

РОЛЬ ВЕДУЩИХ МЕДИА В РОСТЕ ПОПУЛЯРНОСТИ ПРАВЫХ ПАРТИЙ НА ПРЕЗИДЕНТСКИХ ВЫБОРАХ 2016 Г. И ПАРЛАМЕНТСКИХ ВЫБОРОВ 2017 Г. В АВСТРИИ (НА ПРИМЕРЕ АВСТРИЙСКОЙ ПАРТИИ СВОБОДЫ)

О. В. Бондаренко

Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова

Поступила в редакцию 26 ноября 2019 г.

Аннотация: представленное исследование посвящено теме влияния ведущих медиа Австрии на рост популярности правых партий в ходе президентских выборов 2016 г. и парламентских выборов 2017 г. Автор приходит к заключению, что в период электорального цикла 2016–2017 гг. Австрийская партия свободы позиционировалась традиционными СМИ преимущественно в негативном ключе. Однако это не повлияло ощутимым образом на рост популярности партии.

Ключевые слова: Австрийская партия свободы, АПС, *Freiheitliche Partei Österreichs*, FPÖ, правые партии Австрия, медиа, выборы.

Abstract: the presented study is devoted to the topic of the influence of leading Austrian media on the growth of right-wing parties during the 2016 presidential election and the 2017 parliamentary elections. The author concludes that during the electoral cycle of 2016–2017 the Austrian Freedom Party was positioned by the traditional media mainly in a negative way. However, this did not significantly affect the party's growing popularity.

Keywords: Austrian Freedom Party, APS, *Freiheitliche Partei Österreichs*, FPÖ, right-wing parties Austria, media, elections.

Австрийская партия свободы (*Freiheitliche Partei Österreichs*, FPÖ, или АПС) является правой партией, которую большинство ее оппонентов причисляют к так называемым популистским проектам евронационалистического толка.

Начиная с середины 2000-х гг. позиции партии во внутренней политике Австрии последовательно укреплялись. АПС последовательно наращивала электоральные показатели как на уровне ландтагов (за исключением территории Каринтии, в которой традиционно были сильны позиции Альянса за будущее Австрии — «естественного спойлера» FPÖ), так и в рамках федеральных выборов. В ходе президентских выборов 2010 г. кандидат от АПС Барбара Розенкранц набрала свыше 15% голосов. В ходе выборов членов парламента в 2013 г. партия сумела заручиться поддержкой 20,5% избирателей. Последовавший за этим миграционный кризис в Евросоюзе способствовал дальнейшему росту электорального потенциала АПС, благодаря чему к началу нового электорального цикла 2016–2017 гг. партия имела достаточно веские основания претендовать на политическое лидерство в Австрии [1, 108–109].

Усиление позиций АПС вызвало закономерную обеспокоенность среди ее политических оппонентов. Последние приложили максимум усилий, чтобы разрушить позитивный образ FPÖ в глазах избирателей. Центром идеологического противостояния

партий закономерно стали ведущие национальные массмедиа.

Целью представленного исследования является оценка того, каким образом деятельность ведущих австрийских медиа отразилась на росте популярности правых партий в ходе президентских выборов 2016 г. и парламентских выборов 2017 г. В качестве конкретного исследовательского кейса нами была выбрана АПС — наиболее влиятельная, популярная и потому интересная для медиа правая партия Австрии.

Методологическая база исследования включает в себя элементы дескриптивного, сравнительного и контент-анализа, а также кейс-стади. С целью сокращения временных затрат на поиск материалов в процессе подготовки исследования был задействован сервис мониторинга социальных медиа и онлайн-СМИ IQBuzz.

Эмпирическая база работы была сформирована за счет привлечения материалов таких изданий, как *Wiener Zeitung*, *Salzburger Nachrichten*, *Kleine Zeitung*, *Kronen-Zeitung*, *Kurier*, *Niederösterreichische Nachrichten*, *Oberösterreichische Nachrichten*, *Die Presse*, *Heute*, *Der Standard*, *Österreich*. Для перечисленных медиа характерны как широта охвата аудитории, так и высокий авторитет среди ее представителей. Перечисленные издания по своей политической ориентации охватывают почти все идеологические номинации, что также подкрепляет репрезентативность эмпирической базы исследования.

В пользу актуальности обозначенной темы исследования свидетельствуют как прикладное зна-

чение полученных в результате ее разработки данных, так и наличие существенных лагун (пробелов) в степени ее изученности.

Изучение политической практики АПС занимались А. С. Бадаева [2], В. С. Грибовский [3; 4], М. А. Захаров [5], О. А. Малашенко [6], А. А. Стракевич [7] и В. Я. Швейцер [8]. Исследователями был освоен большой объем эмпирического материала, однако тема влияния СМИ на популярность партии рассматривалась ими преимущественно в рамках более широких вопросов либо смежных тем.

Исследователи, занимающиеся изучением влияния медиа на ход электоральных процессов (О. Ф. Автохутдинова [9], Е. В. Ветрова [10], С. М. Воробьев [11], Е. А. Гордиенко [12] и В. В. Попов [13]) опирались в ходе своей работы преимущественно на российские и североамериканские кейсы, в силу чего значительная часть европейского опыта так и не была вовлечена в научный оборот на внутрироссийском уровне.

На первом этапе исследования в австрийских изданиях, включенных в структуру выборки, были отобраны публикации, размещенные в период президентской кампании и содержащие в себе упоминание АПС. Всего было выявлено 272 материала. Полученный в итоге пул публикаций был подвергнут контент-анализу. Исследование показало, что в 57% материалов упоминание партии сопровождается выраженным в различных формах негативом. 26% публикаций носят нейтральную окраску. Однако при этом необходимо отметить, что около половины всех материалов нейтрального характера содержат в себе описание действий всех основных участников избирательной кампании, лишь приблизительно в 17% публикаций упоминание партии и ее кандидата сопряжено с позитивными оценками. *См. рис. 1.*

Наиболее четко негатив в адрес АПС прослеживается в материалах трех изданий: Kronen-Zeitung, придерживающегося левой направленности, либертарианского Die Presse и левoliberalной Der Standard. На долю этих трех изданий в совокупности приходится свыше 60% всех публикаций, содержащих отрицательные оценки АПС. *См. рис. 2.*

Относительно поводов для негатива в адрес АПС необходимо выделить в первую очередь обвинения в адрес лидеров партии в использовании общих средств на личные нужды (28%), их взгляды на миграционную (19%) и внешнюю политику (17%), историю Второй мировой войны (12%) и низкую эффективность либо отрицательные последствия законодательных инициатив FPÖ (11%). *См. рис. 3.*

Обращает на себя внимание то, что в период, предшествовавший проведению второго тура президентских выборов (первый закончился убедительной победой кандидата от АПС), количество публикаций, содержащих негатив в адрес партии, существенно возросло. Последнее, очевидно, связано с ростом осознания высоких шансов кандидата

от АПС на победу в ходе второго тура голосования (результаты первого тура не соответствовали большинству прогнозов — шансы FPÖ на успех расценивались как весьма сомнительные).

В рамках второго этапа была исследована репрезентация АПС в австрийских СМИ уже в ходе избирательной кампании 2017 г. Всего в рамках обозначенного пула СМИ было обнаружено 363 публикации, имеющие отношение к выборам и содержащие упоминание АПС. *См. рис. 4.*

Рост общего числа публикаций по сравнению с периодом президентской кампании в данном случае объясняется, вероятнее всего, спецификой политической системы Австрии. Последняя является парламентской республикой, по причине чего выборы в национальное законодательное собрание вызывают больше интереса, чем выборы главы государства.

Как показали результаты изысканий, партия и ее представители позиционировались негативным образом в 68% материалов, нейтрально — в 21% и позитивно — в 11%. Таким образом, по сравнению с периодом президентской избирательной кампании мы можем наблюдать увеличение доли информационного негатива, преимущественно — за счет сокращения числа материалов позитивного оттенка.

Доминирование концентрации негатива в рамках материалов трех изданий также достаточно четко фиксировалось в рамках парламентской избирательной кампании. Однако необходимо обратить внимание на то, что в 2017 г. наблюдался существенный рост роли либертарианского Die Presse в продвижении негатива в адрес АПС. На долю этого издания пришлось 27%. (*см. рис. 5*) публикаций негативного характера, в то время как для левого Kronen-Zeitung этот показатель составил всего 14%, а для левoliberalного Der Standard — 21%. *См. рис. 6.*

Произошли и определенные изменения в плане репрезентации аргументов в пользу негативного позиционирования АПС. Резко увеличилась доля публикаций, в которых педалировалась тема коррупции внутри партии и «красивой жизни» функционеров за счет средств партийной казны (41%). Критика программы АПС в плане миграционной (17%) и внешней политики (14%) в целом осталась на прежнем уровне. Одновременно вырос объем критики неэффективности законотворческой деятельности (19%) и существенно сократилось внимание к мемориальной политике партии в отношении событий Второй мировой войны (7%). *См. рис. 7.*

В целом можно отметить, что для ведущих австрийских медиа характерно преимущественно негативное позиционирование АПС. Как показала президентская кампания 2016 г., эта тенденция усиливается в период роста электоральных результатов партии. Критика в адрес АПС озвучивается преимущественно с либертарианских, левых и левoliberalных позиций. В течение электорального цикла

2016–2017 гг. мы могли наблюдать трансформацию системы аргументов, используемых против АПС. Если в 2016 г. партию критиковали преимущественно с идеологических позиций, акцентируя внимание на ее позиции по вопросам миграционной, внешней и мемориальной политики, то в 2017 г. проявился четкий тренд в пользу применения рациональной аргументации. Антиобраз партии пытались выстроить преимущественно за счет обвинений в коррумпированности в адрес ее руководства и доводов в пользу неэффективности законодательства АПС.

Несмотря на доминирование на медиаполе Австрии противников партии, она сумела добиться достаточно высоких электоральных результатов.

Президентские выборы в Австрии в 2016 г. прошли в 2 тура. В рамках первого тура кандидат от АПС Норберт Хофер набрал 36,4% голосов, заняв первое место среди кандидатов. Он опередил своего ближайшего соперника — независимого кандидата Александра Ван дер Беллена — более чем на 16% голосов. Однако в ходе второго тура Хофер набрал 49,65% против 50,35% у Ван дер Беллена. Результаты второго тура были обжалованы в Конституционном суде Австрии. В результате состоялось повторное голосование, в ходе которого выиграл Ван дер Беллен, которого поддержали 53,4% пришедших на участки избирателей. В ходе парламентских выборов 2017 г. АПС получила 26,5% голосов (на 5,9% больше, чем в 2013 г.). В результате размер ее фракции увеличился до 51 депутата (на 11 мест) [1, 109; 3, 72; 7, 135].

Относительно низкая степень влияния ведущих традиционных медиа на электоральные результаты АПС, вероятнее всего, объясняется синергией двух факторов. Во-первых, негатив в адрес партии был по большому счету сконцентрирован в рамках ряда СМИ, целевая аудитория которых почти не пересекается с группами избирателей, потенциально сочувствующих программе и идеологии АПС. Во-вторых, преобладание негатива в традиционных СМИ, вероятно, во многом компенсировалось поддержкой АПС в социальных медиа.

ЛИТЕРАТУРА

1. Швейцер В. Я. Австрийская партия свободы: путь во власть / В. Я. Швейцер // Современная Европа. — 2018. — № 2 (81). — С. 105–114.
2. Бадаева А. С. Австрийская партия свободы: между правым популизмом, австрийским патриотизмом и немецким национализмом / А. С. Бадаева // Контуры глобальных трансформаций: политика, экономика, право. — 2018. — Т. 11. — № 3. — С. 53–68.
3. Грибовский В. С. Радикал-националисты Австрии и Швейцарии: соучастие во власти / В. С. Грибовский // Научно-аналитический вестник Института Европы РАН. — 2018. — № 3. — С. 70–73.
4. Грибовский В. С. Евроскептицизм в Германии, Австрии и Швейцарии / В. С. Грибовский // Современная Европа. — 2017. — № 1 (73). — С. 48–55.
5. Захаров М. А. Австрийская партия свободы: история трансформации радикалов в умеренное движение / М. А. Захаров // The Newman in Foreign Policy. — 2015. — № 28 (72). — С. 37–38.
6. Малашенко О. А. Электоральная поддержка радикальных партий в контексте европейской миграционной политики / О. А. Малашенко // Вестник Института мировых цивилизаций. — 2018. — Т. 9. — № 3 (20). — С. 45–49.
7. Стракевич А. А. «Старые» и «новые» правые популисты в Западной Европе (на примере «Альтернативы для Германии» и «Австрийской партии свободы») / А. А. Стракевич // Россия и современный мир. — 2019. — № 2 (103). — С. 126–140.
8. Швейцер В. Я. Австрийская партия свободы у власти: нюансы международного курса / В. Я. Швейцер // Научно-аналитический вестник Института Европы РАН. — 2018. — № 4 (4). — С. 79–83.
9. Автохутдинова О. Ф. Дискурс политической инtolерантности в региональных СМИ в период выборов / О. Ф. Автохутдинова // Известия Уральского государственного университета: Серия 1: Проблемы образования, науки и культуры. — 2007. — Т. 52. — № 22. — С. 113–123.
10. Ветрова Е. В. Манипуляция сознанием через СМИ на региональных выборах / Е. В. Ветрова // Историческая и социально-образовательная мысль. — 2011. — № 3. — С. 54–57.
11. Воробьев С. М. «Язык вражды» в СМИ как фактор позиционирования политических партий в российском обществе / С. М. Воробьев // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки СКАГС. — 2004. — № 3–4. — С. 142–145.
12. Гордиенко Е. А. Язык как манипулятивный инструмент СМИ (на примере материалов СМИ во время президентских выборов США 2016 года) / Е. А. Гордиенко // Актуальные проблемы современной лингвистики и гуманитарных наук: сборник статей X Международной научно-методической конференции. Российский университет дружбы народов. — М., 2018. — С. 313–340.
13. Попов В. В. Политические партии в информационном пространстве избирательной кампании марта 2007 года (по материалам региональных СМИ) / В. В. Попов // Вестник РГГУ. Серия: Философия. Социология. Искусствоведение. — 2008. — № 2. — С. 52–63.

Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова

Бондаренко О. В., соискатель кафедры зарубежной журналистики

E-mail: oleg@balkanist.ru

M. V. Lomonosov Moscow State University
Bondarenko O. V., External Doctoral Candidate of the Foreign
Journalism Department
E-mail: oleg@balkanist.ru

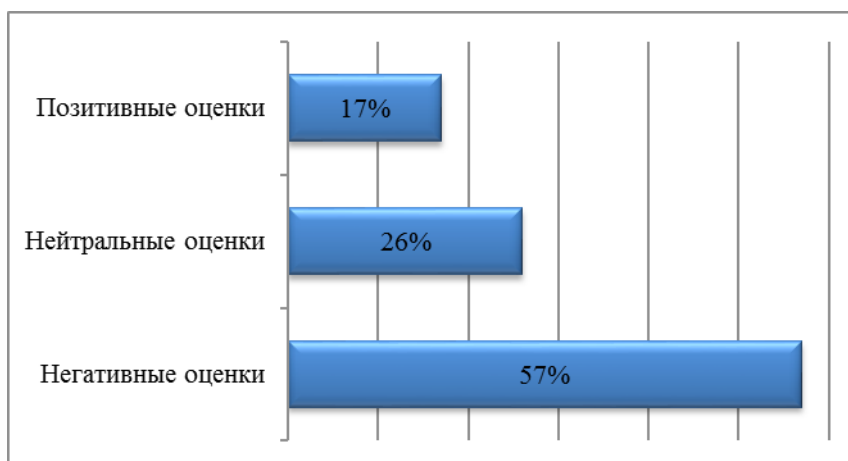


Рис. 1. Тональность оценок АПС и ее кандидата в структуре медиаконтента периода президентской кампании

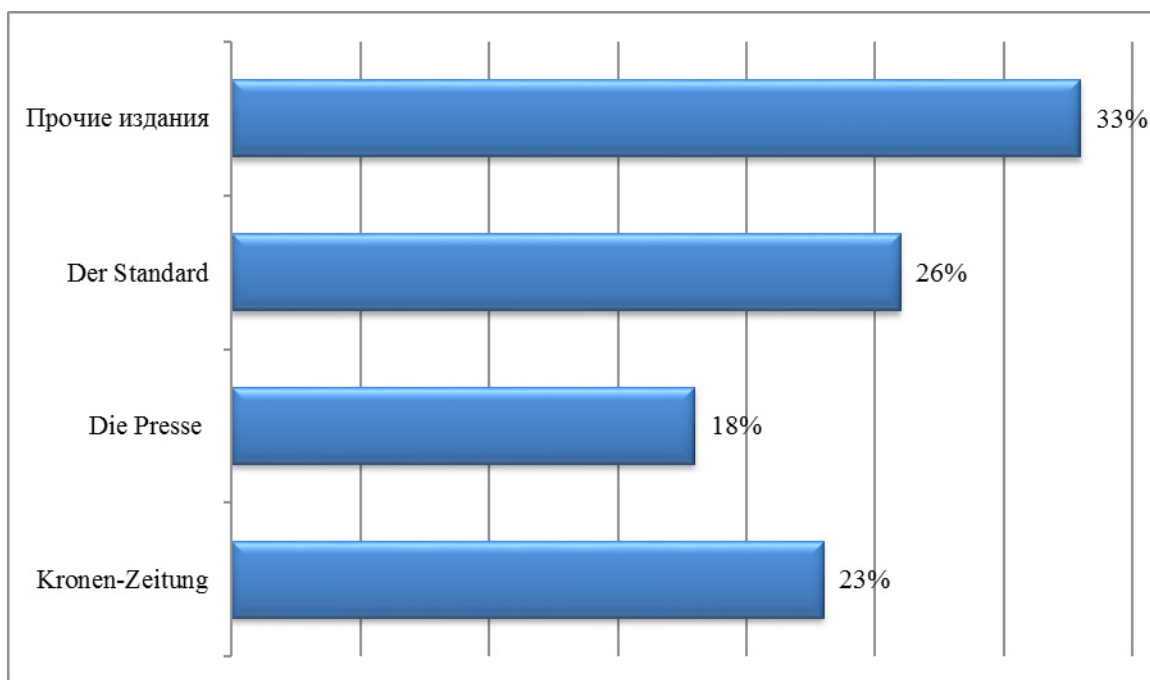


Рис. 2. Распределение информационного негатива между изданиями в период президентской кампании

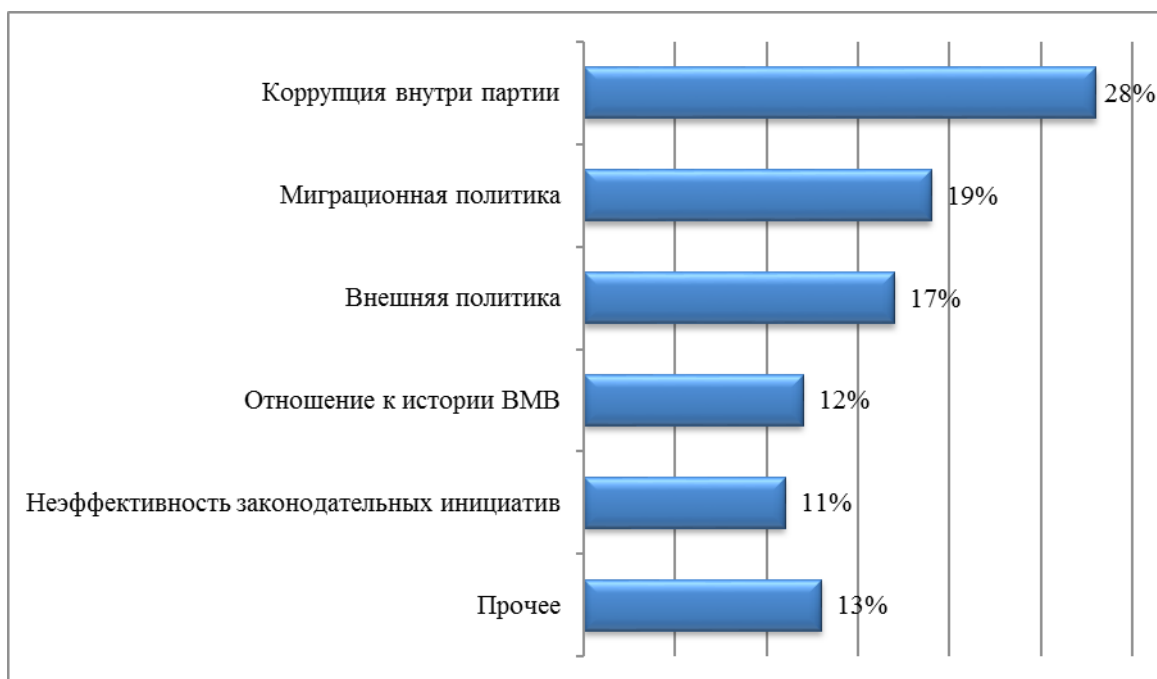


Рис. 3. Распределение поводов для негатива в адрес АПС в период президентской кампании

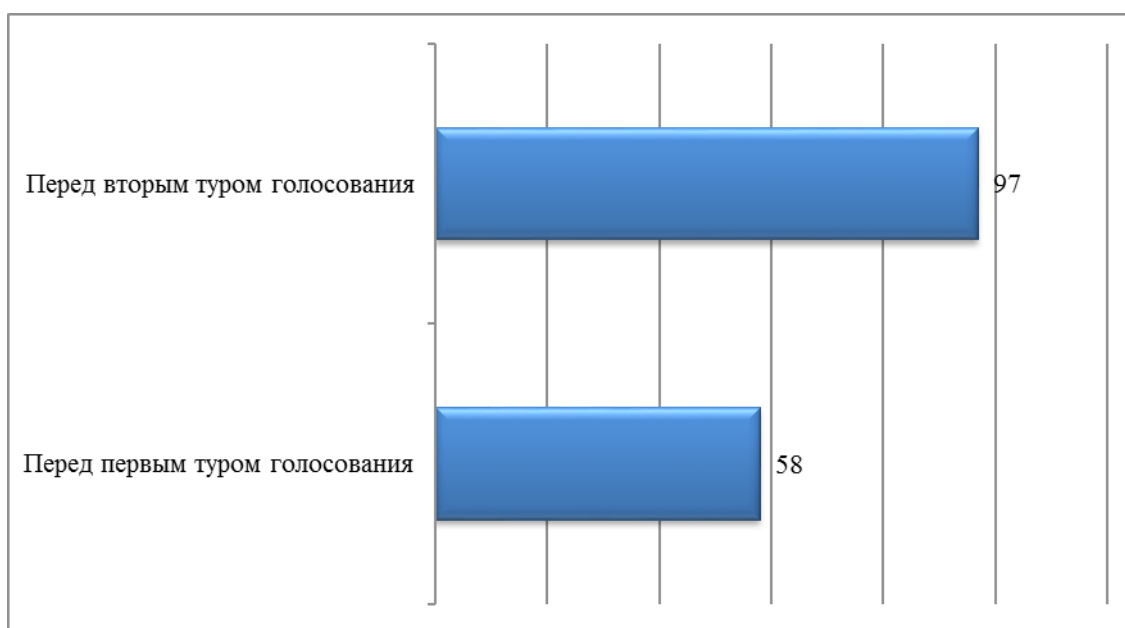


Рис. 4. Распределение негативных публикаций об АПС в период президентской кампании по времени размещения

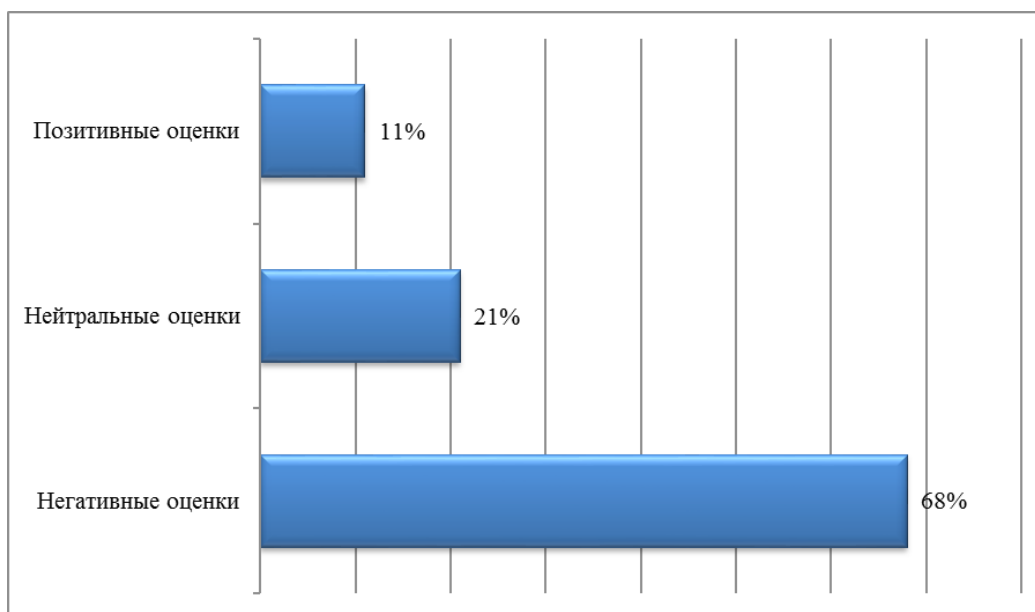


Рис. 5. Тональность оценок АПС и ее кандидата в структуре медиаконтента периода парламентской кампании

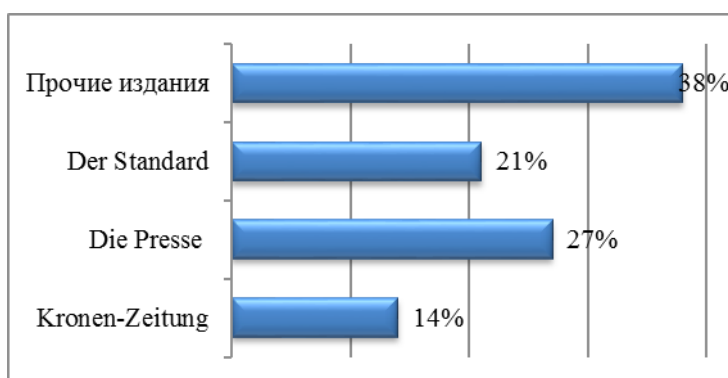


Рис. 6. Распределение информационного негатива между изданиями в период парламентской кампании



Рис. 7. Распределение поводов для негатива в адрес АПС в период парламентской кампании