

**Секция «Политические науки»**

**Кросс - технологии: теория и практика применения в рамках  
информационного общества**

*Лужикова Елизавета Александровна*

*Студент*

*Сыктывкарский государственный университет, Институт гуманитарных наук,*

*Сыктывкар, Россия*

*E-mail: luz-liza@mail.ru*

Важнейшей технологической тенденцией современной политики является виртуализация политических процессов и социальных институтов. Все чаще реальная политическая борьба подменяется конкуренцией технологий манипуляций общественным сознанием, которая заключается в поиске «слабых мест» в сознании рядовых участников кампаний. Таким образом, основной точкой приложения усилий является не борьба за сознательный выбор участников политической кампании, а борьба за снижение порога внушаемости [1].

Лидирующее место в виртуализации политики является США. Возможно, это объясняется следующими высокими показателями степени обращения американских пользователей к Интернету в политических целях. По данным исследований центра Блера, в 2010 году 50% взрослого населения являлись пользователями политического онлайн пространства. В целом, американская аудитория политической части сети в период с 2006 до 2010 года выросла на 31%. Отметим, что потребителями политической информации в социальных сетях в 2006 году было всего 17% взрослых американцев, а в 2010 году – уже 60% .

Таким образом, Интернет вышел на второе место среди наиболее часто упоминаемых источников потребления политической информации, уступая только телевидению.

Совокупность данных факторов объясняет, почему основное внимание участников политического процесса США перемещается в Интернет, и насколько велика роль всемирной сети. Становится ясно, что использование киберпространства значительно облегчает задачу повышения уровня внушаемости электората и расширения спектра электоральных групп, за которые предстоит борьба. Одним из набирающих популярность взглядов на способы ведения электоральной кампании в условиях информационного общества является теория кросс – давления, развитая на основе обобщения эмпирических исследований электоральных кампаний американскими политологами Саншайн Хиллигус и Тоддом Шилдсом.

В их совместной работе «Убеждаемый избиратель: стратегии кандидатов и «клиновые» вопросы в избирательных кампаниях» понятие «клиновости» объясняет суть этой теории, согласно которой основные усилия должны быть направлены на расширение группы колеблющихся избирателей за счет электората оппонентов (т. е. необходимо вбить клин в опорную группу противника). При этом наиболее успешной «клиновой» технологией является создание условий, при которых избирателя ставят перед взаимоисключающим выбором. В рамках данного подхода считается также, что опорная электоральная группа любой из партий, как и сама партия, не является чем-то однородным. Скорее это конгломерат, состоящий из ряда подгрупп. Если это так, то поддержка той или иной политической силы не означает полную поддержку взглядов

данной партии или кандидата. И как раз моменты расхождения могут и должны стать центром приложения усилий по расширению группы колеблющихся среди избирателей оппонентов. При этом очень важно не просто найти «слабое место» в позиции оппонента, но и постараться уйти от кардинальных вопросов, которые могут поколебать позиции собственного кандидата [2].

Примером служит избирательная кампания Джорджа Буша-младшего 2004 года. В результате анализа политическими менеджерами республиканцев были выявлены наиболее спорные моменты американской политической ситуации (война в Ираке, финансово-экономическая ситуация, однополые браки, исследование стволовых клеток). Первые две темы были в одинаковой степени опасны для обоих кандидатов. Вопрос исследования стволовых клеток живых эмбрионов, за которые выступил Джон Керри в своей программе, поколебал отношение к кандидату избирателей-католиков и борцов за предотвращение аборт. Позиция самого Буша как консерватора первоначально сводилась к запрету исследований целиком. Однако по рекомендации технологов позиция подверглась корректировке. В результате финансирование программ было запрещено за исключением 40 лабораторий, где не проводились опыты на живых эмбрионах. Причем это сопровождалось обращением Д.Буша к Совету католических священников, которые поддержали подобную позицию. Таким образом, республиканцы записали в свой актив колеблющихся католиков-демократов и противников абортов.

На приведенном примере мы видим еще одну особенность применения теории перекрестного давления. Речь идет о совершенно новом подходе к концепции кампании, когда речь идет не о соревновании имиджа кандидатов, а о конкуренции идей. Природа идеи сама по себе виртуальна. Таким образом, она легче всего поддается как корректировке, так и неоднозначности толкования, тогда как реальный кандидат может совершать конкретные ошибки. И поэтому, зачастую, личные встречи с кандидатами вместо дополнительных голосов порождают раскол собственного электората.

Большим плюсом данного направления является и то, что в условиях размытости понятия партийности, достаточно большого массива колеблющихся и усталости избирателей от войн «репутаций», применение рассматриваемой теории кажется не только продуктивнее, но и позволяет снизить расходы на любую политическую кампанию.

Интересны и методологические позиции теории перекрестного давления, с их точки зрения наиболее тонким и значимым местом в ее практическом применении является проведение опросов. По мнению авторов, традиционная форма и содержание опросов не раскрывает порог внушаемости. Вместо этого авторами предлагается сокращение собственно полевых исследований общественного мнения и направление высвобождающихся ресурсов в исследования Интернет-форумов и проведения контент-исследований, что позволяет не только увеличить выборку до 2500 респондентов за один цикл исследований.

Исследователи теории так же считают, что целевой группой для расширения числа колеблющихся избирателей являются избиратели, относящиеся к центристскому спектру приверженцев той или иной политической партии. Поскольку предпочтения радикалов, независимо от спектра, поколебать значительно сложнее. Кроме того, работа с крайним спектром требует гораздо больше временных, финансовых и человеческих ресурсов.

В свою очередь, оппоненты теории указывают на несостоятельность данного под-

хода, отмечая значительную подвижность политического спектра электората той или иной партии, особенно в условиях кризиса [2].

В ответ приверженцы «кросс-давления» ссылаются на опыт избирательной кампании Барака Обамы – 2008, когда виртуализация достигла максимума. Как оговаривается, образ самого кандидата был практически нивелирован. Из числа целого ряда политиков представителей меньшинств Б.Обама был выбран группой политических консультантов благодаря своей малой известности и отсутствию как компрометирующих материалов, так и явных оппонентов, в отличие от его соперницы Клинтон, широко известной, но благодаря этому имеющей за собой множество оппонентов, а также известной своим участием в коррупционных скандалах, что дает возможность применения описанного метода в проведении кампании [2].

Подводя итог всему вышесказанному, логичным становится вывод о большой перспективе применения «кросс-технологий» в политических кампаниях, которая обеспечивается, прежде всего, возможностями сети Интернет.

### **Литература**

1. Rheingold Н. The Virtual Community: Chapter Ten: Disinformocracy // Perennial, 1994.
2. Sunshine Н. and Shields Т., The Persuadable Voter: Wedge Issues in Presidential Campaigns. Princeton // NJ: Princeton University Press, 2008. - С. 1-223.