

КОММУНИКАТИВНЫЕ МОДЕЛИ ИНФОРМАЦИОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

И.В. Чернов

Институт проблем управления им. В.А. Трапезникова РАН

Россия, 117997, Москва, Профсоюзная ул., 65

E-mail: chernov@ipu.ru

Ключевые слова: информационное управление, безопасность, информационное противоборство, целевая аудитория, коммуникативные модели, активные информационные мероприятия.

Аннотация: В докладе показана роль информационных технологий управления в условиях противоборства нескольких субъектов, реализующих собственные интересы. Представлена схема коммуникационной технологии реализации комплекса мероприятий информационного управления, основанных на целенаправленном информационном воздействии на объекты управления. С точки зрения технологии информационного воздействия на целевую аудиторию или выделенные ее сегменты определены типовые коммуникативные модели реализации комплекса мероприятий информационного управления. Выделены основные задачи анализа целевой аудитории как объекта информационного управления.

1. Введение

Информация всегда играла чрезвычайно важную роль в развитии практически каждой сферы современного общества. Как демонстрируют наиболее важные события последних лет, привело к появлению большого количества качественно отличающихся от прежних и противоречивых по реализуемым целям и способам их осуществления процессов, оказывающих значимое влияние на развитие общемировых процессов.

В современном мире активное противоборство в информационном пространстве в целом ряде случаев начало постепенно вытеснять с авансены геополитических процессов прямое противостояние, или, по крайней мере, играть равную по значимости роль в развитии мировых процессов [1]. Отстаивание национальных интересов и укрепление военно-политических позиций России в настоящее время происходит в острой конкурентной среде, где ряд позиций нашей страны оказываются уязвимыми как в силу ярко выраженной антироссийской риторики сгруппировавшихся вокруг США стран Запада, так и их практических действий в попытке изолировать Россию от мирового сообщества, в том числе с помощью проводимой информационной войны.

2. Коммуникационная технология реализации информационного управления

В глобальном информационном обществе процесс отстаивания национальных интересов требует совершенствования методологии и механизмов информационного воздействия, осуществляемого с целью решения рассматриваемого комплекса задач. Действенным инструментом при этом является проведение комплекса мероприятий информационного управления (КМИУ), представляющих собой технологии управления, основанные на целенаправленном информационном воздействии на

объекты управления. Коммуникационная технология реализации КМИУ представлена на рис. 1.

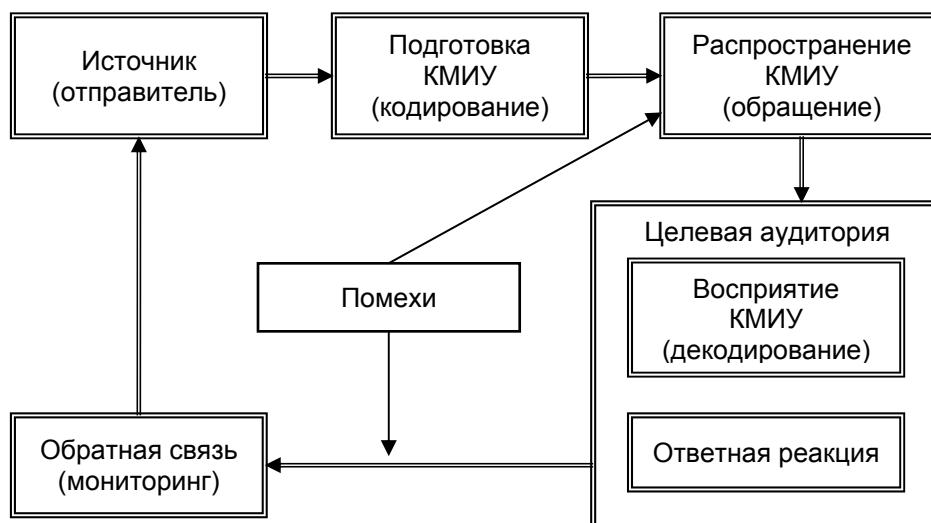


Рис. 1. Коммуникационная технология реализации КМИУ.

При планировании, а затем в процессе реализации КМИУ необходимо учитывать, что результат их осуществления может проявляться с некоторой временной задержкой. Таким образом, реакция целевой аудитории на информационные воздействия может носить как мгновенный характер, так и отложенной во времени (рис. 2).

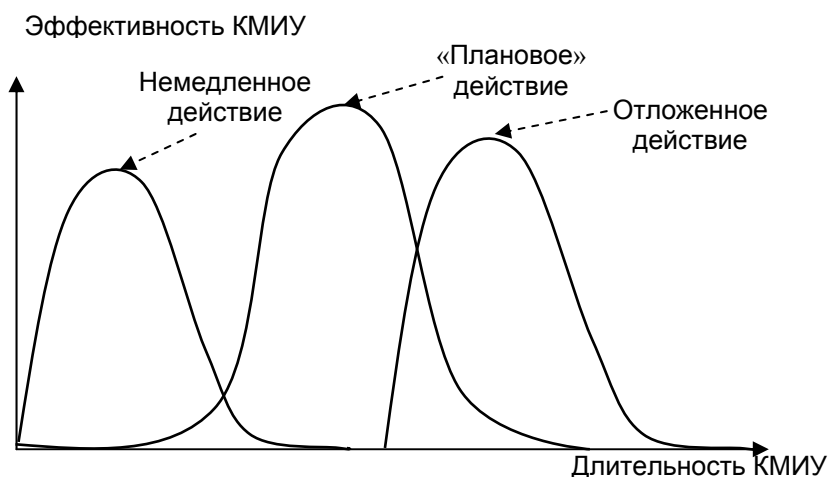


Рис. 2. Реакция целевой аудитории.

3. Типовые коммуникативные модели информационного управления

С точки зрения технологии информационного воздействия на целевую аудиторию или выделенные ее сегменты можно выделить следующие типовые коммуникативные модели реализации КМИУ [2]: одноцелевую одноканальную (рис. 3а), одноцелевую многоканальную (рис. 3б), многоцелевую одноканальную (рис. 3в), многоцелевую многоканальную (рис. 3г), интегральную (рис. 3д). На рис. 3 приняты следующие

обозначения: $V_i, i = 1, n$ – активное информационное воздействие в рамках КМИУ; $K_j, j = 1, m$ – канал передачи информации; $C_s, s = 1, l$ – сегмент целевой аудитории С.

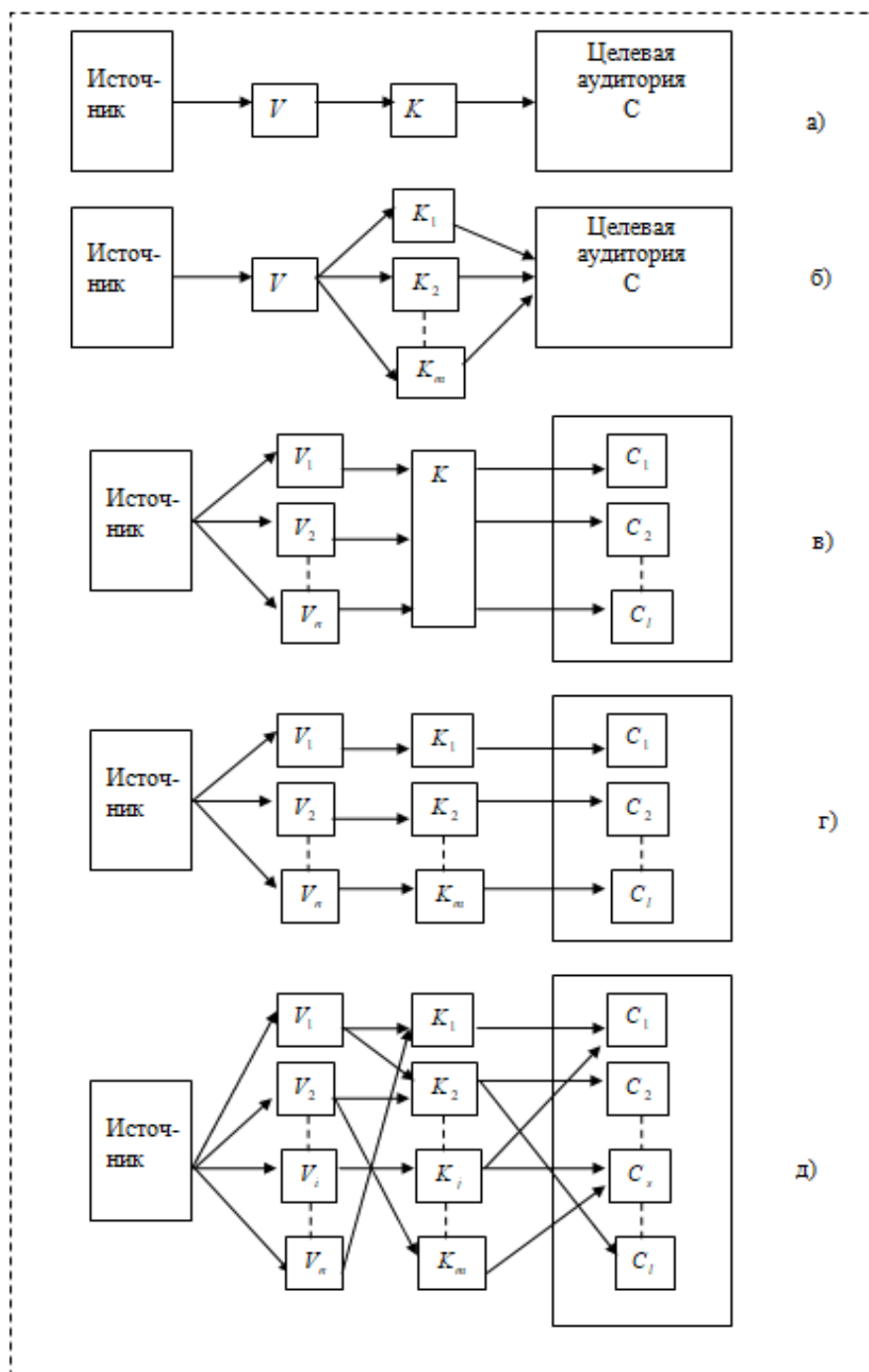


Рис. 3. Коммуникативные модели реализации КМИУ.

На рис. 4 (а-д) представлены некоторые модели реализации КМИУ. Модель однократного воздействия (рис. 4а) и модель непрерывного воздействия (рис. 4б) являются наиболее простыми. Непрерывная пульсирующая модель (рис. 4в) соответствует непрерывному информационному воздействию, которая связана с неравномерностью интенсивности и периодов информационных воздействий. Дискретная модель (рис. 4г) иллюстрирует «порционное» информационное

воздействие. Интегральная модель (рис. 4д) является универсальной комплексной моделью.

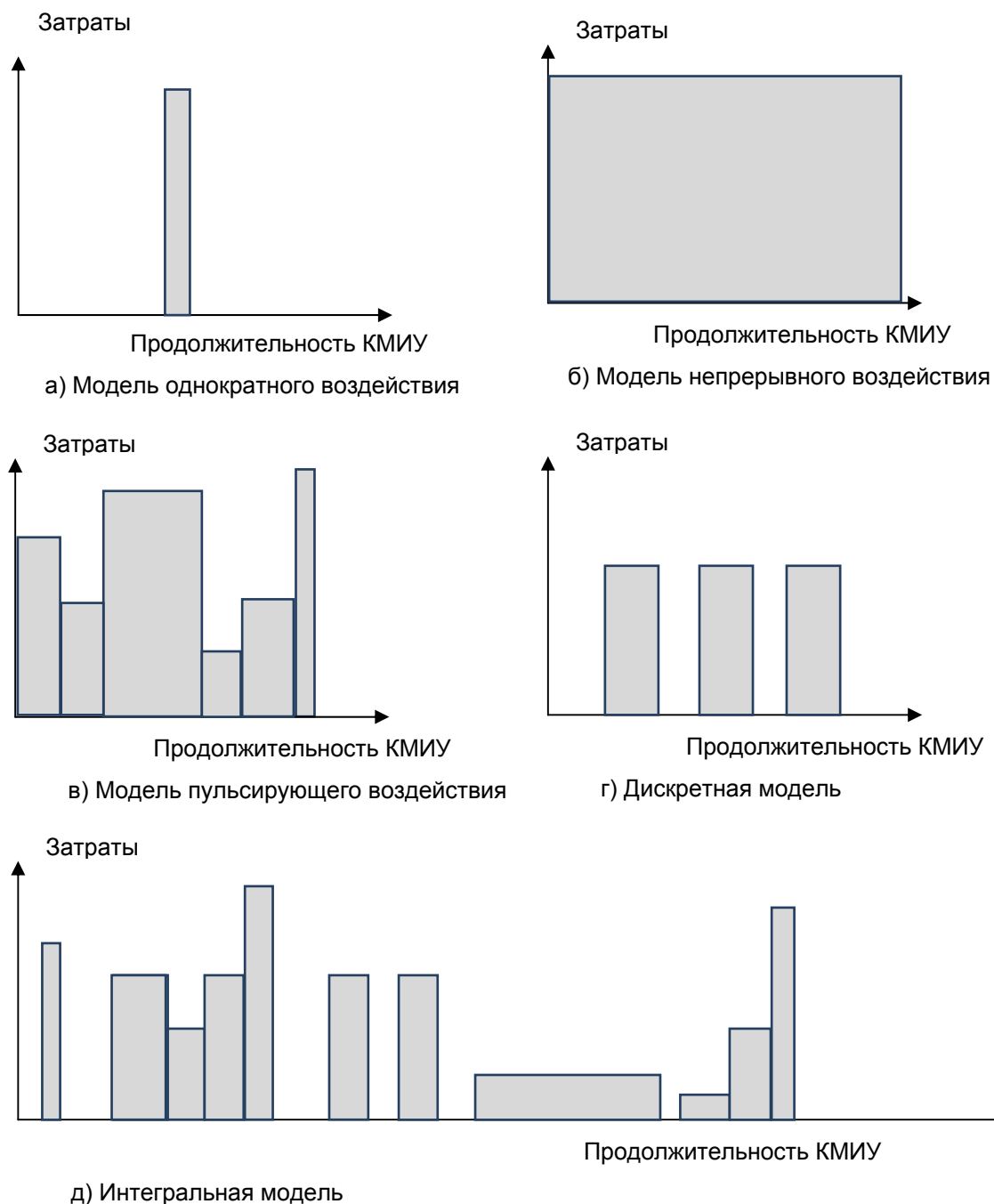


Рис. 4. Тактические модели реализации КМИУ.

Необходимо отметить, что процессы подготовки и проведения КМИУ рассматриваемого класса по ряду внешних признаков выглядят в некотором смысле аналогичными подходам, широко применяемым в рамках самых разнообразных PR-кампаний. Однако, по своей сути КМИУ достаточно существенно отличается от них, особенно в рамках процессов целеполагания и оценки качества полученных результатов, масштабы проводимых информационных кампаний, технологий анализа проблемных ситуаций, а также характера и комплексности решаемых задач.

Анализ целевой аудитории должен предусматривать решение следующих основных задач:

- уточнение целевых установок воздействия на целевые аудитории;
- выделение путей и условий наиболее эффективного влияния на ключевую, с точки зрения поставленных целей, аудиторию;
- определение уровня доступности аудитории для информационного воздействия;
- анализ уязвимости целевой аудитории для параллельных с КМИУ деструктивных информационных воздействий противодействующей стороны;
- определение чувствительности (избирательной информационной восприимчивости) целевой аудитории и ее основных сегментов;
- определение тематических границ информационного воздействия;
- разработка критериев эффективности информационного воздействия;
- разработка системы индикаторов и показателей эффективности для оценки результатов воздействия КМИУ на аудиторию.

Необходимо отметить, что в процессе тематического планирования требуется тщательно учитывать ключевое свойство практически любой аудитории: она объективно не стремится к получению новой информации, а также к любому изменению характера своего поведения под воздействием информационных кампаний. В силу этого:

- активные информационные мероприятия и кампании должны основываться исключительно на реалистических целях;
- использование в качестве канала воздействия только традиционных СМИ будет малоэффективным (особенно в условиях активного противодействия в международном информационном пространстве);
- необходимо учитывать отличия в информационных предпочтениях, жизненных позициях, стереотипах, морально-нравственных ценностях, психологических, социокультурных, образовательных, национальных и иных существенных характеристиках различных сегментов целевой аудитории.

4. Заключение

Эффективная разработка и реализация КМИУ невозможна без использования организации мониторинга проблемных ситуаций, поскольку именно мониторинг, являясь источником информации, который позволяет:

- на начальном этапе эффективно сформировать систему целей;
- на промежуточных этапах контролировать реализацию КМИУ и проводить необходимые и обоснованные корректировки;
- на заключительном этапе – объективно и достоверно оценить результативность активных информационных кампаний.

Список литературы

1. Шульц В.Л., Кульба В.В., Шелков А.Б., Чернов И.В. Анализ задач информационного управления в условиях глобализации // Национальная безопасность / Nota bene. 2017. № 3. С. 34-85.
2. Чернов И.В., Шелков А.Б. Информационное управление: тематическое планирование медийных информационных воздействий // Вестник РГГУ. 2011. № 4 (66). С. 186-201.