

## Освещение деятельности малых политических партий в медиа Соединенных Штатов Америки, Германии и России

Научный руководитель – **Макеенко Михаил Игоревич**

*Абугалиева Юлия Андреевна*

*Аспирант*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Кафедра теории и экономики СМИ, Москва, Россия  
*E-mail: julianakostenko@gmail.com*

Помимо представленных в национальных парламентах мейнстримных партий, в разных странах существуют малые партии, чья популярность не столь велика, а влияние на политический процесс достаточно сложно проследить. Однако они представляют определенный интерес для исследования, так как в политике протекают не только видимые всем, но и незаметные процессы, которые в той или иной мере оказывают влияние на политическую жизнь государств. Катализаторами процессов разной степени видимости становятся также и малые партии.

До сих пор в российской и зарубежной практике не было представлено исследований, посвященных освещению деятельности малых партий в медиа. Поэтому мы обратили внимание на освещение таких партий в медиа трех стран — Германии, России и США. Мы сосредоточились на Либертарианской партии и Партии зеленых в США, «Свободных избирателях» в Германии и «Яблоке» в России. Цель исследования — выявить характеристики освещения этих партий в национальных медиа.

В качестве эмпирических объектов для нашего исследования мы использовали материалы из изданий Die Welt, Stern (Германия); «Коммерсантъ», РБК (Россия); Politico и The New York Times (США). Выбор изданий в Германии и России обусловлен их авторитетом, цитируемостью либо тиражом, а в США — индексом доверия. В нашу выборку вошли 423 материала, опубликованных в 2019-2021 гг. В качестве метода исследования мы выбрали контент-анализ.

В результате нашего исследования мы пришли к следующим выводам:

- 1) В целом, интерес изученных крупнейших медиа к малым партиям невелик независимо от страны. В России представленность выбранной партии в медиа наиболее высока, возможно, за счет того, что период заметного влияния «Яблока» и её лидера Григория Явлинского в отечественной политике был относительно недавно. И интерес к ней сохраняется в большей степени по инерции. Кроме того, просматривается более частое упоминание партий и их членов в прессе России и ФРГ за пределами чисто предвыборного контекста, в противоположность, например, ситуации в США, где контекстов, помимо выборного, по сути, нет.
- 2) В российских медиа преобладает нейтральный подход к освещению партий. Однако повестка в «Коммерсанте» и РБК немного отличается – некоторые темы и персоны не рассматриваются вторым изданием. В немецкой практике освещение деятельности партии и ее членов в Stern полностью нейтрально, а в Die Welt присутствуют материалы с положительной оценкой «Свободных избирателей». Освещение деятельности Партии зеленых в медиа США шире, чем Либертарианской партии. Стоит отметить ангажированность в сторону Демократической партии в материалах The New York Times, при том что относительно малых партий преобладает нейтральная позиция.

- 3) Политическая персонализация в российских медиа выражается умеренно – материалов, посвященных членам партии как отдельным политикам примерно столько же, сколько и материалов, в которых эти политики упоминаются в тесной связи с самой партией. В медиа Германии политическая персонализация выражается сильнее. Материалов, в которых говорится о членах партии как об отдельных политиках – гораздо больше, чем материалов, в которых члены партии упоминаются в неотрывной связи с ним. В США члены партии, как правило, упоминаются косвенно или в тесной связи с партией. Упоминания их как отдельных авторитетных политиков отсутствуют.