

## Политики перед камерой: медиа-тренинг по-швейцарски | Politiciens devant les caméras: "media training" à la suisse?

Автор: Ольга Юркина, [Берн](#), 18.10.2011.



Политики должны выглядеть презентабельно перед объективами камер (Официальное фото Федерального совета 2007 года)

В преддверии федеральных выборов 23 октября, швейцарская газета «Le Temps» опубликовала занимательный репортаж о том, как представителей политических партий учат выступать перед избирателями и общаться журналистами.

À une semaine des élections fédérales 2011, le journal suisse de référence "Le Temps" a publié un curieux article sur la formation des politiciens en matière de l'aisance médiatique. En Suisse, l'entraînement face aux médias est de plus en plus répandu et l'image y joue le rôle primordial: cela rappelle la stratégie de l'actuel président français misant à la force de la représentation et de l'apparence.

Politiciens devant les caméras: "media training" à la suisse?

В июне 2009 года репортаж журналистов Телевидения Романдской Швейцарии об отношениях Николя Саркози с прессой подвергся строгой цензуре во Франции. Неудивительно: озаглавленный «Саркози, вампир средств массовой информации», он наглядно показывал, до какого абсурда дошел контроль власти над прессой в стране, одной из первых провозгласившей свободу слова и печати. Не будем вдаваться в подробности. Любопытная деталь репортажа заключалась в анализе образа французского президента, каким его создают многочисленные имиджмейкеры и каким его должна – под страхом цензуры – представлять пресса. По мнению специалистов, политика Николя Саркози в отношении со СМИ качественно отличается от поведения его предшественников – Жака Ширака или Франсуа Миттерана, которые представляли «литературную», словесную культуру. В то время как нынешний французский президент флиртует с визуальными средствами массовой информации и делает ставку на внешнюю презентабельность.

Стратегия «умения быть и умения казаться» сегодня, в большей или меньшей степени, определяет политику многих его коллег. Не исключение и Швейцария. «Медиа-тренинги» - профессиональная подготовка кандидатов политических партий к выступлениям по радио и телевидению, - не выдумка, а важный этап предвыборной программы. Для Швейцарской народной партии UDC умение манипулировать общественным мнением перед объективами в принципе выходит на передний план. Если коммуникационные уловки и хитрости безукоризненных связей с общественностью – приемы покорения аудитории и вульгаризации дискуссии – политические деятели, как правило, познают в рядах партии, то все без исключения кандидаты на парламентский выборах проходят профессиональный медиа-тренинг в Невшателе, в офисах регионального телевидения Canal Alpha.

Экскурсия по студиям, знакомство с аппаратурой звука и видеозаписи, пробное выступление перед камерой: Невшатель – обязательный этап для всех кандидатов UDC из романдской, немецкоязычной или итальянской частей Швейцарии. Расходы на подготовку кантональной секции берут на себя – за исключением тренинга для молодежной Народной партии (Jeunes UDC), ибо на фронт отправляют только тех, кто считается «готовым» к борьбе, - уточняет журналисту «Le Temps» вице-президент UDC Иван Перрен.

Если кандидаты франкоязычной части страны до недавнего времени щекотливо относились к медиа-тренингу, то сегодня спрос на курс профессиональной подготовки для выступления перед СМИ растет, как и предложение. Долгое время считавшаяся уделом буржуазных и правых партий, тренировка перед камерой и микрофоном теперь интересует все стороны политической арены. В этом году кантональная секция Социалистической партии в Невшателе также предложила своим кандидатам курс медиа-тренинга в студиях Canal Alpha.

«Во время подготовки поступает конструктивная критика со стороны коллег. И потом, даже если я уже давно активно занимаюсь политикой, все равно полезно лишний раз повторить некоторые приемы, например, не говорить слишком громко или слишком близко к микрофону. К тому же, это помогает избавиться от страха перед камерой», - признается «Le Temps» Катиа Бабе, социалистический кандидат из Ля-Шо-де-Фон.

Впрочем, даже не смотря на тренинг, выступления на радио и телевидении остаются для многих политиков страшным сном, как предстоящий экзамен для студента-

первокурсника. Один из лидеров UDC, Иван Перрен, воспользовавшийся услугами специалистов медиа-тренинга во время предвыборной кампании 2003 года, в интервью «Le Temps» не отрицает, что каждый раз перед выходом на съемочную площадку натянута, как струнка, а перед прямым эфиром становится суеверным.

Как и Николя Саркози, швейцарские политики чаще ставят на имидж, чем на смысл доносимого сообщения: визуальный образ определяет все остальное. Журналист и консультант-имиджмейкер Жак Брио не скрывает перед коллегами из «Le Temps»: «Раньше мы гораздо больше работали над содержанием текста. Сегодня на первый план выходит манера выражения. Избиратели голосуют за «горло», не за мысли. Конечно, жаль, что от этого страдает политическая дискуссия, но ничего с этим не поделаешь. Кандидатов выбирают, прислушиваясь больше к голосу сердца, чем разума».

«Конструирование» кандидата по вкусу СМИ состоит из мельчайших деталей: научить его правильно пожимать руку, избавить от вредной привычки поднимать плечи, словно загнанное животное, не теревить ручку и не тыкать пальцем в противника.

Если правые партии теперь далеко не единственные, кто прибегает к медиа-тренингам, помимо традиционной подготовки по связям с общественностью, то на поприще общения со СМИ у них все равно есть некий приоритет. Дело в том, что кандидатам буржуазных партий медиа-тренинг оплачивают заинтересованные экономические организации, как, например, *economiesuisse*. Так, за прошедшие годы сеансы подготовки к выступлениям перед камерой и микрофоном были предложены центральной экономической организацией Швейцарии представителям Либерально-Радикальной партии (PLR), партии Христианских демократов (PDC), Буржуазно-демократической партии (PBD) и Зеленым (Les Verts). Ответственная за ведение проекта в *economiesuisse*, Дельфин Жаккар пояснила «Le Temps»: «Для упражнений мы выбираем ключевые темы, связанные с экономикой, финансами, налогообложением. Смысл в том, чтобы подготовить будущих звезд, способных представлять идеи на телевидении».

Можно ли утверждать, что политика отныне стала спектаклем более чем когда-либо?

Некоторые тренинги действительно могут включать «натаскивание» для представления той или иной идеи, выработку определенного форматированного языка. Кандидат от Социалистической партии Невшателя, Матьё Беглен подтверждает «Le Temps», что ему представляется отвратительным прибегать к тем же уловкам, что и все остальные, или видеть двух политических противников, употребляющие в своих аргументах одни и те же термины. Бывший актер, Матьё Беглен испытывает гораздо меньше трудностей во время выступлений перед общественностью, чем его коллеги. Иван Перрен, однако, не соглашается с идеей форматирования образа и речи: «Вам не объясняют, что нужно конкретно сказать, и не меняют вашей естественной манеры выразиться». Тем более что даже самая длительная тренировка не сделает звездой эфира того, кто по природе своей чужд выступлению на сценической площадке.

Можно ли отсюда сделать вывод, что лучше голосовать за тех, кого меньше видно на экране?..

**Репортаж Temps Présent «Саркози, вампир СМИ» можно посмотреть на сайте [Телевидения Романдской Швейцарии](#).**

**Узнать, политика какой партии максимально соответствует вашим личным мнениям и интересам, можно с помощью [smartvote](#).**

[политические партии швейцария](#)

Статьи по теме

[Патриотический маркетинг швейцарских избирательных кампаний](#)

---

**Source URL:** <http://www.nashagazeta.ch/news/12419>