



#10 Недооценка бездействия

Одна из причин эффективности информационных атак заключается в том, что объекты атак часто недооценивают бездействие. А когда действия становятся жизненно важными, бывает уже поздно.

#63 Проклятие знания

Наша коммуникация должна строиться опираясь на ситуативную оценку нашей аудитории, а не нашу. Следует понимать, что наше видение проблемы может сильно отличаться от видения нашей аудитории. Более того, даже среди нашей аудитории иногда будут диаметрально противоположные мнения о ситуации.

#25 Предвзятость подтверждения

Следует понимать, что если против нас развернута грамотная информационная кампания, тогда какой-то процент пользователей мы вероятно потеряем в любом случае. В их число будут входить колеблющиеся пользователи, у которых были какие-то гипотезы, за которые как-раз и зацепились наши противники.

#1 Эвристика доступности

Наиболее эффективной формой дезинформации является «полу-правда» - когда частично правдивые утверждения смешиваются с вымыслом. Если противник сделал акцент на каком то «слабом» звене нашего продукта/компании, нам следует по возможности избегать проблем с этим звеном в ближайшее время, чтобы не подкреплять аргументы противника. Пользователи будут особенно внимательны к упомянутой противником части продукта, поэтому малейшая недоработка будет ими преувеличиваться (#8 Иллюзия частотности).

#3 Эффект иллюзии правды

Если нам известно, что очерняющий нас материал это не единичный случай, а начало информационной кампании, тогда нам следует опубликовать сведения об ожидаемых материалах. Этот шаг может существенно снизить дальнейшее влияние подобной информации на аудиторию. Подобную превентивную меру вы часто можете заметить в пресс службах чиновников.

#72 Эффект ложного согласия

Иногда, нам может показаться, что очерняющий нас материал очевидная глупость, и что это никак не затронет нашу аудиторию потому что «наши пользователи знают правду». В таких предположениях легко утратить объективность, поэтому любое предположение должно быть сверено с коллегами.

#32 Эффект продолжающегося влияния

Даже если мы опубликуем доказательства необоснованности аргументов наших противников, должно пройти какое-то время, чтобы влияние дезинформации полностью спало.



#70 Эффект социальной желательности

Нам не следует опрашивать аудиторию об их мнении о дискредитирующих нас материалах. Причина в том, что результаты такого опроса с высокой вероятностью будут искажены эффектом социальной желательности.

#89 Эффект обратного действия

Нам ни в коем случае не следует в какой-либо форме критиковать пользователей за то, что некоторые из них верят дезинформации.

#42 Иллюзорная корреляция

Если противник очерняет нас показывая корреляции между событиями, между которыми на самом деле связи нет – мы можем сами показать с десяткой других нелепых корреляций. Так мы «разбавим» его материалы, и значительно ослабим их влияние на аудиторию.

#13 Эффект юмора

Балансированное использование юмора в коммуникации может быть эффективным средством защиты от информационных кампаний.

#50 Присоединение к большинству

В нашей защите мы можем апеллировать к «абсолютному большинству» наших пользователей, которые «осознают несущественность, и абсурдность» материала наших противников. Это еще один прием широко используемый в политике.

#16 Эффект самореференции

Понимая механизм работы эффекта самореференции, мы можем переформулировать проблему, публично заявив, что наши противники нападают не на нас, а на нашу аудиторию, наших партнеров, наших клиентов. Далее мы четко указываем наше намерение не допустить этого, и защитить наших пользователей от подобных нападков. Переведя стрелки с себя на аудиторию, мы делаем проблему информационной кампании для нас с пользователями общей. Фактически, это позволяет нам не только гарантировать невосприимчивость нашей аудитории к коммуникации наших противников, но и, попутно дискредитировать их. Этот прием также очень широко используется в политике.

#100 Эффект затухания

Следует учитывать, что многие элементы информационной кампании будут забыты нашей аудиторией гораздо раньше, чем мы думаем. Следственно, нам следует понять от каких нападков защищаться, а какие игнорировать, давая времени исправить ситуацию.