

## Коммуникация как фактор успеха партии *Alternative für Deutschland* на выборах в Бундестаг в сентябре 2017 года

Научный руководитель – Юрикова Наталия Ивановна

*Маник Алиса Сергеевна*

*Студент (магистр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет мировой политики, Кафедра международной коммуникации, Москва, Россия

*E-mail: almoxy@mail.ru*

В сентябре 2017 года состоялись выборы в девятнадцатый немецкий Бундестаг. Две ведущие народные партии в лице консервативного блока из ХДС и ХСС (CDU; CSU) и социал-демократической партии Германии (SPD) набрали наибольшее количество голосов, как и прогнозировалось экспертами. Подобные результаты не вызвали бы ни у кого удивления, если бы не один поразительный факт: крайне правой партии Альтернатива для Германии (*Alternative für Deutschland*; далее АдГ) не только удалось преодолеть 5% барьер, но и набрать беспрецедентно большое количество голосов, а именно около 13%. Таким образом, впервые после окончания Второй мировой войны крайне правая партия стала третьей по величине фракцией федерального парламента.

Партия довольно молодая, была основана лишь в 2013 году и ранее подобного успеха никогда не добивалась, поэтому такой небывалый успех на выборах вызвал в стране политическое землетрясение.

Одним из важнейших факторов успеха АдГ стала продуманная и верно спланированная коммуникация. Программа партии охватывает все сферы жизни страны, однако особый акцент АдГ делает на болезненных для сегодняшней Германии темах: будущее ЕС, миграционная политика, безопасность.

Партия не зря считается евроскептиком. В разделе относительно будущего ЕС АдГ выступает за союз независимых и суверенных государств в первую очередь ради экономических отношений и против создания федеративного государства внутри единой Европы [1]. Партия считает, что ЕС свою очередь отнял у Германии ее реальный суверенитет. Неудивительно, что избиратели симпатизируют подобному мнению в тяжелые для всей Европы времена затянувшегося финансового кризиса.

Миграционная политика правящей партии не пользуется популярностью среди населения, граждане Германии больше не чувствуют себя в безопасности на родине из-за участившихся преступлений, совершенных лицами с иностранным гражданством, прежде всего гостями с Ближнего Востока. Более того, АдГ открыто выступает против возрастания числа мусульман в Германии, настаивает на том, что законы шариата несовместимы со свободной и демократической Германией, а мигрантам необходимо интегрироваться в европейское, прежде всего немецкое общество [1].

Более того, в документе чётко просматривается, на чем партия расставляет свои акценты. Так, разделы «Европа и евро» и разделы, касающиеся внутренней и внешней безопасности («Внутренняя безопасность и правосудие» и «Внешняя политика и политика безопасности»), а также раздел о миграции и беженцах находятся ближе к началу предвыборной программы [2]. Продуманным ходом также можно считать перевод документа на другие языки, среди которых английский, французский, испанский и русский.

На основе проделанного анализа коммуникации Альтернативы для Германии со своими избирателями на примере программных документов можно сделать следующие выводы.

Партия внимательно отнеслась к мнению простого населения и на протяжении всей своей деятельности затрагивает наиболее болезненные для федеративной республики темы: ЕС, безопасность, миграция. Так, 49% опрошенных респондентов института политических исследований Infratest Dimap сказали в опросе, что партия «лучше всех поняла, что люди больше не чувствуют себя в безопасности», 37% участников опроса одобряют, что «Альтернатива» «старается уменьшить влияние ислама в Германии», 35% одобряют, что «Альтернатива» хочет «ограничить приток беженцев» [3].

Продуманная коммуникация в виде перевода программы на разные языки также сыграла свою роль: за АдГ преимущественно голосовали немцы Восточной Германии и русскоязычное население. В Восточной Германии за «Альтернативу» отдали голоса 26% живущих здесь мужчин и 17% женщин. Больше всего голосов АдГ получила в Саксонии, тем самым даже опередив ХДС и ХСС [4].

На основе проделанного исследования можно сделать вывод, что своим успехом АдГ во многом обязана своей продуманной коммуникации с электоратом. Именно поэтому необходимо продолжить исследование данной темы в силу малой изученности проблемы. Полученные результаты могут быть применены на практике в процессе ведения политической кампании любой партией.

### Источники и литература

- 1) Основная программа партии «Альтернатива для Германии» [электронный ресурс] URL: [https://www.afd.de/wp-content/uploads/sites/111/2017/04/2017-04-18\\_afd-grundsatzprogramm\\_russisch\\_web.pdf](https://www.afd.de/wp-content/uploads/sites/111/2017/04/2017-04-18_afd-grundsatzprogramm_russisch_web.pdf) (дата обращения 15.02.18)
- 2) Предвыборная программа партии «Альтернатива для Германии» [электронный ресурс] URL: [https://www.afd.de/wp-content/uploads/sites/111/2017/06/2017-06-01\\_AfD-Bundestagswahlprogramm\\_Onlinefassung.pdf](https://www.afd.de/wp-content/uploads/sites/111/2017/06/2017-06-01_AfD-Bundestagswahlprogramm_Onlinefassung.pdf) (дата обращения 15.02.18)
- 3) <https://wahl.tagesschau.de> [Электронный ресурс]: Umfragen zur AfD. URL: <https://wahl.tagesschau.de/wahlen/2017-09-24-BT-DE/umfrage-afd.shtml> (дата обращения: 16.02.2018)
- 4) <https://www.morgenpost.de/> [электронный ресурс] So hat Deutschland gewählt: Eine Analyse in Grafiken und Karten. URL: <https://interaktiv.morgenpost.de/analyse-bundestagswahl-2017/> (дата обращения 18.02.18)