

Г.В. Певцов, С.В. Залкін, С.О. Сідченко, К.І. Хударковський

Харківський національний університет Повітряних Сил ім. І. Кожедуба, Харків

МЕТОДИЧНИЙ ПІДХІД ДО ФОРМУВАННЯ СЦЕНАРІЮ ПРОВЕДЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-ПСИХОЛОГІЧНОГО ВПЛИВУ НА ОСІБ, ЩО ПРИЙМАЮТЬ РІШЕННЯ

У статті представлений методичний підхід до формування сценарію проведення інформаційно-психологічного впливу на осіб, що приймають рішення, у якому визначені основні етапи, заходи, що здійснюються на кожному з етапів, а також методи, способи і прийоми реалізації визначених заходів. Запропонована узагальнена модель інформаційно-психологічного впливу на осіб, що приймають рішення, та на основі цієї моделі розроблена схема сценарію проведення інформаційно-психологічного впливу на дані об'єкти впливу.

Ключові слова: інформаційно-психологічний вплив, інформаційно-психологічна операція, об'єкт інформаційно-психологічного впливу, сценарій інформаційно-психологічного впливу.

Вступ

Постановка проблеми. Збройні конфлікти сучасності відрізняються крайньою жорстокістю і непримиренністю сторін. Вони ведуться довго і безрезультативно, залучаючи у свою орбіту багатьох учасників, не лише збройні сили і сили з підтримки порядку, але й цивільне населення. Як правило, причина цих конфліктів глибоко прихована в історії і культурі протиборчих сторін, що часто унеможливає швидке вирішення цих конфліктів традиційними шляхами.

За умов глобальної інтеграції та жорсткої міжнародної конкуренції головною ареною зіткнень і боротьби різновекторних національних інтересів держав стає інформаційний простір. Сучасні інформаційні технології дають державам реалізувати власні інтереси без застосування воєнної сили або з приховуванням своєї участі, ослабити і завдати значної шкоди безпеці іншої держави, якщо вона не має дієвої системи захисту від негативних інформаційно-психологічних впливів [1–4].

На сьогоднішній день на зміну класичним формам збройної боротьби прийшли так звані “гібридні війни”, однією з складових яких є інформаційна. Інформаційна боротьба стала однією із складових збройної боротьби, а інформаційна перевага – одним із суттєвих факторів позитивного результату застосування збройних сил в операціях і бойових діях. Складовою інформаційної боротьби виступає інформаційно-психологічна боротьба [1–5].

Ефективність сучасної української стратегії протидії гібридним методам війни, що застосовує Російська Федерація проти України, у значній мірі залежить від заходів невійськового характеру, спрямованих на зміцнення міжнародних позицій України, збереження і розширення української присутності в світі. У цьому контексті одним із головних за-

вдань є чітке усвідомлення та осмислювання національних цінностей і національних інтересів нашої держави, їхнє наукове обґрунтування та активне відстоювання.

Держава-агресор протягом тривалого періоду приховано, без формального оголошення війни використовує технології інформаційно-психологічного впливу (ІПВ) на населення в інтересах порушення єдності і територіальної цілісності нашої держави, дестабілізації внутрішньополітичної і соціальної ситуації. При цьому, увага противника зосереджена на руйнуванні традиційних духовно-моральних цінностей, переформатуванні культурно-світоглядної сфери.

У сучасних умовах інформаційно-психологічні операції у воєнних доктринах низки провідних країн світу вже розглядаються, з одного боку, як важливий компонент підготовки і проведення військових операцій, а з іншого боку, як самостійний вид бойових дій [5–10].

Під інформаційно-психологічною операцією розуміється сукупність узгоджених та взаємопов'язаних за метою, завданнями, об'єктами і часом інформаційних акцій, атак та заходів, що проводяться одночасно або послідовно за єдиними замислом і планом для вирішення завдань інформаційно-психологічного впливу на цільову аудиторію [11].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз результатів проведення Російською Федерацією в Автономній Республіці Крим та на південному сході України гібридної війни свідчить, що її ключовим аспектом стало здобуття значної інформаційної переваги. На території України Російською Федерацією здійснена апробація нових методів, форм і способів боротьби в інформаційному просторі, включаючи його інформаційно-психологічну та інформаційно-технічну сторони, і нанесення значно-

го ураження інформаційному середовищу України. Можна вважати, що система інформаційної безпеки України виявилась неповністю готовою до нейтралізації нових викликів і потребує суттєвого удосконалення [5; 12–17].

Прихованість, латентність, що притаманні ІПВ, складність виявлення ознак його проведення та визначення початку, перебігу, спрямованості, відносно низька вартість при суттєвому ефекті сприяють тому, що ІПВ стає поширеним засобом досягнення певних завдань зовнішньої політики. Це обумовлює необхідність вирішення проблеми формалізації процесу підготовки та здійснення ІПВ, де визначальним стає чітке окреслення та опис об'єкта впливу, визначення доцільних методів, прийомів, засобів його проведення та узгодження за часом послідовності дій [18]. Відповідно, під інформаційно-психологічним впливом розуміється весь спектр форм, методів і способів цілеспрямованого (відкритого та прихованого) впливу на індивідуальну, групову і суспільну свідомість через засоби масової інформації та спеціальні канали комунікації (у тому числі й міжособистісний) за допомогою створення та розповсюдження спеціальної інформації з метою зміни поведінки об'єкта впливу [5]. Особливий інтерес представляє ІПВ на особу, що приймає значимі відповідальні рішення.

Мета статті – представлення методичного підходу до формування сценарію проведення інформаційно-психологічного впливу на осіб, що приймають рішення.

Виклад основного матеріалу

Інформаційно-психологічний вплив на противника може спрямовуватись проти:

- населення загалом або окремих соціальних груп, у тому числі військовослужбовців збройних сил та сил правопорядку;
- політичної, фінансово-економічної, наукової, культурної еліти;
- визначених політичних чи військових лідерів, релігійних діячів;
- осіб, відповідальних за прийняття тих чи інших значимих рішень.

Головним завданням і кінцевою метою процесу планування інформаційно-психологічного впливу є формування сценарію проведення ІПВ. Сценарій ІПВ – це опис можливого початку, розвитку, завершення і наслідків впливу на основі аналізу цілей, завдань, місця і часу його проведення, співвідношення можливостей сторін, стану інших об'єктивних і суб'єктивних чинників, що впливають на хід і результат впливу.

На формування сценарію впливає низка змінних, таких як умови обстановки в інформаційно-психологічному просторі (виходячи з інтересів дер-

жави, збройних сил), наявність та рівень загроз, що впливають на безпеку, мета інформаційно-психологічного впливу, що планується, об'єкти ІПВ, замисел та обмеження, а саме час на розробку сценарію впливу, ресурси, що можуть бути залучені для проведення впливу (акції), наявність каналів.

Для організації ІПВ доцільно використовувати усі можливі канали засобів масової комунікації. Від традиційних, таких як розповсюдження листівок, плакатів, графіті, поширення чуток, до прямого супутникового або звичайного телерадіомовлення та використання можливостей Інтернету – поширення тематичних мемів, тролінгу та інше. Дуже важливо встановити рівновагу між цими каналами, для їхнього правильного та найефективнішого застосування.

Інформаційно-психологічний вплив на осіб, що приймають рішення, передбачає виконання декількох етапів (табл. 1):

– I етап – підготовчий, який передбачає створення політичного та психологічного портрету об'єкту, на який буде спрямований ІПВ, та розробляється сценарій проведення ІПВ;

– II етап – вибір або створення інформаційного приводу, на якому здійснюється вивід об'єкта ІПВ із стану психологічної рівноваги на основі політичного та психологічного портретів особистості;

– III етап – основний, в межах якого безпосередньо здійснюється ІПВ;

– IV етап – закріплення результатів впливу.

Основні методи, способи та прийоми, що використовуються при проведенні цих етапів наведені в табл. 1.

Так, на I етапі особлива увага приділяється складанню психологічних портретів окремих фізичних осіб – об'єктів потенційного впливу. Для цього активно використовуються дані соціологічних опитувань, статистичні дані, вивчається менталітет, панівні стереотипи, традиції, забобони тощо.

Також складовою I етапу є формування моделі інформаційно-психологічного впливу. В узагальненому вигляді модель ІПВ представлена на рис. 1. В моделі ІПВ відображені основні складові сценарію проведення ІПВ та їх взаємозв'язок. На основі моделі формується сценарій проведення ІПВ.

Схема сценарію проведення інформаційно-психологічного впливу на осіб, що приймають рішення, представлена у табл. 2. Сценарій проведення ІПВ відображається у скоординованому плані його проведення та комплексі необхідних бойових і довідкових документів.

При розробці сценарію проведення ІПВ враховуються основні та додаткові заходи, форми, методи та прийоми виконання яких визначаються, виходячи з характеристик конкретного об'єкту, на який спрямований вплив.

Таблиця 1

Етапи проведення інформаційно-психологічного впливу

№ етапу	Назва етапу	Заходи, що передбачаються	Методи, способи, прийоми
I	Підготовчий	Створюються політичний і психологічний портрети об'єкту, на який буде спрямований ІПВ, розробляється сценарій проведення ІПВ	– використовуються методи дистанційного дослідження особи (на основі публічних виступів); – збираються дані про лідерів, склад їхніх сімей, прізвища коханок, дані про їхні взаємини між собою, відносини між сім'ями, їхні уподобання, звички, слабкості, хобі та ін.; – визначаються модель поведінки і спосіб прийняття рішень; – здійснюється тенденційний підбір біографічних фактів об'єкту впливу, що негативно його характеризують для дискредитації його як особистості; – створюється модель ІПВ
II	Вибір (створення) інформаційного приводу	Здійснюється вивід об'єкта впливу із стану психологічної рівноваги на основі політичного та психологічного портретів особистості	– використання роздратувальних карикатур, наклепних статей та інших матеріалів, їх особливістю можуть бути постійне повернення до однієї "больової точки", використання відповідного скритого або явного недоліку, манії; – перекривлення Web-аркушу особи (підміна посилань на помилкові); – приклеювання або навішування ярликів
III	Основний	Використання інформаційного приводу заради досягнення цілей впливу, тобто для посилення, формування або руйнування певних психічних стереотипів і установок (здійснюється дискредитація політичних кроків, економічних, соціальних рішень і дій тощо)	Використовуються методи: – констатація факту; – коментарі; – спілкування із широкою аудиторією; – акції робочих та виробників
IV	Закріплення результатів	Закріплення результатів впливу	В залежності від психологічного портрету особи для закріплення досягнутого можливе використання різноманітних впливів, від піддабузництва до матеріального стимулювання

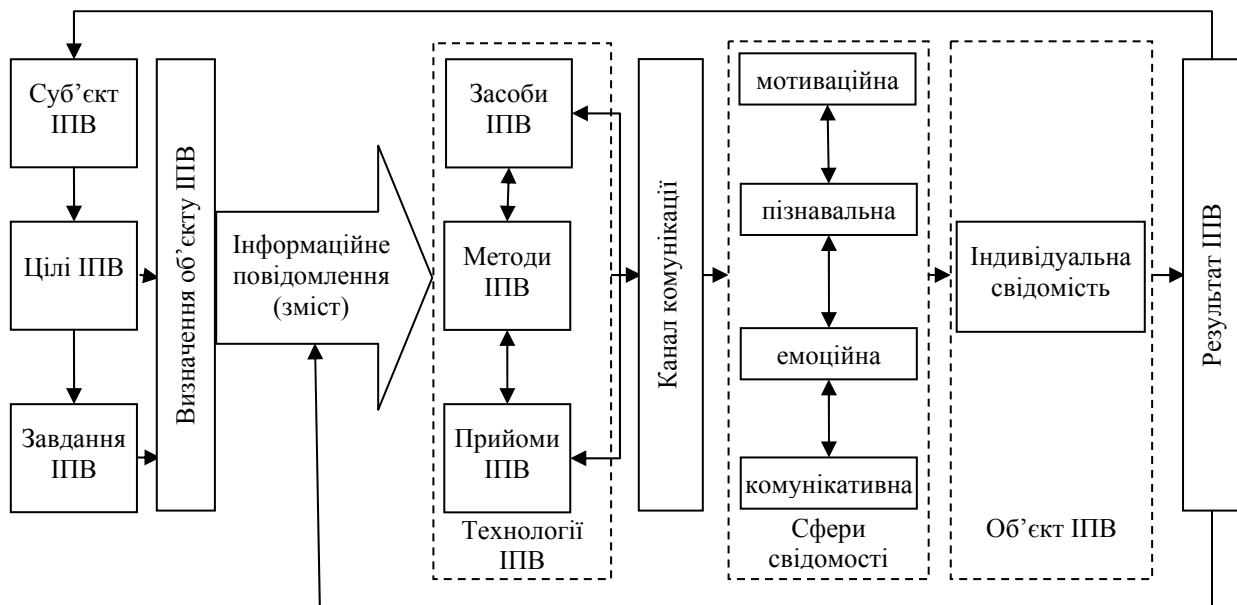


Рис. 1. Узагальнена модель інформаційно-психологічного впливу

Схема сценарію проведення інформаційно-психологічного впливу на осіб, що приймають рішення

№ з/п	Складові сценарію	Заходи, що передбачаються	
		основні	додаткові
1	2	3	4
1.	Об'єкт впливу	особи, що приймають рішення	
2.	Мета впливу	створення іміджу осіб, що приймають рішення, як неспроможних ефективно виконувати професійні обов'язки, завдання, зміна (усунення) керівництва від влади, приведення до керівництва осіб, які нейтрально (прихильно) ставляться до політики України	
3.	Завдання впливу	створення негативного іміджу осіб, що приймають рішення, як особистостей	– висвітлення фактів незадоволення населення або його певної частини; – створення передумов для зміни (усунення) від управління осіб, що приймають рішення
4.	Методи впливу	безпосереднього впливу: – дискредитація як особистостей (тенденційний підбір фактів біографії, що негативно їх характеризують); – дискредитація політичних кроків, економічних дій (неспроможність налагодити своєчасну виплату заробітної плати, пенсій, допомоги, поставку товарів першої необхідності, ліків)	опосередкованого впливу: – обхід із флангу (дані про лідерів, склад їхніх сімей та ін.); – приклеювання або навішування ярликів; – констатація факту; – коментарі; – спілкування із широкою аудиторією; – акції робочих та виробників
5.	Інформаційний привід	– факти корупції; – “темні плями” біографії; – засвідчені зв'язки із представниками криміналітету; – невдалі виступи, обмовлення під час виступів, інтерв'ю та у друкованих виданнях	– несвоєчасна виплата заробітної плати, пенсій, соціальних виплат; – підвищення цін; – незаконні рішення на користь певних осіб (організацій) (відчуження земель, дозволи на будівництво, надання преференцій, порушення тендерних процедур); – проблеми проведення виборчих кампаній; – пригнічення прав і свободи громадян; – порушення прав представників засобів масової інформації на отримання інформації
6.	Канали впливу	– місцеве телебачення та радіомовлення; – кабельне телебачення; – печатні та електронні видання; – суспільна приймальня, телефон довір'я; – спеціальні заходи (телефонне опитування, соціопитування, листівки, графіті тощо); – пісні; – чутки	
7.	Місця здійснення впливу	– громадський транспорт; – ринки; – черги; – стадіон; – заклади громадського харчування	– інші місця скупчення людей
8.	Найбільш сприятливий час для здійснення впливу	– передвиборча кампанія; – інформаційна підготовка; – суспільно-політичні акції, акції громадянської непокори	
9.	Сили та засоби впливу	– агенти впливу; – супутникове телебачення; – FM-радіо	

Закінчення табл. 2

1	2	3	4
10.	Бажаний стан об'єкту впливу	– втрата впевненості в поведінці; – помилки та некомпетентність при прийнятті рішень; – самоусунення від прийняття відповідальних рішень (лікарняний, хвороба, відпустка); – дострокове подання у відставку	
11.	Ознаки прояву впливу	виправдовування у засобах масової інформації	– виступи окремих осіб; – проведення неорганізованих мітингів, зборів протесту, страйків різних категорій населення, флеш-моби
12.	Заходи протидії впливу	– жорстка цензура у засобах масової інформації, радіо, телебаченні; – повне відключення українських радіо- та телеканалів; – обмеження Інтернету; – використання сил поліції, інших підрозділів проти мирного населення; – арешти	
13.	Методи підсилення впливу	– ефект первинності; – використання медіаторів	– символічні страйки; – групові акції; – суспільні збори

Інформаційними приводами II етапу можуть бути негативні факти соціального портрету особи. Для розповсюдження негативних фактів про об'єкт ПІВ доцільно використовувати чутки, що розповсюджуються зі швидкістю 3–4 доби у містах з населенням до 40 тис. осіб. Найбільш зручними місцями таких дій є місця скупчення людей (транспорт, черги тощо).

Після створення або вибору інформаційного приводу, на III етапі, який є основним, проводиться розкручування інформаційного приводу та реалізуються сплановані заходи ПІВ.

Закріплення результатів (IV етап) передбачає плавне завершення ПІВ після досягнення поставлених цілей або через форс-мажорні обставини. В ході даного етапу може здійснюватись підсилення ПІВ на осіб, що приймають рішення, із використанням таких способів, як:

- ефект первинності;
- залучення медіаторів;
- символічні страйки;
- групові акції;
- суспільні збори.

Будь-який ПІВ передбачає маніпулювання свідомістю об'єкта впливу. Зрозуміло, що розуміння об'єктом ПІВ факту здійснення на нього впливу призведе до протидії та його зриву. Тому, на етапі здійснення ПІВ особлива роль належить агентам впливу, у якості котрих можуть виступати:

- високопоставлені співробітники державних установ, що мають доступ до закритої інформації;
- власники великих банків або фірм;
- представники різних благодійних фондів і товариств;
- журналісти;
- представники інтелігенції (зірки культури, творчі люди, актори, режисери);
- співробітники приймалень держчиновників.

Даний підхід до формування сценарію проведення інформаційно-психологічної впливу може бути поширений на інші об'єкти (цільові групи) впливу.

Висновки

В умовах динамічної зміни інформаційної обстановки вирішальне значення на результат проведення ПІВ має формування оптимального сценарію його проведення, що залежить від багатьох факторів і, в першу чергу, якості його планування, точності оцінки характеристик об'єктів ПІВ, можливості своєчасного проведення моніторингу ходу здійснення впливу, відповідності сил і засобів, які залучаються, тощо. Методичний підхід до формування сценарію проведення інформаційно-психологічного впливу на осіб, що приймають рішення, дозволяє забезпечити високу якість здійснення ПІВ, що підтверджено на практиці в ході протидії агресії Російської Федерації.

Список літератури

1. Горбулін В.П. “Гібридна війна” як ключовий інструмент російської геостратегії реваншу / В.П. Горбулін // Стратегічні пріоритети. – 2014. – № 4(33). – С. 5-12.
2. Сайт BINTEL.COM.UA. Стратегія і тактика гібридних війн в контексті військової агресії Росії проти України // Незалежний аналітичний центр геополітичних досліджень “Борисфен Інтел”. – 24.11.2014 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://bintel.com.ua/uk/article/gibrid-war/>.
3. Клименко С. Теория и практика ведения “гибридных войн” / С. Клименко // Зарубежное военное обозрение. – 2015. – № 5. – С. 109-112.
4. Сайт IINFORMNAPALM.ORG. Россия ведет ГИБРИДНУЮ войну ГИБРИДНОЙ армией. – InformNapalm. –

- 04.03.2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://informnapalm.org/6631-gibridnaja-vojna-armija/>.
5. Інформаційно-психологічна боротьба у війсьній сфері: монографія / Г.В. Певцов, А.М. Гордієнко, С.В. Залкін, С.О. Сідченко, А.О. Феклістов, К.І. Хударковський. – Х.: Вид. Рождо С.Г., 2017. – 276 с.
6. Давыдов Д. Развитие сил информационных операций США до 2020 года / Д. Давыдов // Зарубежное военное обозрение. – 2014. – № 4. – С. 3-10.
7. Феклістов А.О. Особливості планування заходів інформаційної боротьби під час підготовки операції / А.О. Феклістов // Збірник наукових праць “Системи управління, навігації та зв’язку”. – 2009. – Вип. 3 (11). – С. 184-186.
8. Гусаров В. Силы информационных операций России: каким должен быть ответ Украины? / Вячеслав Гусаров // Информационное Спротивление. – 04.10.2014 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://sprotyv.info/ru/news/5931-sily-informacionnyh-operaciy-rossii-kakim-dolzhen-byt-otvet-ukrainy>.
9. Деньщиков А.Л. Информационная стратегия США (анализ, современность, перспективы): автореферат дис. ... канд. полит. наук: 23.00.02 / Деньщиков Александр Леонидович. – Москва, 2007. – 26 с.
10. Деркаченко Я. Інформаційно-психологічні операції як сучасний інструмент геополітики / Я. Деркаченко // Глобальна організація союзницького лідерства. – 2016 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://goal-int.org/informacijno-psixologichni-operacii-yak-suchasnij-instrument-geopolitiki/>.
11. Військовий стандарт ВСТ 01.004.004-2014(01) Воєнна політика, безпека та стратегічне планування. Інформаційна безпека держави у війсьній сфері. Терміни та визначення. – К., 2014. – 22 с.
12. Основні особливості ознак проведення інформаційно-психологічної операції Російської Федерації в АР Крим / Г.В. Певцов, С.В. Залкін, С.О. Сідченко, К.І. Хударковський, А.О.Феклістов, А.В. Антонов // Наука і техніка Повітряних Сил Збройних Сил України. – 2014. – № 1(14). – С. 37-39.
13. Методика оцінювання ефективності виконання заходів протидії негативному інформаційно-психологічному впливу противника / Г.В. Певцов, А.М. Гордієнко, С.В. Залкін, С.О. Сідченко, К.І. Хударковський // Збірник наукових праць Харківського університету Повітряних Сил. – 2016. – Вип. 1(46). – С. 23-28.
14. Богданович В.Ю. Моделювання стратегії, орієнтованої на зміну режиму у вибраній країні-мішені через її занурення в хаос, на основі методу функціонально значимих проміжних станів / В.Ю. Богданович // Сучасний захист інформації. – 2015. – № 2. – С. 44-53.
15. Шевчук П.І. Інформаційно-психологічна війна Росії проти України: як їй протидіяти [Електронний ресурс] / П.І. Шевчук // Демократичне врядування. – 2014. – Вип. 13. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeVr_2014_13_11.
16. Присяжнюк Д.М. Застосування маніпулятивних технологій з боку Росії в ЗМІ України (на прикладі Криму) / Д.М. Присяжнюк // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Військово-спеціальні науки. – 2009. – № 23. – С. 63-66.
17. Мороз Ю. Інформаційно-психологічні операції в умовах гібридної війни / Ю. Мороз, Ю. Твердохліб // Вісник Львівського університету. Серія міжнародні відносини. – 2016. – Вип. 38. – С. 97-105.
18. Улічев О.С. Програмне моделювання поширення інформаційно-психологічних впливів у віртуальних соціальних мережах / О.С. Улічев, Є.В. Мелешко // Сучасні інформаційні системи. – 2018.– Т. 2. – № 2. – С. 35-39. <https://doi.org/10.20998/2522-9052.2018.2.06>.

References

1. Horbulin, V.P. (2015), “Hibrydna viina” yak kliuchovyi instrument rosiiskoi heostrategii revanshu” [“Hybrid War” as a key tool for Russian geostrategy of revenge], *Stratehichni Priorytety*, No. 4(33), pp. 5-12.
2. Site BINTEL.COM.UA (2014), “Stratehiia i taktika hibrydnykh viin v konteksti viiskovoi ahresii Rosii proty Ukrainy” [Strategy and tactics of hybrid wars in the context of Russia's military aggression against Ukraine], *Nezalezhnyi analitychnyi tsentr heopolitychnykh doslidzhen “Borysfen Intel”*, available at: www.bintel.com.ua/uk/article/gibrid-war/ (accessed 24.11.2014).
3. Klimentenko, S. (2015), “Teoriya i praktika vedeniya “gibrydnykh voyn” [Theory and practice of “hybrid wars”], *Foreign military review*, No. 5, pp. 109-112.
4. Site IIFORMNAPALM.ORG (2015), “Rossiya vedet GIBRIDNUYU voynu GIBRIDNOY armiyey” [Russia leads the HYBRID war by the HYBRID army], available at: <https://informnapalm.org/6631-gibridnaja-vojna-armija/> (accessed 04.03.2015).
5. Pievtsov, H.V., Hordiienko, A.M., Zalkin, S.V., Sidchenko, S.O., Feklistov, A.O. and Khudarkovskyi, K.I. (2017), “Informatsiino-psikholohichna borotba u voienii sferi: monohrafiia” [The information and psychological struggle in the military sphere], Rozhko S.H., Kharkiv, 276 p.
6. Davyidov, D. (2014), “Razvytye syl ynformatsyonnykh operatsyi SSHA do 2020 hoda” [The development of the forces of information operations in the United States until 2020], *Foreign military review*, No. 4, pp. 3-10.
7. Feklistov, A.O. (2009), “Osoblyvosti planuvannia zakhodiv informatsiinoi borotby pid chas pidhotovky operatsii” [Features of planning an information fight during the preparation of the operation], *Control, navigation and communication systems*, No. 3(11), pp. 184-186.
8. Gusarov, V. (2014), “Sily informacionnyh operacij Rossii: kakim dolzhen byt' otvet Ukrainy?” [The forces of information operations in Russia: what should Ukraine's response be?], available at: www.sprotyv.info/ru/news/5931-sily-informacionnyh-operaciy-rossii-kakim-dolzhen-byt-otvet-ukrainy (accessed 04.10.2014).
9. Den'shchikov, A.L. (2007), “Informatsionnaya strategiya SSHA (analiz, sovremennost', perspektivy): dissertatsion” [Information strategy of the USA (analysis, modernity, prospects): dissertation], Moscow, 26 p.
10. Derkachenko, Ya. (2016), “Informatsiino-psikholohichni operatsii yak suchasnyi instrument heopolityky” [Information-psychological operations as a modern instrument of geopolitics], available at: www.goal-int.org/informacijno-psixologichni-operacii-yak-suchasnij-instrument-geopolitiki/.
11. Military Standard of Ukraine (2014), “01.004.004-2014(01) Voienna polityka, bezpeka ta stratehichne planuvannia. Informatsiina bezpeka derzhavy u voienii sferi. Terminy ta vyznachennia” [01.004.004-2014(01) Military policy, security and strategic planning. Information security of the state in the military sphere. Terms and definitions], Kyiv, 22 p.
12. Pievtsov, H.V., Zalkin, S.V., Sidchenko, S.O., Khudarkovskyi, K.I., Feklistov, A.O. and Antonov, A.V. (2014), “Os-

novni osoblyvosti oznak provedennia informatsiino-psykholohichnoi operatsii Rosiiskoi Federatsii v Avtonomnii Respublitsi Krym” [The main features signs of information and psychological operation of Russia Federation in Crimea], *Science and Technology of the Air Force of Ukraine*, No. 1(14), pp. 37-39.

13. Pievtsov, H.V., Hordiienko, A.M., Zalkin, S.V., Sidchenko, S.O., Feklistov, A.O. and Khudarkovskyi, K.I. (2016), “Metodyka otsiniuvannia efektyvnosti vykonannia zakhodiv protydii nehatyvnomu informatsiino-psykholohichnomu vplyvu protyvnyka” [Efficiency estimation methods of counteractions against the negative information and psychological enemy impact], *Scientific Works of Kharkiv National Air Force University*, No. 1(46), pp. 23-28.

14. Bohdanovych, V.Yu. (2015), “Modeliuvannia stratehii, oriientovanoi na zminu rezhymu u vybranii kraini-misheni cherez yii zanurennia v khaos, na osnovi metodu funktsionalno znachymykh promizhnykh staniv” [Modeling a strategy aimed at changing the regime in the selected target country through its immersion in chaos, based on the method of functionally significant intermediate states], *Modern information security*, No. 2, pp. 44-53.

15. Shevchuk, P. (2014), “Informatsiino-psykholohichna viina Rosii proty Ukrainy: yak yii protydiiaty” [Information and psychological war of Russia against Ukraine: how to counteract it], *Democratic governance*, No. 13, available at: www.nbuv.gov.ua/UJRN/DeVr_2014_13_11.

16. Prisyazhniuk, D.M. (2009), “Zastosuvannia manipulyativnykh tekhnolohii z boku Rosii v ZMI Ukrainy (na prykladi Krymu)” [The use of manipulative technologies from Russia in the Ukrainian media (for example, Crimea)], *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu imeni Tarasa Shevchenka, Viiskovo-spetsialni nauky*, No. 23, pp. 63-66.

17. Moroz, Y. and Tverdokhlib, J. (2016), “Informatsiino-psykholohichni operatsii v umovakh hibrydnoi viiny” [Psychological operations in hybrid warfare], *Visnyk of the Lviv University. Series International Relations*, No. 38, pp. 97-105.

18. Ulichev, O. and Meleshko, Y. (2018), “Prohramne modeliuvannia poshyrennia informatsiino-psykholohichnykh vplyviv u virtualnykh sotsialnykh merezhakh” [Program modeling dissemination of information-psychological influences in virtual social networks], *Advanced Information Systems*, Vol. 2, No. 2, pp. 35-39. <https://doi.org/10.20998/2522-9052.2018.2.06>.

Надійшла до редколегії 5.02.2019

Схвалена до друку 19.02.2019

Відомості про авторів:

Певцов Геннадій Володимирович

доктор технічних наук професор
заступник начальника Харківського національного
університету Повітряних Сил ім. І. Кожедуба
з наукової роботи,
Харків, Україна
<https://orcid.org/0000-0002-0426-6768>

Залкін Сергій Володимирович

кандидат військових наук старший науковий співробітник
провідний науковий співробітник
Харківського національного університету
Повітряних Сил ім. І. Кожедуба,
Харків, Україна
<https://orcid.org/0000-0002-0518-4414>

Сідченко Сергій Олександрович

кандидат технічних наук старший науковий співробітник
начальник науково-дослідної лабораторії
Харківського національного університету
Повітряних Сил ім. І. Кожедуба,
Харків, Україна
<https://orcid.org/0000-0002-1319-6263>

Хударковський Костянтин Ігорович

кандидат технічних наук доцент
старший науковий співробітник
старший науковий співробітник Харківського
національного університету Повітряних Сил
ім. І. Кожедуба,
Харків, Україна
<https://orcid.org/0000-0002-9508-9014>

Information about the authors:

Hennadii Pievtsov

Doctor of Technical Sciences Professor
Deputy Commandant of Ivan Kozhedub
Kharkiv National Air Force University in
charge of Research and Scientific work,
Kharkiv, Ukraine
<https://orcid.org/0000-0002-0426-6768>

Sergii Zalkin

Candidate of Military Sciences Senior
Research Lead Researcher
of Ivan Kozhedub Kharkiv National
Air Force University,
Kharkiv, Ukraine
<https://orcid.org/0000-0002-0518-4414>

Sergii Sidchenko

Candidate of Technical Sciences Senior
Research Chief of Research Laboratory
of Ivan Kozhedub Kharkiv National
Air Force University,
Kharkiv, Ukraine
<https://orcid.org/0000-0002-1319-6263>

Konstantin Khudarkovskij

Candidate of Technical Sciences
Associate Professor
Senior Research
Senior Research Associate of Ivan Kozhedub
Kharkiv National Air Force University,
Kharkiv, Ukraine
<https://orcid.org/0000-0002-9508-9014>

**МЕТОДИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ФОРМИРОВАНИЮ СЦЕНАРИЯ
ПРОВЕДЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ
НА ЛИЦ, КОТОРЫЕ ПРИНИМАЮТ РЕШЕНИЕ**

Г.В. Певцов, С.В. Залкин, С.А. Сидченко, К.И. Хударковский

В статье представлен методический подход к формированию сценария проведения информационно-психологического воздействия на лиц, которые принимают решение, в котором определены основные этапы, мероприятия, которые осуществляются на каждом из этапов, а также методы, способы и приемы реализации определенных мероприятий. Предложена обобщенная модель информационно-психологического воздействия на лиц, которые принимают решение, и на основе этой модели разработана схема сценария проведения информационно-психологического воздействия на данные объекты влияния.

Ключевые слова: *информационно-психологическое воздействие, информационно-психологическая операция, объект информационно-психологического воздействия, сценарий информационно-психологического воздействия.*

**METHODOLOGICAL APPROACH TO FORMATION OF THE SCENARIO
REALIZATION INFORMATION AND PSYCHOLOGICAL INFLUENCE
ON THE PERSON WHO MAKE A DECISION**

H. Pievtsov, S. Zalkin, S. Sidchenko, K. Khudarkovskij

The article presents a methodical approach to the formation of a script of informational and psychological impact on decision makers, which defines the main stages of carrying out informational and psychological influence, the measures taken at each of the stages, as well as methods, methods and techniques of implementation. certain measures. The first stage of informational and psychological influence is sub-coaching and involves the creation of political and psychological portraits of the object, on which the information and psychological influence will be directed, the model of information and psychological influence will be developed, and on the basis of the formation of the script of such influence. The informational and psychological influence script is displayed in a coordinated plan for its conduct and a set of necessary combat and reference documents. When designing an informational and psychological influence script, basic and additional measures are taken into account, the forms, methods and techniques of implementation are determined based on the characteristics of the particular object to which the impact is directed. The second stage of information and psychological influence involves the choice or creation of an informational drive and the deduction of the object of influence from the state of psychological balance on the basis of the political and psychological portraits of the individual. The third stage is the main one, within which the information drive is promoted and the planned measures of informational and psychological influence are implemented. The fourth stage is dedicated to consolidating the results and provides for the smooth completion of information and psychological impact after achieving the goals set or due to force majeure conditions. In the conditions of a dynamic change in the information environment, the formation of an optimal script of this conduct, which depends on many factors and, first of all, on the quality of its planning, the accuracy of the evaluation of the characteristics of the objects of influence, the possibility of timely monitoring of the course, is crucial to the outcome of the information and psychological impact. implementation of the influence, conformity of the involved forces and means, etc. The methodical approach to the formation of the script of information and psychological impact on decision makers allows to ensure the high quality of implementation of the planned influence. This approach to the formation of the script of information and psychological impact can be extended to other objects (target groups) of influence.

Keywords: *informational and psychological influence, informational psychological operation, object of information and psychological influence, scenario of informational and psychological influence.*