į Prancūzijos vaidmenį ES turi Prancūzijos politikų pozicijos, dominuojančios viešojo erdvėje. Taigi, norint išsiaiškinti, kokia Europos vizija yra dominuojanti Prancūzijoje verta tirti būtent politinio elito požiūrį į Europą.

⁶¹ Ten pat, 251

⁶² Binzer Hobolt ir Brouard, 312

⁶³ Ten pat, 312

⁶⁴ Cautrès, 20

⁶⁵ Virginie Mamadouh, „Establishing a Constitution for Europe during European Union enlargement? Visions of ‘Europe’ in the referenda campaigns in France and the Netherlands“, *Journal of Cultural Geography*, 26(3), 2009, 305-326.

⁶⁶ Ten pat, 314

⁶⁷ Ten pat, 315

⁶⁸ Ten pat, 317

2. Rinkiminių kampanijų analizė

Rinkiminės kampanijos yra populiarus politinių mokslų tyrimų objektas. Tokiuose tyrimuose įprastai analizuojama viena, konkreti kampanija, tiriant joje naudotas strategijas ir metodus. Nors bendri, visa apimantys rinkiminių kampanijų tyrimai nėra dažni, peržvelgus atskiras, konkrečių kampanijų analizes galima pastebėti populiariausius bei dažniausiai tiriamus dalykus, pritaikomus bet kokios kampanijos analizei. Dėl šios priežasties, ši teorinio pagrindo dalis remiasi įvairių (ne tik prezidento rinkimų) rinkiminių kampanijų analize ir yra skiriama į tris dalis. Pirma, išskiriami du, dažniausiai akcentuojami ir kiekvienai rinkiminės kampanijos analizei aktualūs, aspektai – strateginis rinkimų dalyvių pasirinkimas, kokias temas akcentuoti savo rinkiminėje kampanijoje ir kokią retoriką naudoti, kalbant tomis temomis. Antra, apžvelgiamos ankstesnių Prancūzijos prezidento rinkimų kampanijų analizės. Trečia, aptariamos galimos tyrimų metodikos, naudojamos rinkiminėms kampanijoms tirti.

2.1. Strateginis temų ir retorikos pasirinkimas

Rinkimų metu, kandidatų išsakomos pozicijos atskirais klausimais yra pagrindinis dalykas, skiriantis vieną politiką nuo kito ir padedantis atrasti savo rinkėjų bazę. Pasirinkimas, kaip save pozicionuoti konkrečiu klausimu, kokias temas akcentuoti, o kokių vengti lemia kandidato sėkmę rinkimuose. Todėl nenuostabu, kad vienas dažniausiai tiriamų dalykų, analizuojant rinkimines kampanijas, yra kandidatų pasirinkimas, kokiomis temomis kalbėti, kokią poziciją konkrečiu atveju palaikyti ir kaip tą poziciją keisti. Intuityviai atrodo, kad kandidatų pozicijos, kurių jie laikosi rinkimų metu, turėtų tiesiog atspindėti jiems priimtinausią ideologiją bei asmeninius įsitikimus. Tačiau, įvairių rinkimų kampanijų analizė rodo, kad pozicijos pasirinkimas nėra atsitiktinis⁶⁹ ir dažniausiai yra nulemiamas trijų pagrindinių dalykų. Pirma, kandidatai renkasi kalbėti tomis temomis, kurios *priklauso* (angl. owned issues) jiems⁷⁰ ar jų atstovaujamos partijoms⁷¹. Antra, kandidatų reputacija yra svarbus veiksnys, lemiantis, kokius klausimus kandidatas akcentuos savo kampanijoje⁷². Trečia, kandidatų pozicijos nėra stabilios ir kinta, atsižvelgiant į kintantį rinkimų kontekstą⁷³. Greta pasirinkimo, kokiomis temomis kalbėti, svarbus ir pasirinkimas, kaip jomis kalbėti, t.y. svarbus pasirenkamas tonas, retorika. Nors dažnai galvojama, kad su rinkėjais reikia kalbėti *paprastai*, tyrimai rodo, kad ryšys tarp kandidatų retorikos paprastumo ir sėkmės rinkimuose

⁶⁹ Holly Brasher, „Capitalizing on Content: Issue Agendas in U.S. Senate Campaigns.“ *Political Communication*, 20(4), 2010, 453-471.

⁷⁰ Ten pat, 467

⁷¹ David F. Damore, „Issue Convergence in Presidential Campaigns.“ *Political Behavior*, 27(1), 2005, 71-97.

⁷² Brian K. Arbour, „Candidate Reputations and Issue Agendas.“ *American Politics Research*, 41(6), 2013, 1022-1051.

⁷³ Jan Kleinnijenhuis ir Wouter de Nooy, „Adjustment of issue positions based on network strategies in an election campaign: A two-mode network autoregression model with cross-nested random effects.“ *Social Networks*, 35, 2013, 168-177.

yra nevienareikšmis⁷⁴. Sekančiose pastraipose yra plačiau aptariami tiek visi trys elementai, lemiantys strateginį temų pasirinkimą, tiek retorikos įtaka sėkmei rinkimuose.

Viena dažniausiai rinkiminių kampanijų analizėse pasikartojančių išvalgų yra ta, kad kandidatai renkasi kalbėti tais klausimais, kurie priklauso jiems⁷⁵ ar jų atstovaujamos partijoms⁷⁶. Klausimo priklausymas partijai ar kandidatui yra apibūdinamas kaip tos temos/sritys, kurios dėl tam tikrų praeities darbų yra natūraliai rinkėjų priskiriamos konkrečiam kandidatui⁷⁷. Tokiais atvejais, rinkėjai yra linkę ne tik priskirti klausimą x konkrečiam kandidatui, bet ir manyti, kad būtent tas kandidatas, klausimo x atžvilgiu, gali pasirodyti geriau nei jo oponentas⁷⁸. Kitaip tariant, kandidatai renkasi kalbėti apie tas sritis, kurios yra jiems priskiriamos, būtent todėl, kad tose srityse rinkėjai juos mato kaip patikimus. Tačiau, įdomu pastebėti, kad galima ir atvirkštinė taktika. Richard Nadeau, François Pétry ir Éric Bélanger tyrė 2000-ųjų metų federalinius rinkimus Kanadoje, kurių metu valdžioje buvę Liberalai rinkosi kalbėti apie sveikatos apsaugą, nepaisant to, kad jų pasirodymas šioje srityje buvo itin prastas⁷⁹. Autoriai pastebi, kad pasirinkimas kalbėti apie tą sritį, kurioje nėra nuveikta nieko reikšminga, taip pat yra strateginis ir gali būti naudingas. Toks pasirinkimas leidžia pačiam formuoti tai, *kaip* bus kalbama ir neleisti oponentui išnaudoti tavo silpnųjų vietų⁸⁰. Galbūt tokia taktika nėra taikoma dažnai, tačiau Nadeau, Pétry ir Bélanger tirtu atveju ji pasiteisino ir rinkimus laimėjo Liberalai⁸¹. Taigi, apibendrinant, rinkimų dalyviai yra linkę kalbėti temomis, kurios jiems priklauso, nes tai padeda atrodyti patikimiems rinkėjų akyse. Tačiau, taip pat įmanoma ir atvirkštinė taktika, kuomet kalbama apie sritis, kuriose reikšmingų pasiekimų nėra, vien tam, kad būtų galima kontroliuoti žinutę, pasiekiančią rinkėjus.

Kitas elementas, lemiantis, kokiomis temomis bus renkama kalbėti rinkimų metu, yra kandidatų reputacija. Šis elementas yra gana glaudžiai susijęs su jau aptartu srities priklausymu, nes natūralus konkrečios srities priskyrimas kandidatui jau yra dalis jo reputacijos⁸². Tačiau, kalbant apie reputacijos išnaudojimą rinkiminėje kampanijoje, nėra apsiribojama vien tų sričių, kurios yra natūraliai rinkėjų priskiriamos vieniems ar kitiems politikams, akcentavimu. Šiuo atveju, ruošiantis rinkiminei kampanijai yra specialiai ieškoma tokių praeityje nuveiktų darbų, kurie padėtų *susikurti* srities priklausymą ir įtikinti rinkėjus, kad kandidatas yra patikimas kažkokioje konkrečioje

⁷⁴ Lucian Gideon Conway III, Laura Janelle Gornick, Chelsea Burfeind, Paul Mandella, Andrea Kuenzli, Shannon C. Houck ir Deven Theresa Fullerton, „Does Complex or Simple Rhetoric Win Elections? An Integrative Complexity Analysis of U.S. Presidential Campaigns.“ *Political Psychology*, 33(5), 2012, 599-618.

⁷⁵ Brasher, 467

⁷⁶ Damore, 88

⁷⁷ Arbour, 1023

⁷⁸ Ten pat, 1023

⁷⁹ Richard Nadeau, François Pétry ir Éric Bélanger, „Issue-Based Strategies in Election Campaigns: The Case of Health Care in the 2000 Canadian Federal Election.“ *Political Communication*, 24(7), 2007, 367-388.

⁸⁰ Ten pat, 368

⁸¹ Ten pat, 367

⁸² Arbour, 1023

sirtyje⁸³. Paprastai stengiamasi rasti tokį klausimą, kuris tuo metu yra aktualus rinkėjams ir su kuriuo kandidatas buvo bent kažkiek dirbęs praeityje⁸⁴. Taigi, reputacija yra išnaudojama, siekiant dirbtinai sukurti konkrečios srities priklausymą kandidatui.

Tiriant skirtingas rinkiminių kampanijų strategijas išryškėja ne tik tai, kaip yra pasirenkami klausimai, kurie bus akcentuojami rinkimų metu, bet ir tai, kad pozicijos tų klausimų atžvilgiu nėra stabilus dalykas⁸⁵. Jan Kleinnijenhuis ir Wouter de Nooy analizavo, kas gali nulemti partijų pasirinkimą keisti palaikomas pozicijas rinkimų metu ir išskyrė tris, jų analizėje statistiškai reikšmingus, elementus, lemiančius partijos sprendimą keisti poziciją konkrečiu klausimu⁸⁶. Autorių išskirti elementai yra: partinis tranzityvumas (angl. partisan transitivity), ideologinis „akis už akį“ pasirinkimas (angl. ideological tit-for-tat) ir ideologinis persigrupavimas (angl. ideological realignment)⁸⁷. Partinis tranzityvumas yra apibūdinamas kaip situacija, kuomet partija palaiko tokią pačią poziciją kaip ir jos palaikoma partija ir priešingą poziciją nuo tos partijos, kurią puola⁸⁸. Ideologinis „akis už akį“ pasirinkimas yra panašus į partinį tranzityvumą, bet šiuo atveju partija palaiko tokią pačią poziciją kaip ir ją palaikanti partija ir priešingą poziciją nuo tos, kuri ją puola⁸⁹. Galiausiai, ideologinis persigrupavimas reiškia, kad partija atsisako tam tikrų anksčiau palaikytų pozicijų tam, kad parodytų jog beveik nesiskiria nuo vienu partijų ir yra visiškai priešinga nei likusios⁹⁰. Kleinnijenhuis ir de Nooy tyrime visi trys elementai yra reikšmingi, bet didžiausią aiškinamąją galią turi ideologinis persigrupavimas⁹¹. Nors šiuo atveju buvo tiriamos partijos, tokią pačią logiką būtų galima pritaikyti analizuojant ir prezidento rinkimų kampanijas. Kleinnijenhuis ir de Nooy gauti rezultatai turėtų būti reikšmingi galvojant apie atvejį, kuomet prezidento rinkimuose dalyvaujantys nuosaikūs kandidatai nori parodyti, kad iš esmės skiriasi nuo radikaliųjų.

Strategiškai pasirinkus pagrindines temas, kurios bus akcentuojamos rinkimų kampanijos metu, svarbu pasirinkti ir būdą, kaip tomis temomis kalbėti. Conway et al. atliktas tyrimas, apie Jungtinių Amerikos Valstijų prezidento rinkimų kampanijoje naudotą retoriką, siekia empiriškai patikrinti, kokia retorika, paprasta ar sudėtinga, padeda laimėti rinkimus⁹². Tyrimo autoriai pažymi, kad nemažos dalies politologų manymu rinkėjai pirmenybę teikia paprastai retorikai⁹³. Tačiau Conway et al. atliktas tyrimas rodo, kad tokia prielaida ne visuomet yra teisinga. Siekiant iširti

⁸³ Ten pat, 1043

⁸⁴ Ten pat, 1044

⁸⁵ Kleinnijenhuis ir de Nooy, 168.

⁸⁶ Ten pat, 176

⁸⁷ Ten pat, 170

⁸⁸ Ten pat, 170

⁸⁹ Ten pat, 170

⁹⁰ Ten pat, 171

⁹¹ Ten pat, 176

⁹² Conway et al., 599

⁹³ Ten pat, 600

retorikos įtaką rinkimų sėkmei autoriai atlieka dvi atvejų analizes, tiriami išankstiniai 2004 metų Demokratų partijos kandidatų į prezidentus rinkimai ir 2008 metų JAV prezidento rinkimai. Išankstinių Demokratų rinkimų analizė parodė, kad rinkimų metu paprastėjanti kandidatų retorika išties didina rinkėjų pasiryžimą už juos balsuoti⁹⁴. Tačiau, prezidento rinkimų analizės rezultatai atskleidė, kad kaip tik augantis retorikos kompleksiskumas didina rinkėjų nusiteikimą balsuoti, tiesa tik vienam iš kandidatų (John McCain)⁹⁵. Tokie nevienareikšmiški rezultatai rodo, kad jokių apibendrinančių išvadų, kokia retorika yra veiksmingesnė, daryti negalima. Nepaisant to, tyrimas rodo, kad pasirinkimas, kaip kalbėti, turi įtakos rinkimų eigai ir kiekvienu atveju turėtų būti analizuojamas individualiai.

Apibendrinant, retorika ir temos, naudojamos rinkiminės kampanijos metu, yra pasirenkamos strategiškai ir priklauso nuo kelių pagrindinių dalykų. Pirma, kandidatai dažniausiai renkasi kalbėti temomis, kurios priklauso jiems ir atitinka jų reputaciją. Antra, kampanijos metu reiškiamos pozicijos įvairiais klausimais kinta priklausomai nuo kitų kandidatų pozicijų. Trečia, nėra vienareikšmio atsakymo, kokia retorika – paprasta ar sudėtinga – yra veiksmingesnė bendraujant su rinkėjais. Retorikos pasirinkimas kiekvienu atveju gali turėti skirtingą įtaką rinkėjų palankumui.

2.2. Ankstesnių Prancūzijos prezidento rinkimų analizė

Kandidatų pasirinkimas, kaip save pozicionuoti ir kokioms temoms skirti daugiausiai dėmesio rinkimų metu, yra analizuotas ir Prancūzijos prezidento rinkimų kontekste. Ši dalis aptaria 2002-ųjų ir 2012-ųjų metų Prancūzijos prezidento rinkimų analizes. Būtent šių metų rinkimai pasirinkti ne atsitiktinai. 2002-ųjų metų rinkimai vyko po konstitucinės reformos, kuri galėjo turėti įtakos tam, kaip savo kampanijose akcentuojamas temas renkasi kandidatai⁹⁶. Tuo tarpu, 2012-ųjų metų rinkimuose buvo svarbus Europos Sąjungos (ES) klausimas⁹⁷, kurio svarba 2017-ųjų metų rinkimuose tik išaugo.

Prezidento rinkimai, vykę 2002 metais, buvo pirmieji po 2000-ųjų metų konstitucinės reformos, kuomet tiek prezidento tiek parlamento rinkimai vyko tais pačiais metais⁹⁸. Atsižvelgiant į šią reformą, Michael Laver, Kenneth Benoit ir Nicolas Sauger tyrė, kaip 2002-ųjų metų kandidatai į prezidentus pozicionavo save įvairiais klausimais pirmajame ir antrajame rinkimų turuose, ar jų pasirinktos pozicijos sutapo su atstovaujamos partijos pozicijomis ir kokią įtaką tai turėjo sėkmei

⁹⁴ Ten pat, 612

⁹⁵ Ten pat, 612

⁹⁶ Michael Laver, Kenneth Benoit ir Nicolas Sauger, „Policy competition in the 2002 French legislative and presidential elections.“ *European Journal of Political Research*, 45, 2006, 667–697.

⁹⁷ Patrick Merle ir Dennis Patterson, „The French parliamentary and presidential elections of 2012“, *Electoral Studies*, 34, 2014, 291-379.

⁹⁸ Laver et al., 667

rinkimuose⁹⁹. Atlikto tyrimo rezultatai parodė, kad sėkmingi kandidatai pirmajame ture turi ideologiškai nenutolti nuo atstovaujamos partijos pozicijų, nes pozicionuojant save per arti politinio spektro centro kyla rizika prarasti pagrindinės rinkėjų bazės paramą ir nepatekti į antrąjį turą¹⁰⁰. Toks rezultatas atitinka aptartą strategiją, kuomet kandidatai renkasi kalbėti tomis temomis, kurios natūraliai yra siejamos su jų atstovaujama partija.

2012-ųjų metų Prancūzijos prezidento rinkimus verta paminėti dėl to, kad juose išryškėjo klausimų, susijusių su ES, svarba¹⁰¹. Tuometinis Prancūzijos prezidentas Nicolas Sarkozy, reaguodamas į ES finansų krizę, susitarė su Vokietijos kanclere Angela Merkel dėl griežto taupymo plano¹⁰². Europoje šis planas sulaukė įvairių vertinimų, bet Prancūzijos opozicija netruko pasinaudoti planu, pažadant pakeisti „Merkozy“ politiką¹⁰³. 2012-ųjų rinkimus laimėjęs François Hollande kampanijos metu žadėjo, kad permaštys Prancūzijos rolę, kovojant su ES finansų krize, atsisakys taupymo politikos ir susikoncentruos į politiką, skatinančią ekonominį augimą¹⁰⁴. Nors ES ir nebuvo pagrindinis klausimas 2012-ųjų metų rinkimuose, šie rinkimai yra pavyzdys, kad Prancūzijos rolė ES yra augančios svarbos klausimas, galintis turėti įtakos rinkimų baigčiai.

2.3. Metodai, rinkimų kampanijoms tirti

Tiriant rinkimines kampanijas dažniausiai analizuojami partijų manifestai, vieši kandidatų pasisakymai, straipsniai laikraščiuose ar interviu televizijose. Rinkimų metu į viešą erdvę patenka daug informacijos, siekiančios paveikti rinkėją. Visa ši informacija yra naudinga ir vertinga, siekiant išsiaiškinti, kas turėjo daugiausiai įtakos rinkimų baigčiai ar kokia tema buvo dominuojanti. Tačiau tokį informacijos srautą nėra lengva suvaldyti, taigi ši dalis pateikia tris skirtingus, bet kartu ir panašius metodus, kaip galima analizuoti rinkimų kampanijas.

Jau minėtame Laver et al. straipsnyje, tyrusiame ideologines kandidatų pozicijas 2002 metų Prancūzijos rinkimuose, atliktas tyrimas remiasi paties M. Laver žodžių skaičiavimo technika/metodu¹⁰⁵. Norint atlikti tyrimą, remiantis tokiu metodu, reikia turėti tekstą su jau aiškiais pozicijomis, reikšme. Šiuo atveju tai buvo partijų manifestai, kuriems politologai priskyrė reikšmes – pagal tam tikrą klausimyną, buvo apskaičiuota, kiek kokia tema yra aktuali vienai ar kitai partijai¹⁰⁶. Kitas žingsnis yra „švaraus“ teksto – kandidato į prezidentus programos/kalbos –

⁹⁹ Ten pat, 667

¹⁰⁰ Ten pat, 692

¹⁰¹ Merle ir Patterson, 305

¹⁰² Ten pat, 305

¹⁰³ Ten pat, 305

¹⁰⁴ Ten pat, 306

¹⁰⁵ Laver et al., 673

¹⁰⁶ Ten pat, 673

analizė pagal žodžius, skaičiuotus pirminiems tekstams¹⁰⁷. Galiausiai, „švarus“ tekstas yra lyginamas, su tuo, kuris turi aiškia priskirtą reikšmę taip ieškant skirtumų tarp kandidato ir jo partijos. Šis metodas leidžia lyginti kandidato retoriką su jo partijos retorika bei atskleisti, kaip ji skiriasi ir ar skiriasi.

H. Brasher, atlikusi tyrimą apie JAV Senato rinkimus, konstravo savo tyrimą išskirdama vieną pagrindinį kintamąjį ir keturis matmenis tam kintamajam tirti¹⁰⁸. Pagrindinis kintamasis yra tema, figūravusi rinkiminėje kampanijoje (pvz. sveikatos apsauga)¹⁰⁹. Jei tam tikra tema buvo kandidato akcentuojama rinkimų metu, tai temai priskiriamas 1, jei ne – 0¹¹⁰. Vėliau išskiriami keturi matmenys, padedantys ištirti, kokį vaidmenį kiekviena iš temų vaidino rinkimų kampanijoje¹¹¹. Pirma, atskiriama, ar tema priklauso Demokratams (koduojama – 1) ar Respublikonams (koduojama – 2)¹¹². Antra, skaičiuojama, kiek kartų per pastaruosius du metus iki rinkimų tema buvo nušviečiama žiniasklaidoje¹¹³. Trečia, skiriama, ar tema buvo dalis neseniai priimtų reikšmingų įstatymų (1 jei taip ir 0 jei ne)¹¹⁴. Ketvirta, temai priskiriamas 1, jei rinkiminiais metais ja buvo diskutuojama Kongrese ir 0, jei nebuvo¹¹⁵. Galiausiai, šie keturi matmenys yra analizuojami koreliacijos pagalba¹¹⁶. Toks tyrimo metodas yra naudingas, jei pagrindinis tyrimo tikslas yra ištirti, kokia tema buvo svarbiausia rinkiminėje kampanijoje.

Trečias aptariamas tyrimo metodas buvo naudotas Calin Gurau ir Nawel Ayadi, tiriant 2007-ųjų metų Prancūzijos prezidento rinkimus¹¹⁷. Savo darbe C. Gurau ir N. Ayadi rėmėsi diskurso analizės metodais ir trianguliacijos pagalba tyrė duomenis, surinktus iš įvairių antrinių šaltinių¹¹⁸. Beveik visi naudoti duomenys buvo tekstai, susiję su rinkimais ir publikuoti nuo 2006 metų balandžio 1d. iki 2007 rugsėjo 30d. trijuose pagrindiniuose Prancūzijos laikraščiuose ir penkiuose internetiniuose portaluose¹¹⁹. Tiek laikraščiai tiek portalai buvo pasirinkti pagal populiarumą. Trys pagrindiniai laikraščiai buvo atsitiktinai išsirinkti iš penkių nacionalinių Prancūzijos laikraščių, kurių kasdienis tiražas yra daugiau nei 100,000 kopijų¹²⁰. Tuo tarpu portalai buvo pasirinkti, naudojantis *Google* paieškos rezultatais, t.y. buvo pasirinkti penki portalai *Google* paieškoje

¹⁰⁷ Ten pat, 673

¹⁰⁸ Brasher, 462

¹⁰⁹ Ten pat, 461

¹¹⁰ Ten pat, 461

¹¹¹ Ten pat, 462

¹¹² Ten pat, 462

¹¹³ Ten pat, 462

¹¹⁴ Ten pat, 462

¹¹⁵ Ten pat, 463

¹¹⁶ Brasher, 463

¹¹⁷ Calin Gurau ir Nawel Ayadi, „Political communication management The strategy of the two main candidates during the 2007 French presidential elections“, *Journal of Communication Management*, 15(1), 2011, 5-22.

¹¹⁸ Ten pat, 8

¹¹⁹ Ten pat, 8

¹²⁰ Ten pat, 8

įvardinti kaip reikšmingiausi Prancūzijos rinkimų kontekste¹²¹. Be tekstinių šaltinių taip pat buvo aptariami rinkiminiai plakatai bei kandidatų pasirodymai televizijoje, taip siekiant aptarti kuo įvairesnę rinkiminę medžiagą ir susidaryti kuo pilnesnį įspūdį apie abiejų kandidatų rinkimines kampanijas. Visa surinkta medžiaga buvo analizuojama remiantis turinio analize, kurią tyrimo autoriai apibūdina cituodami Ole Holsti – metodas, leidžiantis padaryti išvadas objektyviai ir sistemingai identifikuojant specifines pranešimų charakteristikas¹²². Apsibrėžiant šio darbo metodologiją, būtent šis tyrimas yra vertingas dėl dviejų priežasčių. Pirma, tyrime pateikiami aiškūs kriterijai pagal kuriuos galima pasirinkti analizuotiną rinkiminę medžiagą. Antra, autorių siūloma turinio analizė yra pritaikoma ir naudojama ir šio darbo kontekste.

Apžvelgus skirtingas rinkiminių kampanijų analizes galima teigti kelis pagrindinius dalykus. Pirma, kandidatų retorika rinkiminėse kampanijose yra pasirenkama strategiškai ir gali kisti priklausomai nuo rinkimų eigos. Antra, Prancūzijos rinkimų analizė, atsižvelgiant į Europos klausimą, yra aktuali ir egzistuoja politinių tyrumų lauke. Trečia, rinkiminių kampanijų analizei gali būti pasitelkiami tiek kiekybiniai tiek kokybiniai tyrimo metodai, priklausomai nuo atliekamo tyrimo tikslo.

3. Tyrimas

Šioje darbo dalyje pateikiama tyrimo metodologija bei atrinktų rinkiminės kampanijos šaltinių analizė. Išnagrinėjus E. Macron ir M. Le Pen rinkimines programas, pateikiami pagrindiniai abiejų kandidatų siūlytų Europos vizijų bruožai, o pačios vizijos yra susiejamos su pirmojoje darbo dalyje aptartomis Marcussen et al. bei B. Leruth ir N. Startin Europos vizijų kategorijomis.

3.1. Metodologija

Apžvelgiant tyrimo metodologiją, svarbiausia paaiškinti du pagrindinius dalykus: kaip buvo pasirinkta tyrimo medžiaga ir koku būdu ji buvo analizuojama. Siekiant pasirinkti analizuotiną medžiagą svarbiausias kriterijus buvo simetrija. T.y., jei tam tikra video/garso/tekstinė medžiaga buvo prieinama apie vieną kandidatą, tokia pati medžiaga turi būti prieinama ir apie antrą kandidatą, priešingu atveju duomenys nėra analizuojami. Pavyzdžiui, visi kandidatai į prezidentus turėjo oficialius reklaminius plakatus. Taigi, tiek E. Macron tiek M. Le Pen agitaciniai plakatai yra vienodai prieinami, gali būti analizuojami ir lyginami tarpusavyje. Duomenys, kurie nėra simetriški, pavyzdžiui trumpas kandidato komentaras žurnalistams gatvėje vykstant į/iš rinkiminės kampanijos renginį, nėra analizuojami dėl dviejų priežasčių. Pirma, tokių duomenų neįmanoma palyginti. Antra,

¹²¹ Ten pat, 8

¹²² Ten pat, 9

tiriant asimetriškus duomenis vienas arba kitas kandidatas atsiduria nepalankioje situacijoje, nes jis galbūt tiesiog negalėjo sureaguoti/atsakyti į konkretų klausimą ir jo pozicija tuo klausimu nėra žinoma. Vadovaujantis simetriškumo principu tyrimui pasirinkta medžiaga:

- 1) Reklaminiai plakatai – tiek E. Macron tiek M. Le Pen turėjo atskirus plakatus, skirtus pirmajam ir antrajam rinkiminiams turams. Nei vieno iš turų plakatuose kandidatai tiesiogiai neminėjo Europos ir koncentravosi į Prancūziją. Nepaisant to, kandidatų žinutė abiejuose turuose yra labai skirtinga ir atskleidžia kandidatų požiūrį į Prancūzijos santykį su Europa;
- 2) Rinkiminės programos – savo rinkiminėse programose abu pagrindiniai kandidatai į Prancūzijos prezidentus skyrė daug dėmesio Prancūzijos santykiui su Europa. Nors kandidatų pasirinkta prieiga prie Europos klausimo buvo skirtinga, tiek E. Macron tiek M. Le Pen aptarė Prancūzijos vaidmenį Europoje (ir atvirkščiai) įvairiuose kontekstuose;
- 3) Reklaminiai klipai – abu kandidatai į prezidentus turėjo oficialius reklaminius klipus, kuriuose pristatė rinkėjams dvi skirtingas vizijas Prancūzijai. Analizuojant E. Macron ir M. Le Pen klipus verta atskirai aptarti tiek jų turinį tiek pateikimą;
- 4) Galutiniai kandidatų pasisakymai – prieš antrąjį prezidento rinkimų turą, abu kandidatai kreipėsi į rinkėjus paskutinį kartą, ragindami rinktis būtent jų siūlomą viziją Prancūzijai.

Atsižvelgiant į C. Gurau ir N. Ayadi tyrimą, surinkta medžiaga yra analizuojama turinio analizės principu¹²³. Visi iš aukščiau išvardintų šaltinių pirmiausia yra tiriami, keliant klausimą, ar juose yra minimas žodis Europa. Jei taip, sakinyse, kuriame yra paminėta Europa yra analizuojamas, siekiant išsiaiškinti, kokia prasmė/reikšmė yra suteikiama žodžiui Europa. Ar Europa yra minima teigiamame ar neigiamame kontekste, su kokiais žodžiais ji yra asocijuojama, ar yra pasikartojanti reikšmė suteikiama Europai. Jei analizuojamame šaltinyje Europa nėra minima, kandidatų teiginiai yra tiriami siekiant atsakyti į klausimą, ar pasakytas/parašytas sakinyse gali atskleisti kandidato požiūrį į Prancūzijos santykį su Europa (ir atvirkščiai) arba požiūrį į tam tikrą Europos Sąjungos politiką. Teiginiai vertinami, siekiant išsiaiškinti, koks, kandidato nuomone, turėtų būti Prancūzijos ryšys su Europa, kokį vaidmenį Prancūzija turėtų vaidinti Europos gyvenime, kokia rolė Europai yra suteikiama Prancūzijos atžvilgiu ir kaip bendrai yra vertinama Europa – teigiamai ar neigiamai. Galiausiai, tyrimo medžiagoje išryškėjusios, abiejų kandidatų siūlomos vizijos yra vertinamos atsižvelgiant į penkias Europos tapatybės vizijas, svarstytas Europoje pokario laikotarpiu:

- 1) liberali nacionalistinė tapatybė;
- 2) platesnė Europa;
- 3) Europa kaip „trečioji galia“;

¹²³ Gurau ir Ayadi, 9

- 4) moderni Europa;
- 5) Krikščioniška Europa¹²⁴.

Taip pat, abiejų kandidatų vizijos yra įvertinamos atsižvelgiant į skirstymą, kurį B. Leruth ir N. Startin naudoja analizuodami išskirtinai Prancūziją:

- 1) Euro-Federalizmas;
- 2) Euro-Populizmas;
- 3) Euro-Pragmatizmas¹²⁵.

3.2. Rinkiminių kampanijų šaltinių analizė

Analizuojant tyrimo medžiagą ir vertinant kandidatų požiūrį į Europą ir Prancūzijos vaidmenį joje, išryškėjo trys pagrindinės temos (skirtys), dominuojančios kandidatų retorikoje, kalbant apie Europą – atvirumas/uždarumas, saugumas/grėsmė ir bendradarbiavimas/nepriklausomybė. Dėl šios priežasties, toliau pateikiama rinkiminės medžiagos analizė yra išskaidyta remiantis būtent tokiu skirstymu.

3.2.1. Atvirumas/uždarumas

Vienas ryškiausiai matomų skirtumų tarp E. Macron ir M. Le Pen siūlytų Prancūzijos vizijų Europai yra Prancūzijos atvirumas Europos atžvilgiu. Analizuojant tyrimo medžiagą aiškiai matyti, kad E. Macron siūlo atvirą Prancūziją, o M. Le Pen pasisako už uždaramą ir atsiribojimą nuo Europos. Toks skirtumas išryškėja ir yra pastebimas kandidatų reklaminiuose plakatuose bei rinkiminėse programose.

Reklaminiai plakatai: Pirmojo turo reklaminiame plakate E. Macron žvelgia į rinkėjus sakydamas – Prancūzija turi būti šansas visiems (*La France doit être une chance pour tous*, 1 paveikslas)¹²⁶. Toks sakinyss gana aiškiai rodo, kad E. Macron nuomone Prancūzija turi būti atvira ir padedanti. Galima manyti, kad tokiu teiginiu E. Macron išreiškia paramą Europos Sąjungos politikai pabėgėlių klausimu (tai patvirtina ir E. Macron rinkiminė programa, kurioje teigiama, kad pabėgėlius Prancūzija turi priimti pagarbiai)¹²⁷. Tokia E. Macron pozicija atitinka Marcussen et al. aptartą platesnės Europos viziją, kuomet Europa yra matoma kaip viena bendruomenė, siejama

¹²⁴ Marcussen et al., 618

¹²⁵ Leruth ir Startin, 155

¹²⁶ En Marche!, „Découvrez l'affiche de campagne officielle“, 2017. <<https://en-marche.fr/articles/actualites/affiche-campagne-macron>> [Žiūrėta 2018 03 24].

¹²⁷ Emmanuel Macron, „Programme“, 2017 <<https://en-marche.fr/emmanuel-macron/le-programme>> [Žiūrėta 2018 03 30].

bendrų vertybių¹²⁸. Tuo tarpu M. Le Pen savo pirmojo turo plakatu kviečia tvarkyti Prancūziją – Sugražinkite tvarką Prancūzijoje (*Remettre la France en ordre*, 1 paveikslas)¹²⁹. Žinoma, toks sakinyss gali turėti daug reikšmių, nes kandidatė gali kviesti *tvarkyti* Prancūziją ne vienoje srityje. Tačiau, bent viena iš sričių, kurias M. Le Pen žadėjo sutvarkyti buvo imigracija. Savo rinkiminėje programoje kandidatė į prezidentus žadėjo „užbaigti nekontroliuojamą imigraciją“, atkurti sieną ir išstoti iš Šengeno zonos¹³⁰. Taigi, atsižvelgiant į M. Le Pen imigracijos politiką, kvietimas sutvarkyti Prancūziją gali būti vertinamas kaip vienas iš uždaros Prancūzijos vizijos elementų.



1 paveikslas

Antrojo turo plakatuose kandidatai yra gerokai lakoniškesni. E. Macron gana paprastai kviečia visą Prancūziją jungtis – Kartu, Prancūzija! (*Ensemble, la France!*, 2 paveikslas)¹³¹. Toks šūkis neatskleidžia jokių konkrečių E. Macron nuostatų, bet verčiau skatina susivienyti ir palaikyti E. Macron siūlomas idėjas, neišskiriant nei vienos. M. Le Pen žinutė yra dar trumpesnė, bet iškalbingesnė. M. Le Pen kviečia rinktis Prancūziją – Pasirinkti Prancūziją (*Choisir la France*, 2

¹²⁸ Marcussen et al., 618

¹²⁹ Front National 81, „Profession de foi de Marine Le Pen“, 2017. <<http://frontnational81.over-blog.com/2017/04/profession-de-foi-de-marine-le-pen.html>> [Žiūrėta 2018 03 24].

¹³⁰ Marine Le Pen, „Les 144 engagements présidentiels“, 2017 <<http://www.frontnational.com/le-projet-de-marine-le-pen/>> [Žiūrėta 2018 03 30].

¹³¹ En Marche!, „Communiqué de presse - Affiche officielle "Ensemble, la France!"“, 2017. <<https://en-marche.fr/articles/communiqués/communiqué-affiche-officielle>> [Žiūrėta 2018 03 24].

paveikslas)¹³². Žinant M. Le Pen norą palikti Šengeno zoną ir visą Europos Sąjungą – tokia žinutė gana aiškiai simbolizuoja, kad balsas už M. Le Pen yra balsas už Prancūziją, uždara ir nepriklausoma. Susikoncentravimas į Prancūziją ir siekis palikti ES rodo M. Le Pen euroskepticizmą, o tai atitinka B. Leruth ir N. Startin apibūdintą Euro-Populizmo sąvoką¹³³. Taigi, nors nei vienas iš kandidatų savo plakatuose tiesiogiai nemini Europos, požiūris į Prancūzijos santykį su Europa yra jaučiamas. Išryškėja aiški skirtis tarp atviros ir uždaros Prancūzijos vizijų.



2 paveikslas

Rinkiminės programos: Abiejų kandidatų rinkiminėse programose atitinkamai atsikartoja atvirumo/uždaro politiką Europos atžvilgiu. E. Macron savo programoje (suskirstytoje į trylika dalių pagal temas) vieną iš skyrių – *Saugi ir mūsų lūkesčius atitinkanti Europa* – paskiria politikai Europos klausimu. Šiame skyriuje E. Macron pateikia dešimt punktų, atskleidžiančių savo viziją Europai. Dalis tos vizijos yra būtent atvirumo politika. Pats pirmas E. Macron pažadas yra sukurti ekonomiškai klestinčią Europą – Mes sukursime Europą, kuriančią mūsų darbo vietas ir mūsų ekonomiką (p. 21). Toks pažadas rodo ne tik E. Macron tikėjimą Europa, bet ir tai, kad jo Prancūzija yra atvira ir norinti bendradarbiauti. Atviros ir bendradarbiaujančios Prancūzijos idėją taip pat patvirtina ir pažadas išplėsti Erasmus programą moksleiviams (p. 21). Galiausiai paskutinis

¹³² Front National 81, „Tout est dit...“, 2017. <<http://frontnational81.over-blog.com/2017/04/tout-est-dit.html>> [Žiūrėta 2018 03 24].

¹³³ Leruth ir Startin, 155

iš pažadų, skirtų politikai Europos atžvilgiu, taip pat demonstruoja atvirumą – Iki 2017 metų pabaigos, mes pasiūlysiame piliečių konvencijas visoje Europoje, kad suteiktume naują reikšmę Europos projektui (p. 21). Šis punktas pabrėžia poreikį suteikti žodį ES piliečiams, o tai atspindi ne tik Prancūzijos atvirumo politiką (aktyvų dalyvavimą Europos gyvenime), bet ir siūlomą pačios Europos atvirumo su savo piliečiais politiką.

Be dalies, skirtos konkrečiai Europai, E. Macron programoje verta atkreipti dėmesį į dar kelias vietas, akcentuojančias atvirumo politiką. Programos įvade E. Macron pabrėžia, kad atsitraukimas į save ir nusigręžimas nuo likusio pasaulio nėra tinkamas kelias Prancūzijai. Dėl to, projektas, kurį jis siūlo rinkėjams yra nauja Prancūzija, esanti Europos projekto smaigalyje (p. 3). Toks E. Macron siūlymas labai aiškiai rodo, kad kandidatas Prancūziją mato kaip atvirą Europai ir turinčią labai svarbų vaidmenį jos valdyme. Atskiras Europos projekto išskyrimas ir ambicija tam projektui vadovauti taip pat aiškiai rodo, kad E. Macron pasisako už stiprią Europos Sąjungą, o tai yra Euro-Federalizmo bruožas¹³⁴. Kita svarbi vieta, atviros politikos kontekste, yra skyrius, skirtas imigracijos politikai. Pagrindinė E. Macron mintis imigracijos, konkrečiai pabėgėlių, klausimu yra paprasta – su pabėgėliais reikia elgtis pagarbiai, jų prieglobsčio prašymai turi būti išnagrinėjami per mažiau nei šešis mėnesius, o tie, kurių prašymai nėra patenkinami turi būti iškart grąžinami į savo šalį (p. 18). Toks E. Macron siūlymas rodo palaikymą dabartinei ES pabėgėlių politikai ir dar kartą leidžia suprasti, kad E. Macron pasisako už atvirą Prancūziją.

M. Le Pen rinkiminę programą sudaro septyni skyriai, kuriuose pateikiami 144 kandidatės įsipareigojimai rinkėjams. Kitaip nei E. Macron, M. Le Pen nei vieno iš skyrių nepaskiria politikai konkrečiai Europos atžvilgiu. Nepaisant to, M. Le Pen požiūris į Europą atskleidžiamas programos įvade ir ryškiai atsispindi penkiuose iš septynių skyrių. Viena iš temų atsikartojančių programoje yra uždarumo politika. Programos įvadą M. Le Pen pradeda teigdama norinti grąžinti prancūzams jiems priklausančius pinigus, kurie šiuo metu yra švaistomi. Anot kandidatės, jau daug metų Prancūzijos socialinė ir fiskalinė politika skurdina vidutinąją klasę ir švaisto valstybės pinigus per visiškai nekontroliuojamą imigraciją (p. 1). Nors šiame teiginyje Europa nėra minima tiesiogiai, galima suprasti, kad M. Le Pen nesutinka su dabartine ES pabėgėlių politika ir pasisako už gerokai uždaresnę Prancūziją. Toliau pristatinėdama savo programą M. Le Pen sako, kad 2017 metų prezidento rinkimuose rinkėjai turi galimybę rinktis tarp dviejų vizijų: globali Prancūzija arba patriotinė Prancūzija (p. 1). Globalios vizijos atstovai yra visi M. Le Pen konkurentai rinkimuose. Pasak M. Le Pen, šios vizijos esmė – visų (ekonominių ir fizinių) sienų sugriovimas, daugiau imigracijos bei ekonominio ir socialinio balanso sunaikinimas. Kaip priešpriešą tokiai vizijai M. Le Pen siūlo patriotinę Prancūziją, t.y. Prancūziją, kuri saugo nacionalinį identitetą, nepriklausomybę ir prancūzų vienybę. M. Le Pen patriotinės Prancūzijos vizija atitinka liberalios nacionalistinės

¹³⁴ Leruth ir Startin, 155

tapatybės idėją, nes tokios vizijos pagrindas yra dėmesys tautinei valstybei¹³⁵. Patriotinės vizijos siūlymas rodo, kad M. Le Pen pasisako už uždara ir savarankišką Prancūziją, kurios sprendimų nelemia išoriniai veikėjai, tokie kaip Europos Sąjunga.

Antrasis M. Le Pen programos skyrius vadinasi *Saugi Prancūzija*, viena iš jame aptariamų temų yra imigracija ir būtent politika, siūloma imigracijos klausimu, pabrėžia uždaros Prancūzijos viziją. M. Le Pen žada atkurti sienas ir užbaigti nekontroliuojamą imigraciją (p. 4). Tokiam pažadui įgyvendinti yra išskiriami penki įsipareigojimai: išstojimas iš Šengeno zonos; natūralizacijos uždraudimas visiems, patekusiems į šalį nelegaliai; legalios imigracijos sumažinimas ir draudimas gauti Prancūzijos pilietybę per santuoką ar šeimos susijungimą; pilietybės išdavimo pagal gimimo vietos principą uždraudimas; grįžimas prie originalios prieglobsčio suteikimo tradicijos, kuomet prašymai yra pateikiami Prancūzijos ambasadose ir konsulatuose (p. 5). Nei vienas iš šių įsipareigojimų tiesiogiai nemini Europos, bet galvojant apie ES pabėgėlių politiką akivaizdu, kad M. Le Pen siūlymai yra nukreipti būtent prieš ją. Griežta kandidatės politika imigracijos atžvilgiu puikiai atspindi uždaros Prancūzijos viziją.

Trečiasis programos skyrius pavadinimu *Klestinti Prancūzija* kalba apie poreikį saugoti Prancūzijos vidaus rinką (p. 6). M. Le Pen, taip pat kaip ir E. Macron, mato problemą konkurencijos klausimu. Tiesa, E. Macron savo rinkiminėje programoje kalba apie visos Europos rinkos saugojimą (p. 21), o M. Le Pen koncentruojasi tik į Prancūziją. Savo programoje ji žada palaikyti prancūziškas kompanijas nesąžiningos tarptautinės konkurencijos akivaizdoje; uždrausti produktų, neatitinkančių prancūziškų standartų, importą; sukurti ekonominį patriotizmą ir išsilaisvinti iš europietiško suvaržymo; įvesti papildomą mokestį, samdant užsieniečius bei užtikrinti strateginių sektorių saugojimą, įvedant užsienio investicijų kontrolę (p. 6). Noras sukurti ekonominį patriotizmą ir europietiško įsipareigojimų laikymas suvaržymais rodo, kad M. Le Pen požiūris į Europos Sąjungą yra neigiamas ir gali būti priskiriamas Euro-Populistiniam. Kandidatės pažadai puikiai atskleidžia M. Le Pen siūlomos patriotinės Prancūzijos viziją ir vėl pabrėžia uždarumą.

Apibendrinant, abu kandidatai siūlo iš esmės skirtingą Prancūzijos santykį su Europa ir pasauliu. E. Macron siūlo atviros Prancūzijos idėją, skatina Europos šalių bendradarbiavimą ir palaiko platesnės Europos viziją. Tuo tarpu M. Le Pen, siūlydama patriotinę Prancūziją ir išreikšdama euroskepticizmą, palaiko uždaros Prancūzijos idėją ir atstovauja Euro-Populistinį požiūrį į Europą.

¹³⁵ Marcussen et al., 618

3.2.2. Saugumas/grėsmė

Antra ryški skirtis tarp E. Macron ir M. Le Pen atstovaujamų Europos vizijų pastebima, atkreipiant dėmesį į tai, su kokiomis sąvokomis kandidatai dažniausiai sieja Europą. Vienas dažniausiai naudojamų Europos apibūdinimų E. Macron retorikoje yra saugumas. Tuo tarpu pagrindinė M. Le Pen rinkiminės kampanijos tema – būtent atsižvelgiant į santykio su Europa klausimą – yra grėsmė. Atitinkamai, saugumo tema ir Europos klausimo sugrėsminimas geriausiai atsiskleidžia kandidatų rinkiminėse programose bei M. Le Pen galutiniame pasisakyme rinkėjams.

Rinkiminės programos: E. Macron rinkiminėje programoje saugumas yra viena dažniausių sąvokų, kalbant apie Europą. Jau programos įvade E. Macron užsimena, kad Europa turėtų būti saugumo garantas, jis pažada ginti Prancūzijos interesus tarptautiniu mastu ir kaip vieną iš būdų tai padaryti renkasi saugančios Europos atkūrimą – Atkūrus ambicingą, investuojančią ir **saugančią** Europą, kurios demokratinis gyvybingumas ir ateities skonis bus iš naujo atrasti (p. 5). Saugumo tema ryškiai atsikartoja ir skyriuje, skirtam politikai Europos atžvilgiu aptarti. Pats skyrius yra pavadintas *Saugi ir mūsų lūkesčius atitinkanti Europa*, taigi jau pavadinime Europa yra siejama su saugumu. Užsiminimas apie prancūzų lūkesčius tarsi leidžia suprasti, kad ne viskas šiuo metu Europos valdyme yra priimtina Prancūzijai. Tai patvirtina ir skyriaus pradžioje E. Macron reiškiamą kritiką Europos biurokratijos aparatui – Bet Europa taip pat turi pasikeisti: jos misija neturėtų būti biurokratijos valdymas, bet verčiau mūsų **dabarties saugojimas** ir ruošimasis mūsų ateičiai (p. 20). Vis dėlto skyriaus pavadinimas ir skatinimas tvarkyti Europos biurokratinis procesus, sukonztruojant dėmesį į saugumą, leidžia suprasti, kad E. Macron yra linkęs keisti Europą, o tai rodo ne tik iš esmės teigiamą požiūrį į Europą (siūloma Europą keisti, bet ne iš jos išeiti), bet ir tai jog E. Macron suteikia Prancūzijai labai ryškų vaidmenį Europos valdyme.

Dėmesys saugiai Europai taip pat yra pastebimas ir trijuose iš dešimties E. Macron pažadų, skirtų Europos politikai:

- 1) Sukursime Europą, **kuri mus saugos** (p. 21). – Europa siejama su saugumu. Tikima, kad Europa gali būti saugumo garantas.
- 2) Mes, kartu su Vokietija, **pasiūlysime gynybos Europą**, jungiančią šalis savanores, sukurdami Europos gynybos fondą, kuris finansuos bendrą karinę įrangą (pvz. europietiškus dronus) ir nuolatinę Europos Generalinę Būstinę (p. 21). – Išreiškiamas noras kurti vieningą Europos saugumo sistemą, bendradarbiaujant su kitomis Europos šalimis. Europa dar kartą siejama su saugumu, išreiškiamas pasitikėjimas Europa ir tikėjimas, kad ji gali būti saugumo garantas ES jungiančioms šalims narėms. Toks projektas taip pat demonstruojama Euro-Federalistinį

požiūrį į Europą, nes išreiškiamas ne tik stiprios ES palaikymas, bet ir siekis kurti bendrą, viršvalstybinę organizaciją, kuri rūpintųsi visa Europa.

- 3) Mes sukursime Europą, **kuri saugos mūsų strategines industrijas** (p. 21). – Europa vėl siejama su saugumu, bet jau ne tik gynybos, o ir ekonomikos klausimu.
- 4) Mes norime kontrolės mechanizmo užsienio investicijoms į Europą, tam, kad būtų **saugomi mūsų strateginiai sektoriai**. – Dar sykį minimas saugumas. Šiuo atveju, leidžiama suprasti, kad užsienio investicijos gali kelti pavojų Europos strateginiams sektoriams, bet išreiškiamas noras sukurti tokią Europą, kuri saugotų sau svarbius sektorius.

Taigi, E. Macron, savo rinkiminėje programoje, Europą aiškia sieja su saugumu. Pati saugumo sąvoka yra naudojama ne tik kalbant apie gynybą, bet ir ekonomiką, taip leidžiant suprasti, kad kandidatas mato Europą kaip visapusišką saugumo garantą.

M. Le Pen savo rinkiminėje programoje taip pat kalba apie saugumą ir būtinybę saugoti. Vis dėlto, jos programoje saugumas nėra sąvoka siejama su Europa. Atvirkščiai, M. Le Pen ne sykį, skirtinguose kontekstuose pabrėžia, kad saugotis reikia būtent nuo Europos keliamų grėsmių. Programos įvade, M. Le Pen mini, kad jos siūloma Prancūzijos vizija yra ankstesnėje tyrimo dalyje minėta patriotinė Prancūzija. Kaip vienas iš šios vizijos elementų yra minimas nacionalinio identiteto saugojimas (p. 1). Kadangi globali Prancūzija yra pateikiama kaip patriotinės Prancūzijos priešingybė, galima daryti išvadą, kad būtent globali, atvira Prancūzija kelia grėsmę nacionaliniam šalies identitetui. Būtinybė saugoti nacionalinę tapatybę taip pat minima ir penktajame M. Le Pen rinkiminės programos skyriuje, pavadintame *Išdidi Prancūzija*. Šiame skyriuje M. Le Pen žada ginti nacionalinę tapatybę šalies konstitucijoje įtvirtinant istorinio paveldo saugojimą bei skatinant sekuliarizmą ir asimiliaciją (p. 14). Be to, M. Le Pen žada prie visų viešų Prancūzijos pastatų iškelti Prancūzijos vėliavą ir pašalinti Europos Sąjungos vėliavą (p. 14). Tokie pažadai rodo du dalykus. Pirma, M. Le Pen nuomone, savęs siejimas su Europos Sąjunga kelia realią grėsmę Prancūzijos nacionalinei tapatybei. Antra, M. Le Pen tautinę valstybę laiko vertybe ir taip aiškiai palaiko liberalios nacionalistinės tapatybės idėją¹³⁶. Be grėsmės Prancūzijos tapatybei, M. Le Pen taip pat įvardina ir grėsmę šalies ekonomikai. Trečiajame savo programos skyriuje kandidatė pabrėžia, kad reikia saugoti Prancūzijos vidaus rinką ir vienas iš būdų tai padaryti yra išsilaisvinti iš europietišku suvaržymų. Taigi, galima daryti išvadą, kad M. Le Pen atvirumą ir įsipareigojimus Europai mato kaip įvairiapusišką grėsmę.

Galutiniai pasisakymai: Savo galutiniame pasisakyme prieš antrąjį rinkimų turą E. Macron neišskyrė Europos ir koncentravosi į Prancūziją. Jis savo paskutinį oficialų kreipimąsi į rinkėjus

¹³⁶ Marcussen et al., 168

pradėjo dėkodamas už rinkėjų išreikštą pasitikėjimą pirmajame rinkimų ture ir teigė, kad toks rezultatas rodo, jog rinkėjai jam priskyre labai aiškią misiją – sutelkti visus prancūzus vardan savo šalies ateities¹³⁷. Būtent visų prancūzų sutelkimas ir yra pagrindinė ir atsikartojanti E. Macron pasisakymo tema. Tuo tarpu M. Le Pen savo pasisakyme kalbėjo apie Europą ir pabrėžė Briuselio keliamą pavojų Prancūzijai.

Galutiniame pasisakyme rinkėjams, M. Le Pen, kaip ir visos rinkiminės kampanijos metu, teigė, kad rinktis ją reiškia rinktis nepriklausomą, suverenią Prancūziją¹³⁸. Anot kandidatės, globalizacija yra grėsmė Prancūzijos nacionaliniam identitetui ir ji pasisako už ekonominių patriotizmą bei sekuliarizmą. Ryškiausias viso kreipimosi į rinkėjus momentas, leidžiantis pajauti, kad kandidatė Europą vertina kaip grėsmę, yra M. Le Pen teiginys, kad negalima balsuoti už E. Macron ir (tuometinio Prancūzijos prezidento) François Hollande politiką, nes jie netiki Prancūzija ir nori atiduoti ją į Briuselio rankas. Toks teiginys labai aiškiai rodo, kad M. Le Pen neigiamai vertina Briuselio politiką, visą Europos Sąjungą mato kaip grėsmę ir atstovauja Euro-Populistinį požiūrį į Europą.

Apibendrinant, kandidatų rinkiminėse programose išryškėja skirtis tarp grėsmę keliančios Europos ir Europos kaip saugumo garanto. E. Macron demonstruoja tikėjimą Europa ir, atstovaudamas Euro-Federalistinį požiūrį, siūlo bendras gynybos programas. Tuo tarpu M. Le Pen palaiko Euro-Populistines idėjas ir Europos Sąjungą mato kaip grėsmę Prancūzijai.

3.2.3. Bendradarbiavimas/nepriklausomybė

Paskutinis, bet turbūt ryškiausias elementas, pastebimas analizuojant rinkiminės kampanijos medžiagą, yra skirtis tarp bendradarbiaujančios ir nepriklausomos Prancūzijos. Dauguma E. Macron teiginių ir siūlomų projektų Europos atžvilgiu demonstruoja norą sukurti glaudžiai bendradarbiaujančią Europą ir Prancūziją, kuri Europos projekte užimtų lyderės poziciją. Tuo tarpu M. Le Pen siūloma vizija yra nepriklausoma Prancūzija, kuri pirmiausia rūpinasi savo interesais ir stengiasi atsiriboti nuo savo įsipareigojimų Europai ar bent juos perorganizuoti. Skirtis tarp bendradarbiavimo ir nepriklausomybės užtikrinimo yra pastebima kandidatų rinkiminėse programose, reklaminiuose klipuose, ir galutiniuose pasisakymuose rinkėjams.

Rinkiminės programos: Analizuojant E. Macron rinkiminę programą, bendradarbiaujančios Europos klausimu, verta išskirti tris pagrindinius dalykus. Pirmą, E. Macron reiškia kritiką tiems,

¹³⁷ Benjamin Pierret, „Présidentielle 2017 : découvrez les clips de campagne de Macron et Le Pen“, 2017. <<http://www.rtl.fr/actu/politique/presidentielle-2017-decouvrez-les-clips-de-campagne-de-macron-et-le-pen-7788362172>> [Žiūrėta 2018 03 26].

¹³⁸ Pierret, 2017

kurie netiki, kad Europos projektas yra naudingas Prancūzijai. Tai rodo keli kandidato teiginiai pateikti rinkiminės programos dalyje, skirtoje Europai:

- 1) Koks **bailumas ir veidmainystė, kuomet girdime** apie Europą (p. 20). – Šiuo sakiniu E. Macron pradeda skyrių, skirtą pažadams, susijusiems su Europa. Iš tokio teiginio galima suprasti, kad E. Macron nesutinka su viešumoje reiškiamą nuomone (galbūt net konkrečiai iš kitų kandidatų į prezidentus) apie Europą ir mano, kad dauguma kalbų yra paremtos nepagrįstomis baimėmis. Nors bailumas ir veidmainystė kelia neigiamas asociacijas, šiame sakinyje Europa yra tarsi ginama nuo viešai jai reiškiamos kritikos.
- 2) Kiti teigia, kad **padarys Prancūziją laisvesnę, palikdami** Europą (p. 20). – Šiuo sakiniu yra tvirtai neigiama nuomonė, kad Europa reiškia suvaržymus. Europai yra suteikiamas teigiamas vaidmuo, nesutinkant, kad Europos palikimas yra tolygus laisvei ir nepriklausomybei.
- 3) Tai **nėra stalas, kurį reikia apsukti**; tai Europos eiga (p. 20). – Keliuose sakiniuose prieš šį, E. Macron teigia, kad visi menkina Prancūzijos įvaizdį prieš jos partnerius, kalbėdami apie tai kaip reikia „apsukti stalą“. Tačiau, jo teigimu didžiosios šalys turi tesėti savo žodį ir Europos eiga nėra stalas, kurį reikia apsukti, tai tiesiog Europos eiga. Taigi, galima suprasti, kad E. Macron palaiko tolimesnę Europos vystymosi eigą ir patį Europos projektą.

Antra, E. Macron savo rinkiminėje programoje žada daug bendrų Europos projektų, taip demonstruodamas savo Euro-Federalistinį požiūrį į ES ir siekį kurti bendradarbiaujančią Europą:

- 1) Mes **užtikrinsime prieigą prie Europos viešųjų pirkimų rinkos**, įmonėms, kurios bent pusę savo produkcijos sukūrė Europoje pagal *Pirk Europietišką* aktą (angl. Buy European Act). – Šiuo punktu E. Macronas parodo savo ryšį su Europa ir norą skatinti visos Europos, o ne tik Prancūzijos, augimą. Prancūziška produkcija nėra išskiriama, skatinamas visos europietiškos produkcijos saugojimas.
- 2) Brexit diskusijų kontekste, **ginsime bendros Europos rinkos** vientisumą (p. 21). – Toks sakinytis rodo, kad nors šiuo metu išgyvena rimtas permainas ir tam tikrą nestabilumo laikotarpį, E. Macron yra pasiryžęs išsaugoti Europos vientisumą.
- 3) Mes **sukursime bendrą skaitmeninę rinką** Europoje (p. 21).
- 4) Mes **sukursime bendrą energijos rinką** Europoje (p. 21).
- 5) Mes, kartu su Vokietija, pasiūlysiame gynybos Europą, jungiančią šalis savanores, sukurdami Europos gynybos fondą, kuris finansuos **bendrą karinę įrangą** (pvz. europietiškus dronus) ir nuolatinę Europos Generalinę Būstinę (p. 21). – Visi trys pažadai (kurti bendrą skaitmeninę ir energijos rinkas bei bendrą Europos gynybos organizaciją) rodo, kad E. Macron nori plėsti

šalių bendradarbiavimą ir vienyti Europą skirtingose srityse galiausiai sukuriant labiau federalistinį Europos modelį.

Trečia, E. Macron programoje išryškėja ne tik noras sukurti bendradarbiaujančią Prancūziją, bet ir ambicija, jog būtent Prancūzija turėtų būti Europos projekto lyderė. Ryškiausiai tai yra pastebima rinkiminės programos įvade, kuomet E. Macron teigia, kad Prancūzija neturėtų užsidaryti ir nosisukti nuo pasaulio. E. Macron teigimu tai tiesiog nebūtų teisingas kelias Prancūzijai ir todėl jis siūlo Prancūziją, kuri yra **Europos projekto smaigalyje** (p. 3). Įvade taip pat pabrėžiama, kad Prancūzijai yra būtina susigrąžinti Europos ir pasaulio pasitikėjimą (p. 3), taip parodant koks svarbus E. Macron yra Prancūzijos statusas tarptautinėje bendruomenėje. Norą užimti lyderio poziciją Europos vystymesi taip pat rodo ir aukščiau išvardinti siūlomai bendri projektai. Visi pažadai sukurti bendrą rinką ar gynybinę organizaciją prasideda žodžiu *mes*, kuris rodo, kad E. Macron tarsi priima atsakomybę būtent Prancūzijai vystyti jo siūlomą Europos projektą. Galiausiai, E. Macron kritika sakantiems, kad Europos eiga yra „stalas, kurį reikia apsukti“ ir teiginys, kad didžiosios valstybės turi tesėti savo pažadus (p. 20) įrodo, kad Prancūzijos statusas ir vaidmuo tarptautinėje arenoje E. Macron yra svarbus.

Priešingai nei E. Macron, M. Le Pen savo rinkiminėje programoje ne kartą akcentuoja Prancūzijos nepriklausomybės užtikrinimo svarbą. Nepriklausomybės klausimas yra paliečiamas tiek programos įvade tiek ir atskiruose skyriuose. Įvado dalyje M. Le Pen siūlo jau anksčiau aptartą patriotinės Prancūzijos viziją (p. 1). Šios vizijos tikslas yra Prancūzija sauganti nacionalinį identitetą ir šalies nepriklausomybę. Taigi, jau pristatinėdama savo programą kandidatė parodo, kad viena iš raktinių sąvokų, kalbant apie jos Prancūzijos viziją yra nepriklausomybė.

Pereinant prie M. Le Pen rinkiminės programos turinio, atskirai reikėtų aptarti pirmąjį skyrių, pavadintą *Laisva Prancūzija*. Antras šio skyriaus sakinytis yra vienintelis visoje programoje, kuriame yra minimas žodis Europa, bet būtent šis sakinytis geriausiai apibendrina visą M. Le Pen Prancūzijos viziją Europai – **Nepriklausomų tautų** Europos link, žmonių labui (p. 2). Šis sakinytis aiškiai rodo, kad M. Le Pen pasisako už savarankiškų tautų Europą ir nepalaiko gilesnės integracijos idėjos. Europos matymas kaip tautinių valstybių darinys dar kartą leidžia sakyti, kad M. Le Pen palaiko liberalios nacionalistinės tapatybės idėją¹³⁹. Susikoncentravimą į tautų (ir ypač Prancūzijos) nepriklausomybę patvirtina ir pats pirmasis iš 144 M. Le Pen įsipareigojimų rinkėjams – Atkuriant Prancūzijos žmonėms jų **suverenumą, atgauti mūsų laisvę** ir mūsų likimo valdymą (p. 2). Šiame įsipareigojime M. Le Pen suverenumą žada atkurti suorganizuodama derybas su Europos partneriais, kurias sektų referendumas dėl Prancūzijos narystės Europos Sąjungoje. Šis įsipareigojimas ne tik patvirtina, kad M. Le Pen Prancūzijos ateitį mato atskirai nuo Europos, bet ir

¹³⁹ Marcussen et al., 168

tai, kad pats santykio su Europa klausimas jai yra labai svarbus. Nors M. Le Pen savo programoje politikai Europos klausimu neišskiria atskiro skyriaus, tai jog programos turinys prasideda pažadu organizuoti referendumą dėl Prancūzijos narystės ES rodo, kad noras pakeisti Prancūzijos kryptį santykiuose su Europa kandidatėi yra itin aktualus.

Siekį pakeisti kryptį santykiuose su Europa ir užsitikrinti nepriklausomybę taip pat atspindi ir septintasis rinkiminės programos skyrius – *Tvari Prancūzija*. Šis skyrius yra skirtas aptarti politiką žemės ūkio, aplinkosaugos ir energetikos klausimais. M. Le Pen požiūris Europos klausimu šioje dalyje atsiskleidžia keliuose išipareigojimuose. Pirma, kandidatė žada keisti bendrą žemės ūkio politiką, atsigręžiant į Prancūziją ir garantuojant Prancūzijos ūkininkams dotacijas, kurių kriterijai bus nustatomi pačios Prancūzijos, o ne ES (p. 20). Antra, M. Le Pen atkartoja trečiame programos skyriuje išreikštą pažadą kovoti su nesąžininga konkurencija ir importu, neatitinkančiu Prancūzijos standartų (p. 20). Išipareigojimas Prancūzijai perimti dotacijų kriterijų nustatymą iš ES yra įrodymas, kad M. Le Pen siekia Prancūzijos nepriklausomybės būtent Europos atžvilgiu. Tuo tarpu pažadas kovoti su Prancūzijos standartų neatitinkančiu importu taip pat rodo, kad kandidatės nuomone Prancūzija turėtų nepriklausomai, pati apsispręsti dėl savo importo politikos.

Reklaminiai klipai: Lyginant M. Le Pen ir E. Macron reklaminius klipus aiškiai pastebima, kad kandidatai skirtingai mato Prancūzijos vaidmenį Europoje. Kaip ir kituose agitaciniuose šaltiniuose E. Macron Prancūzijos ateitį sieja su Europa ir pačią Prancūziją laiko svarbia Europos projekto dalimi. Tuo tarpu M. Le Pen pabrėžia būtinybę saugoti Prancūzijos laisvę ir užtikrinti jos nepriklausomybę.

E. Macron savo oficialiame reklaminiam klipe Europą mini vieną kartą – Mano noras – daryti dalykus visiems ir su visais, nes aš mačiau gerą valią visur ir noriu, kad visi dirbtų kartu, nepaisydami savo politinės stovyklos ir to, iš kur yra kilę; kad sugrąžintume Prancūziją į progreso kelią ir **pastatytume Europą atgal į savo vėžias**¹⁴⁰. Teiginys, kad Europą reikia sugrąžinti atgal į savo vėžes turi neigiamą atspalvį ir sufleruoja, kad E. Macron nuomone Europa šiuo metu nėra pačiame teisingiausiame kelyje. Tačiau, tuo pat metu, kandidato pasiryžimas keisti rodo, kad probleminės sritys nėra priežastis palikti Europą. Atvirkščiai, E. Macron savo šalies ateitį sieja su Europa ir pačiame Europos vystymesi skiria svarbų vaidmenį Prancūzijai taip tik patvirtindamas bendradarbiavimo idėją. Likusioje klipo dalyje E. Macron dėstomos idėjos nedemonstruoja kandidato požiūrio į Europą ir koncentruojasi ties Prancūzija. Vis dėlto, klipo pateikimo prasme reikėtų paminėti, kad E. Macron balse jaučiama ramybė ir pakili nuotaika. Taip pat, viso klipo metu skamba džiaugsminga, viltį žadinanti melodija. Taigi, E. Macron reklaminis video klipas atskleidžia jo norą Prancūzijai judėti išvien su visa Europa ir bendrai pasižymi pozityvumu.

¹⁴⁰ Gabriel Paris, „Emmanuel Macron - Clip de Campagne“, 2017.
<https://www.youtube.com/watch?v=psfbQL_LOGA> [Žiūrėta 2018 03 28].

M. Le Pen savo oficialiame reklaminiame klipe nemini žodžio Europa ir visą savo dėmesį sutelkia Prancūzijai. Nepaisant to, siekis kovoti už nepriklausomą Prancūziją yra aiškiai jaučiamas. Pačioje klipo pradžioje kandidatė kalba apie besąlygišką prisirišimą prie savo šalies ir meilę jai. M. Le Pen labai ryškiai pabrėžia, kad ji intensyviai, išdidžiai, ištikimai ir akivaizdžiai yra prancūzė¹⁴¹. Kandidatė įvardina savo nerimą dėl pavojaus, kylancio iš fundamentalaus islamo vystymosi ir ekstremalaus laisvių ribojimo bei sako norinti, kad prancūzai gyventų nepriklausomoje šalyje. Toks susitelkimas į Prancūziją puikiai atspindini kandidatės požiūrį į tai, koks turėtų būti Prancūzijos santykis su Europa ir pasauliu. M. Le Pen siūloma Prancūzija saugo savo laisvę, užsidaro nuo Europos ir yra nepriklausoma.

Galvojant ne tik apie M. Le Pen reklaminių klipo turinį, bet ir apie pateikimą, labiausiai dėmesys krypta į grėsmingą klipo garso takelį ir pačios M. Le Pen balse toną. Melodija, lydinti visą reklaminių klipą, tarsi auga, stiprėja kartu su kandidatės balsu. Tokia grėsminga melodija kandidatės pasiryžimo *sutvarkyti* Prancūziją kontekste, leidžia manyti, kad dabartinė Prancūzija yra pavojuje ir ją reikia gelbėti. Tačiau, tuo pat metu nenutrūkstamas augimas M. Le Pen balse (ypač pabrėžiant, kad ji yra prancūzė) yra tarsi bandymas sukelti pasididžiavimą Prancūzija. Taigi, M. Le Pen reklaminiame klipe visas dėmesys yra skiriamas Prancūzijos nepriklausomybės užtikrinimui ir pačios šalies *sutvarkymui*.

Galutiniai pasisakymai: Kaip jau buvo minėta, aptariant saugumo ir grėsmės skirtį kandidatų kampanijose, E. Macron savo galutiniame oficialiame kreipimesi į rinkėjus neišskyrė Europos ir visą dėmesį skyrė Prancūzijai. Vis dėlto, viena vieta, kurioje galima įžvelgti E. Macron požiūrį į Prancūzijos santykį su kitomis valstybėmis, yra kandidato pažadas grąžinti Prancūzijai progreso dvasią tam, kad apstulbę kaimynai sakytų, jog Prancūzija grįžo. Bendradarbiaujančios Europos kontekste, toks pareiškimas gali atrodyti ne kaip siekis kurti bendrystę, bet noras įtvirtinti Prancūzijos kaip didžiosios pasaulio valstybės statusą. Nepaisant to, pasiryžimas įrodyti savo statusą pasaulyje rodo ir tai, kad E. Macron Prancūzijos vaidmuo ir įvaizdis tarptautinėje arenoje yra svarbus. O tai patvirtina kandidato rinkiminėje programoje išryškėjusį siekį Prancūzijai tapti lydere Europos projekte.

M. Le Pen savo galutiniame pasisakyme skiria daug dėmesio Europai ir labiausiai pabrėžia jau aptartą Briuselio politikos grėsmę Prancūzijai. Šalia Europos sugrėsminimo kandidatė taip pat išskiria ir Prancūzijos nepriklausomybę bei išskirtinumą. M. Le Pen cituoja C. de Gaulle, kuris sakė, kad dvidešimt istorijos amžių įrodo, kad tikėti Prancūzija yra visuomet teisinga ir dar kartą pamini, kad balsas už ją reiškia balsą už nepriklausomą Prancūziją. Taip M. Le Pen parodo, kad

¹⁴¹ Marine Le Pen, „Official campaign video | Marine 2017“, 2017.
<<https://www.youtube.com/watch?v=FYWnuQc5mYA>> [Žiūrėta 2018 03 28].

pasisako už ir C. de Gaulle palaikytą liberalios nacionalistinės tapatybės idėją ir nepriklausomų tautų Europą.

Atsižvelgiant į įvairius rinkiminės kampanijos agitacinius šaltinius aiškiai matyti, kad kandidatai atkartoja skirtingas Prancūzijos vizijas Europai. E. Macron tiki Europos projektu ir skatina bendradarbiavimą. Jo siekis ginti Europos vientisumą ir kurti šalis jungiančius projektus rodo platesnės Europos, Euro-Federalistinę E. Macron viziją. Kaip visišką priešingybę tokiai vizijai M. Le Pen siūlo nepriklausomų tautų Europą. Didžiausias dėmesys jos rinkiminėje programoje yra skiriamas Prancūzijos nepriklausomybės gynimui ir išsaugojimui.

3.3. Kandidatų vizijų apibendrinimas ir kategorizacija

Ši tyrimo dalis apibendrina abiejų kandidatų siūlytas Europos vizijas. Atsižvelgiant į analizuotą medžiagą ir aptartas pagrindines kampanijų temas/skirtis, pateikiami pagrindiniai E. Macron ir M. Le Pen siūlytų vizijų bruožai. Taip pat, abiejų pretendentų vizijos yra priskiriamos jau egzistuojančioms Europos vizijų kategorijoms pagal Marcussen et al. pasiūlytus penkis Europos tapatybės tipus ir B. Leruth ir N. Startin išskirtas tris galimo požiūrio į Europą kategorijas.

Emmanuel Macron: Apžvelgiant visus analizuotus E. Macron rinkiminės programos šaltinius išryškėja keturi pagrindiniai dalykai, susiję su Europos klausimu. Pirmiausia, E. Macron pasisako už atvirą Prancūziją. Tai rodo tiek jo pirmojo turo rinkiminis plakatas tiek ir rinkiminė programa. Pirmojo turo rinkiminiame plakate E. Macron kviečia rinkėjus balsuoti, sakydamas, kad Prancūzija turi būti šansas visiems – taip tarsi demonstruodamas atvirumo politiką imigracijos klausimu. Rinkiminėje programoje E. Macron teigia, kad su imigrantais reikia elgtis pagarbiai taip tik patvirtindamas savo atvirumo politiką įžvelgiamą ir rinkiminiame plakate. Antras labai ryškus elementas, Europos siejimas su saugumo sąvoka. E. Macron ne vieną kartą, kalbėdamas apie skirtingas temas, Europą įvardina kaip saugumo garantą. Jo siekis yra sukurti tokią Europą, kuri galėtų teikti saugumą tiek ekonominiu tiek gynybiniu aspektais. Trečia, E. Macron pabrėžia bendrą Europos projektų svarbą. Savo rinkiminėje programoje kandidatas žada kurti bendrą skaitmeninę rinką, bendrą energijos rinką ir bendrą gynybos organizaciją bei plėsti Erasmus programą. Tokie pažadai rodo, kad E. Macron siūlo vientisą ir bendradarbiaujančią Europą. Galiausiai, atsižvelgiant į analizuotą medžiagą, galima drąsiai teigti, kad E. Macron Prancūzijai suteikia svarbų vaidmenį Europos vystymesi. Tai galima pastebėti ne tik iš įsipareigojimų prisiimti atsakomybę kuriant bendras rinkas Europoje, bet ir iš rinkiminėje programoje pateikiamų teiginių, sakančių, kad: būtent Prancūzija turi būti Europos projekto smaigalyje; Vokietija ir Prancūzija bus atsakingos už bendro Europos gynybos projekto sukūrimą; Prancūzija turi susigrąžinti savo partnerių pasitikėjimą. Taigi,

apibendrinant E. Macron Prancūzijos Europos viziją, galima teigti, kad E. Macron siūlo atvirą, saugią, bendrus projektus kuriančią Europą, kurios vedlė yra Prancūzija.

Galvojant apie pagrindinius E. Macron vizijos Europai bruožus ir atsižvelgiant į Marcussen et al. išskirtus galimus Europos tapatybės modelius, E. Macron siūloma Europos vizija būtų priskiriama prie platesnės Europos idėjos. Platesnės Europos vizija apibrėžia Europą kaip bendriją, kurią vienija bendros vertybės bei kultūra¹⁴². E. Macron noras kurti bendras rinkas Europoje ir plėsti europietiškus projektus būtent tai ir rodo – jo siūloma Europa yra plati Europa. Galvojant apie B. Leruth ir N. Startin kategorizaciją, E. Macron būtų priskiriamas prie Euro-Federalistinės vizijos šalininkų. Euro-Federalistai palaiko stiprios Europos Sąjungos idėją ir pasisako už galių perleidimą viršvalstybiniam dariniui¹⁴³. Nors E. Macron nekalba apie konkrečių galių perleidimą ES, jo siūlymas kurti bendrą Europos gynybos organizaciją ir bendrų europinių rinkų palaikymas rodo, kad E. Macron yra linkęs palaikyti Euro-Federalizmą.

Marine Le Pen: Atsižvelgiant į visus M. Le Pen rinkiminės kampanijos analizuotus šaltinius būtent Europos politikos kontekste, galima išskirti dvi raktines sąvokas – grėsmė ir nepriklausomybė. Kalbėdama apie Prancūzijos ateitį ir jos santykį su Europa M. Le Pen ne syki pabrėžia, kad Europa varžo Prancūzijos laisvę ir kelia pavojų tiek jos ekonomikai tiek nacionalinei tapatybei. Europos kaip grėsmę keliančios veikėjos įvaizdį atskleidžia M. Le Pen rinkiminėje programoje pateikiami teiginiai jog Prancūzijos įsipareigojimai ES yra kenksmingi, nekontroliuojama imigracija kelia pavojų nacionaliniam identitetui, o Prancūzijos išlaidos, susijusios su ES yra per didelės. Toks grėsmingos Europos naratyvas atsikartoja ir galutiniame M. Le Pen pasisakyme rinkėjams, kuomet kandidatė leidžia suprasti, kad Briuselio vykdoma politika yra kenksminga Prancūzijai. Tuo tarpu nepriklausomybės užtikrinimo svarbą geriausiai atskleidžia M. Le Pen siūloma patriotinės Prancūzijos idėja ir pažadas surengti referendumą dėl Prancūzijos narystės Europos Sąjungoje. Pasisakydama už patriotinę Prancūziją ir sekuliarizmą kandidatė palaiko nepriklausomų tautų Europos idėją ir demonstruoja uždarumo politiką. Tai rodo ir kandidatės rinkiminis plakatas, kviečiantis rinktis Prancūziją bei reklaminis klipas, kuriame M. Le Pen teigia norinti užtikrinti, kad prancūzai gyventų nepriklausomoje šalyje. Taigi, apibendrinant galima teigti, kad M. Le Pen Prancūzijos Europos vizija yra nepriklausomų tautų Europa, kurioje kiekviena šalis yra atsakinga už savo vykdomą politiką.

Marcussen et al. išskirtų Europos tapatybės idėjų kontekste, M. Le Pen būtų priskiriama prie liberalios nacionalistinės tapatybės šalininkų. Palaikantys būtent šį tapatybės modelį Europą mato kaip atskirų, tautinių valstybių junginį¹⁴⁴. M. Le Pen rinkiminėje programoje pateikiamas šūkis –

¹⁴² Marcussen et al., 618

¹⁴³ Leruth ir Startin, 155

¹⁴⁴ Marcussen et al., 618

Nepriklausomų tautų Europos link, žmonių labui – pažadas surengti referendumą dėl Prancūzijos narystės ES bei Europos keliamų grėsmių išskyrimas rodo, kad kandidatė palaiko liberalios nacionalistinės tapatybės idėją. Analizuojant M. Le Pen Europos viziją pagal B. Leruth ir N. Startin kategorijas, M. Le Pen atstovauja Euro-Populizmą. Euro-Populistai pasižymi euroskepticizmu ir mano, kad Europos Sąjunga kelia grėsmę atskirų šalių nepriklausomybei¹⁴⁵. Pagrindinė M. Le Pen rinkiminės programos tema Europos klausimu – jos keliamą grėsmę Prancūzijos nepriklausomybei ir nacionaliniam identitetui – puikiai koreliuoja su pagrindinėmis Euro-Populistų idėjomis.

¹⁴⁵ Leruth ir Startin, 155

Išvados

Pastaruosius keletą metų Europos Sąjungos ateities klausimas yra vienas iš aktualiausių daugelyje bendrijos šalių. Jungtinei Karalystei nusprendus trauktis iš Europos projekto, ne vienoje kitoje Europos šalyje buvo pradėta abejoti bendrijos ateitimi ir pasigirdo raginimai taip pat palikti ES. Prancūzija, kaip viena iš Europos Sąjungos įkūrėjų, taip pat neišvengė viešų diskusijų apie tai, kokia bus Europos ateitis, koks vaidmuo joje turėtų atitekti Prancūzijai ir ar pačiai Prancūzijai nereikėtų trauktis iš permainas išgyvenančios bendrijos.

Nuo pat Europos projekto užuomazgų 1950-aisias, prancūzai buvo laikomi entuziastingais Europos integracijos šalininkais. Nepaisant to, menkas Mastrichto sutarties palaikymas ir bendros Europos Sąjungos konstitucijos atmetimas parodė, kad prancūzų vizija Europai nėra pastovi ir ne visuomet pasisako už gilesnę bendrijos integraciją. Tai atskleidžia ir istoriškai Prancūzijos politinio elito siūlytų Europos vizijų įvairovė. Atsižvelgiant į Marcussen et al. išskiriamus penkis Europos tapatybės tipus ir B. Leruth ir N. Startin pasiūlytą Europos vizijų kategorizaciją, galima teigti, kad Prancūzija išgyveno bent kelis skirtingų Europos vizijų laikotarpius. C. de Gaulle prezidentavimo metais dominavo liberalios nacionalistinės tapatybės idėja ir pragmatiškas požiūris į Europą – Europa buvo vertinama kaip bendrija, galinti atnešti naudos, bet tuo pat metu buvo siekiama išlaikyti nacionalinių vyriausybių viršenybę Europoje. Vėliau, į valdžią atėjus glaudžiu Europos bendradarbiavimu tikinčiam F. Mitterrand, tokį pragmatišką požiūrį keitė platesnės Europos idėja ir federalistinės nuotaikos. Galiausiai, po F. Mitterrand valstybės vairą perėmęs J. Chirac tęsė F. Mitterrand pradėtą europeizacijos procesą, bet nepalaikė federalistinių idėjų ir grįžo prie pragmatiškesnio požiūrio į Europą. Kadangi politinio elito viešai reiškiamas požiūris vienu ar kitu klausimu dažnai yra formuojantis ir visuomenės nuomonę, norint atskleisti dominuojančias Prancūzijos vizijas Europai verta nagrinėti būtent politikų siūlomas vizijas.

Prancūzijos prezidento rinkimai, vykę 2017 metais, tapo puikia platforma aptarti galimus Europos ateities scenarijus ir nuspręsti kokią Europos viziją palaiko Prancūzija. Išanalizavus dviejų pagrindinių kandidatų į Prancūzijos prezidentus – E. Macron ir M. Le Pen – rinkimines kampanijas, drąsiai galima teigti, kad 2017 metų Prancūzijos prezidento rinkimuose visuomenei buvo siūlomos dvi kardinaliai skirtingos Europos vizijos. E. Macron siūlė Europai atvirą Prancūziją, kuri ne tik glaudžiai bendradarbiautų su kitomis bendrijos narėmis, bet ir imtųsi lyderės vaidmens vystant Europos projektą. Kalbėdamas apie Europos Sąjungos ateitį, E. Macron žadėjo kurti bendrus, ES vienijančius projektus ir pabrėžė jog Europa gali būti visapusiškas saugumo garantas. Toks tikėjimas Europos projektu ir pažadai vystyti bendradarbiavimą ES aiškiai rodo, kad E. Macron palaiko platesnės Europos viziją ir demonstruoja Euro-Federalistintį požiūrį į Europą. Tuo tarpu, E.

Macron oponentė M. Le Pen savo rinkiminėje kampanijoje siūlė visiškai priešingą Prancūzijos santykį su Europa. Jos siūloma Prancūzija turėtų vykdyti uždarumo politiką ir pirmiausia rūpintis savo nepriklausomybės užtikrinimu. M. Le Pen savo rinkiminėje kampanijoje pabrėžia, kad atvirumas ir įsipareigojimai Europai kelia grėsmę Prancūzijos ekonomikai ir nacionalinei tapatybei. Dėl šios priežasties, M. Le Pen Prancūzijos ateities nesieja su Europos Sąjunga ir pasisako už nepriklausomų tautų Europą. Europos siejimas su grėsmėmis ir dėmesys Prancūzijos nepriklausomybės išsaugojimui rodo, kad M. Le Pen tiki liberalios nacionalistinės tapatybės idėja ir palaiko Euro-Populistinį požiūrį į Europą.

Ši Prancūzijos prezidento rinkimų retorikos analizė atskleidė, kad diskusijų dėl Europos ateities kontekste, Prancūzijoje dominuoja dvi kategoriškai skirtingos vizijos Europai – federalistinė ir nepriklausomų tautų Europa. Galvojant apie ateities tyrimus, analizuojančius Prancūzijos vizijas Europai, pagrindinis analizės laukas galėtų būti realus vizijų Europai įgyvendinimas Prancūzijos užsienio ir vidaus politikoje. Identifikavus kandidatų rinkimuose pasiūlytas vizijas, toliau būtų tikslinga tirti, ar rinkimuose nugalėjusi vizija vis dėlto dominuoja ir laimėjusio kandidato vykdomoje politikoje. Kitas laukas ateities tyrimams taip pat galėtų būti ilgalaikės Prancūzijos Europos vizijos analizė. Išnagrinėjus rinkimuose didžiausią palaikymą sulaukusią Europos viziją, tolimesni tyrimai galėtų analizuoti, ar laimėjusi vizija kuria ilgalaikę Prancūzijos Europos vizijos tradiciją ar tik laikiną Prancūzijos politikos Europos atžvilgiu pokytį.

Šaltinių ir literatūros sąrašas

- Arbour, Brian, K. „Candidate Reputations and Issue Agendas.“ *American Politics Research*, 41(6), 2013, 1022-1051.
- Binzer Hobolt, Sara, Sylvain Brouard, „Contesting the European Union? Why the Dutch and the French Rejected the European Constitution“, *Political Research Quarterly*, 64(2), 2011, 309-322.
- Bozo, Frédéric, „The Failure of a Grand Design: Mitterrand’s European Confederation, 1989–1991“, *Contemporary European History*, 17(3), 2008, 391–412.
- Brasher, Holly, „Capitalizing on Contention: Issue Agendas in U.S. Senate Campaigns.“ *Political Communication*, 20(4), 2010, 453-471.
- Brigevich, Anna, „Regional Identity and Support for Europe: Distinguishing Between Cultural and Political Social Identity in France“, *Regional and Federal Studies*, 26(4), 2016, 475-507.
- Cain, Kathryn, „Time for Frexit, Spexit and Swexit? How Britain leaving EU could inspire nations like France, Spain and Sweden to reclaim control themselves“, 2017.
<<https://www.thesun.co.uk/news/3207074/france-spain-sweden-could-leave-eu/>> [Žiūrėta 2018 03 14].
- Cautrès, Bruno, „Multidimensionality of EU attitudes in France: An issue for the understanding of the politicization of attitudes towards the EU“, *European Integration online Papers*, 16(7), 2012, 1-28.
- Conway III, Lucian Gideon, Laura Janelle Gornick, Chelsea Burfeind, Paul Mandella, Andrea Kuenzli, Shannon C. Houck ir Deven Theresa Fullerton, „Does Complex or Simple Rhetoric Win Elections? An Integrative Complexity Analysis of U.S. Presidential Campaigns.“ *Political Psychology*, 33(5), 2012, 599-618.
- Damore, David F., Issue Convergence in Presidential Campaigns.“ *Political Behavior*, 27(1), 2005, 71-97.
- De La Baume, Maïa ir Quentin Ariès „French presidential candidates’ EU wishlists“, 2017.
<<https://www.politico.eu/article/france-elections-2017-presidential-candidates-eu-wishlists-macron-melenchon-le-pen-fillon/>> [Žiūrėta 2018 03 14].
- En Marche!, „Communiqué de presse - Affiche officielle "Ensemble, la France !"“, 2017.
<<https://en-marche.fr/articles/communiques/communiqu-e-affiche-officielle>> [Žiūrėta 2018 03 24].

- En Marche!, „Découvrez l'affiche de campagne officielle“, 2017. <<https://en-marche.fr/articles/actualites/affiche-campagne-macron>> [Žiūrėta 2018 03 24].
- Europos Sąjungos istorija – 1948 m., <https://europa.eu/european-union/about-eu/history/1946-1959/1948_lt> [Žiūrėta 2018 01 09].
- Front National 81, „Profession de foi de Marine Le Pen“, 2017. <<http://frontnational81.over-blog.com/2017/04/profession-de-foi-de-marine-le-pen.html>> [Žiūrėta 2018 03 24].
- Front National 81, „Tout est dit...“, 2017. <<http://frontnational81.over-blog.com/2017/04/tout-est-dit.html>> [Žiūrėta 2018 03 24].
- Gurau, Calin, Nawel Ayadi, „Political communication management The strategy of the two main candidates during the 2007 French presidential elections“, *Journal of Communication Management*, 15(1), 2011, 5-22.
- Gutteridge, Nick, „Support for the EU rockets in France ahead of election showdown between Macron and Le Pen“, 2017. <<https://www.express.co.uk/news/politics/799202/French-election-support-EU-rises-France-Le-Pen-Macron>> [Žiūrėta 2018 03 14].
- Holm, Ulla, „The old France, the New Europe and a multipolar world“, *Perspectives on European Politics and Society*, 5(3), 2004, 469-491.
- Howarth, David J. ir Georgios Varouxakis, *Contemporary France : An Introduction to French Politics and Society*. Londonas: Routledge, 2003.
- Kleinnijenhuis, Jan, Wouter de Nooy, „Adjustment of issue positions based on network strategies in an election campaign: A two-mode network autoregression model with cross-nested random effects.“ *Social Networks*, 35, 2013, 168-177.
- Laver, Michael, Kenneth Benoit, Nicolas Sauger, „Policy competition in the 2002 French legislative and presidential elections.“ *European Journal of Political Research*, 45, 2006, 667–697.
- Le Pen, Marine, „Les 144 engagements présidentiels“, 2017 <<http://www.frontnational.com/le-projet-de-marine-le-pen/>> [Žiūrėta 2018 03 30].
- Le Pen, Marine, „Official campaign video | Marine 2017“, 2017. <<https://www.youtube.com/watch?v=FYWnuQc5mYA>> [Žiūrėta 2018 03 28].

- Leruth, Benjamin ir Nicholas Startin, „Between Euro-Federalism, Euro-Pragmatism and Euro-Populism: the Gaullist movement divided over Europe“, *Modern & Contemporary France*, 25(2), 2017, 153-169.
- Macron, Emmanuel, „Programme“, 2017 <<https://en-marche.fr/emmanuel-macron/le-programme>> [Žiūrėta 2018 03 30].
- Mamadouh, Virginie, „Establishing a Constitution for Europe during European Union enlargement? Visions of ‘Europe’ in the referenda campaigns in France and the Netherlands“, *Journal of Cultural Geography*, 26(3), 2009, 305-326.
- Marcussen, Martin, Thomas Risse, Daniela Engelmann-Martin, Hans Joachim Knopf, Klaus Roscher, „Constructing Europe? The evolution of French, British and German nation state identities“, *Journal of European Public Policy*, 6:4, 1999, 614-633.
- Merle, Patrick, Dennis Patterson, „The French parliamentary and presidential elections of 2012“, *Electoral Studies*, 34, 2014, 291-379.
- Nadeau, Richard, François Pétry, Éric Bélanger, „Issue-Based Strategies in Election Campaigns: The Case of Health Care in the 2000 Canadian Federal Election.“ *Political Communication*, 24(7), 2007, 367-388.
- Paris, Gabriel, „Emmanuel Macron - Clip de Campagne“, 2017. <https://www.youtube.com/watch?v=psfbQL_L0GA> [Žiūrėta 2018 03 28].
- Pierret, Benjamin, „Présidentielle 2017 : découvrez les clips de campagne de Macron et Le Pen“, 2017. <<http://www.rtl.fr/actu/politique/presidentielle-2017-decouvrez-les-clips-de-campagne-de-macron-et-le-pen-7788362172>> [Žiūrėta 2018 03 26].
- Rovisco, Maria, „One Europe or several Europes? The cultural logic of narratives of Europe – views from France and Britain“, *Social Science Information*, 49(2), 2010, 241-266.
- Schmidt, Vivien A., „Trapped by their ideas: French élites' discourses of European integration and globalization“, *Journal of European Public Policy*, 14(7), 2007, 992-1009.
- Schotters, Frederike, „Mitterrand’s Europe: functions and limits of ‘European solidarity’ in French policy during the 1980s“, *European Review of History: Revue européenne d'histoire*, 24(6), 2017, 973-990.

Stokes, Bruce, Richard Wike ir Dorothy Manevich, „Post-Brexit, Europeans More Favorable Toward EU“, 2017. <<http://www.pewglobal.org/2017/06/15/post-brexit-europeans-more-favorable-toward-eu/>> [Žiūrėta 2018 03 14].

The Founding Fathers of the EU, <https://europa.eu/european-union/about-eu/history/founding-fathers_en> [Žiūrėta 2018 01 09].

Troitiño, David Ramiro, *European Integration: Building Europe*. Nova Science Publishers, Incorporated, 2013.

Troitiño, David Ramiro, Karoline Färber ir Anni Boiro, „Mitterrand and the Great European Design—From the Cold War to the European Union“, *Baltic Journal of European Studies Tallinn University of Technology*, 7(2), 2017, 132-147.

Summary

French Presidential Elections 2017: European Vision in the Campaign Rhetoric

After United Kingdom decided to leave the European Union (EU), discussions on possible future scenarios for Europe started to emerge in other member states as well. One of the countries where such discussions were of high interest was one of the founders of the EU – France. Throughout the years French European vision was dependent on the vision favoured by the incumbent political elites. During the presidency of Charles de Gaulle French European vision was based on a belief that Europe can be a beneficial union but at the same time the wish to preserve the superiority of national governments was very strong. Later, when François Mitterrand took office, France went through a period of Europeanization. F. Mitterrand believed in the vision of wider Europe and even shared federalist ideas towards the Union. Finally, F. Mitterrand's successor Jacques Chirac continued the policy of Europeanization but did not share federalist sentiments and took a more pragmatic view with regards to Europe. In the political studies, all of these visions can be divided into five types of European identity proposed by Marcussen et al. – (1) liberal nationalist identity; (2) a wider Europe as a community of values; (3) Europe as a “third force”; (4) a modern Europe as part of the Western community and (5) a Christian Europe. Visions that were dominant in France during different periods can also be classified into three categories based on B. Leruth & N. Startin study on the changes in Gaullist movement in France – Euro-Federalism, Euro-Pragmatism and Euro-Populism. This study relies on both of these categorizations.

Based on the divisions proposed by Marcussen et al. and B. Leruth & N. Startin, the aim of this study is to identify what European visions were proposed by the two main candidates of 2017 French presidential elections – Emmanuel Macron and Marine Le Pen. The study seeks to determine whether visions proposed by the candidates can be assigned to any of the existing categories introduced by Marcussen et al. and B. Leruth & N. Startin or their proposals formulate completely new visions for Europe. The main tasks of the study are to: (1) analyze electoral campaigns of E. Macron and M. Le Pen; (2) identify the visions for Europe proposed by the candidates and (3) assign the proposed visions to the already existing categories of European visions. The object of the study is electoral campaigns of E. Macron and M. Le Pen. Both electoral campaigns are examined using content analysis by studying electoral posters, campaign videos, official electoral programmes and final addresses to the voters before the second round of elections.

After analyzing electoral campaigns of E. Macron and M. Le Pen, it is clear that during 2017 French presidential elections voters were offered two completely different visions of Europe. E. Macron was suggesting an open and closely cooperating Europe where France would be the leader

and show the way towards greater European integration. The ideas expressed in E. Macron's electoral campaign clearly show that the candidate shares Euro-Federalist views and believes in the idea of a wider Europe. At the same time, M. Le Pen's electoral campaign reveals a completely different vision. The Europe that M. Le Pen suggests is a Europe of independent nation states where each and every country is responsible for its own future. The main focus in M. Le Pen's campaign is on the need to preserve the independence of France. According to the candidate, EU poses a threat to both France's economy and national identity. Therefore, M. Le Pen does not see the future of France together with the EU and promises to organise a referendum regarding membership in the EU. Such views and promises of the candidate clearly show that M. Le Pen believes in liberal nationalist identity of Europe and shares Euro-Populist views towards EU.

This study of the French presidential election rhetoric reveals that in the context of discussions on the future of Europe, there are two dominant European visions in France – federalist Europe and Europe of independent nation states. In terms of the future studies on French visions for Europe, the main area for analysis could be the implementation of European visions in both France's internal and foreign policy. After identifying the visions proposed in the elections it would be expedient to analyse if the vision that was dominant in the elections is also dominant in the policies carried out by the winning candidate. Another field of study could be the analysis of the long-term French European vision. After studying the vision for Europe that gained the most support in the elections, further studies could analyse if the winning vision creates a long-term French European vision tradition or if it only brings a short-term change in French policy towards Europe.