Виктор Владимирович Борщенко

Северо-Западный институт управления РАНХиГС (Санкт-Петербург)

boss-victor@yandex.ru

**Особенности когнитивного влияния на аудиторию**

Статья посвящена анализу угроз когнитивной стабильности потребителей медиаконтента и способов противодействия этим угрозам; вопросам предупреждения последствий реализации когнитивных стратегий воздействия на аудиторию.

Ключевые слова: аудитория, медиаинформация, когнитивная трансформация, когнитивное влияние.

Возможности Интернет в реализации когнитивной стратегии воздействия на аудиторию заключаются в представлении и широком распространении в медийном пространстве в «выгодном» свете «желательной» для потребителя альтернативной информации или сообщений в отрицательном или нейтральном формате за счет соответствующих информационных ресурсов. Методы и инфраструктура, изменение исходных данных с целью придания альтернативам выбора субъективного характера, применяются совместно с альтернативными образовательными программами для когнитивной трансформации мышления потребителей.

Возможности Глобальной сети по реализации организационно-технических принципов когнитивного воздействия заключаются в активном реагировании на значимые события в медийной сфере путем: оперативного создания и массированного распространения необходимого информационного контента; возможности многоканальной комплексной подачи информации; адресного использования методов когнитивного воздействия, которые являются наиболее эффективными для влияния на потребителей медиаинформации; возможности максимально оперативно получать достоверные социологические данные о результатах когнитивного воздействия и когнитивных трансформациях; конспиративности, которая обеспечивается за счет анонимности [3].

В основе моделирования реализации стратегии когнитивного влияния на аудиторию лежит теория сценариев, построения гипотетических и логически связанных последовательно происходящих событий, что предусматривает реализацию ряда модельных блоков.

Основной целью противодействия реализации стратегии когнитивного влияния на аудиторию является формирование системы предупреждения, минимизации, локализации и ликвидации этих угроз, исходя из актуальных и перспективных потребностей обеспечения безопасности.

Важнейшим элементом механизма противодействия когнитивным стратегиям влияния на аудиторию является алгоритм действий, включающий: разработку операционно-временных и информационно-признаковых моделей угроз когнитивных трансформаций; выявление путем мониторинга информационного пространства фрагментов медийного инструментария когнитивных трансформаций и информационных признаков, соответствующих фактам влияния на потребителей медиаинформации, формирование вывода о реализации когнитивных стратегий воздействия на аудиторию и формирование прогноза об использовании какой-либо когнитивной технологии влияния [1].

Возможности для реализации когнитивных стратегий влияния на аудиторию резко возрастают в связи с высокой скоростью создания и распространения контентов в автоматическом режиме, их разнообразия, а также с доступностью медиаинформации и возможностью модификации и навязывания информации в широких пределах [2]. Такая медиаинформация отвлекает от глубинного понимания сущности событий, процессов и явлений.

Для мониторинга медийного пространства целесообразно использовать специализированные аналитические системы, позволяющие осуществлять круглосуточный медиаанализ в режиме реального времени.

Литература

1. Hagendorff, Th. Das Ende der Informationskontrolle: zur Nutzung digitaler Medien jenseit von Privatheit und Datenschtz. Bielefeld, 2017.

2. Karataş, G., Akbulut, A. Survey on Access Control Mechanisms in Cloud Computing // Journal of Cyber Security and Mobility. 2018. Vol. 7. No 3. p. 1–36.

3. Kotenko, I, Saenko, I, Kushnerevich, A. Parallel big data processing system for security monitoring in Internet of Things networks // Journal of Wireless Mobile Networks, Ubiquitous Computing, and Dependable Applications (JoWUA). 2017. Vol. 8. No 4.