

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

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

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СЦЕНАРІЮ ПРОВЕДЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-ПСИХОЛОГІЧНОГО ВПЛИВУ В ХОДІ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ

У статті представлені основні відмінності при формуванні сценарію проведення інформаційно-психологічного впливу в ході реалізації стратегічних комунікацій, обумовлені необхідністю врахування для всіх складових сценарію інформаційно-психологічного впливу потенційного впливу на неосновні цільові групи та його наслідків. Запропонована узагальнена модель інформаційно-психологічного впливу на основну та потенційні цільові групи в ході реалізації стратегічних комунікацій. Показано, що об'єктами інформаційно-психологічного впливу з боку противника є індивідуальна, групова і масова свідомість. Представлений механізм інформаційно-психологічного впливу, який передбачає послідовне переведення об'єктів впливу (цільової групи) із одного стану до іншого, що забезпечує сприйняття впливу противника.

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

Вступ

Постановка проблеми. У XXI столітті відбулися радикальні зміни в характері міжнародних війн і збройних конфліктів, докорінно змінилися не лише їхні політичні цілі, але й способи і засоби їхнього ведення, навіть у порівнянні із другою половиною XX століття. Метою сучасної війни, її основним результатом стає не держава, територія або ресурси, а нація, її система цінностей і ідентичність.

Багатомірний характер гібридної війни Російської Федерації проти України, який поєднує інформаційний, економічний, фінансовий, дипломатичний і військовий вплив [1–4], потребує об'єднання всього українського суспільства на основі національної ідеї – системи ціннісних установок суспільства, національних пріоритетів, ідей і традицій, в яких виражається самосвідомість народу та задаються цілі особистого і національного розвитку в історичній перспективі. Крім того, створення ефективної системи протидії інформаційно-психологічним впливам (ІПВ) для захисту населення, у тому числі особового складу Збройних Сил та інших структур сектору безпеки і оборони, від технологій деструктивної зміни свідомості особистості стає важливим державним завданням [5–6]. Забезпечити такий захист можливо лише комплексно в рамках системи стратегічних комунікацій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. На сьогоднішній день стратегічні комунікації покладені в основу забезпечення національної безпеки України в цілому та реалізації державних інтересів, зокрема в інформаційній сфері, а до здійснення такого процесу залучені не лише суб'єкти стратегічних комунікацій, а й суб'єкти з інших сфер діяльності [7].

Нові виклики національній безпеці обумовлюють

нагальну необхідність пошуку інструментарію, за допомогою якого стане можливою організація узгодженої взаємодії Міністерства оборони України з іншими військовими формуваннями, державними структурами та суспільством загалом. Дієвим, адекватним та комплексним інструментарієм такої взаємодії виступає система стратегічних комунікацій, яка дає можливість, залишаючись у межах демократичних практик і принципів, організувати ефективну відсіч деструктивним інформаційним кампаніям, які веде агресор [8].

Воєнна доктрина України визначає “стратегічні комунікації” як скоординоване і належне використання комунікативних можливостей держави – публічної дипломатії, зв'язків із громадськістю, військових зв'язків, інформаційних та психологічних операцій (ІПО), заходів, спрямованих на просування цілей держави [9]. Аналогічне визначення стратегічних комунікацій країн НАТО надане в одному з базових документів НАТО “Політика стратегічних комунікацій НАТО” [10–11].

Поняття “стратегічні комунікації” було вперше застосовано В. Вітто (головою цільової групи з поширення інформації Ради з оборонної науки, Пентагон, США) у 2001 р. Відтоді “стратегічні комунікації” як поняття і відповідна діяльність стали складовою доктрини, організаційних структур і операцій НАТО.

Ключовими компонентами процесу реалізації стратегічних комунікацій в НАТО є [11]:

– розуміння владними структурами суспільства його інформування та залучення для просування інтересів і цілей країни через вплив на сприйняття, установки, переконання та поведінку;

– узгодження дій, висловлювань на підтримку політики і планування з метою досягнення стратегічних цілей держави;

– визнання того, що всі операції і види діяльності Альянсу є важливими компонентами процесу комунікації та має передбачувані та непередбачувані наслідки для цільових і нецільових аудиторій;

– визнання того, що стратегічні комунікації є не додатковими діями, а частиною планування та реалізації усіх воєнних операцій і видів діяльності.

Необхідність такого підходу обумовлена тим, що протягом тривалого часу комунікативна діяльність офіційних структур переважно вичерпувалась реакцією на пропаганду противника. Разом з тим, стратегічні комунікації передбачають підхід до побудови відносин на основі врахування національних, культурних і історичних особливостей. У воєнній сфері це означає узгодження заходів у сфері публічної дипломатії, зв'язків із громадськістю та ПСО, що має на меті набуття підтримки і визнання з боку місцевого населення протиборчої сторони, населення власної країни, міжнародної спільноти та інших потенційних цільових груп при здійсненні ІПВ на противника. Тож, до основних завдань стратегічних комунікацій в Україні можуть бути віднесені [12]:

а) у мирний час: вивчення, накопичення та аналіз інформації про потенційні об'єкти ІПВ; здійснення заходів, спрямованих на викриття воєнних, економічних, дипломатичних та політико-ідеологічних приготувань ймовірного противника до агресії; розроблення пропозицій щодо здійснення ІПВ як адекватної відповіді на інформаційну агресію проти України; підготовка і проведення заходів щодо забезпечення позитивного іміджу та створення сприятливого міжнародного політичного іміджу України; планування і проведення інформаційних заходів та спеціальних дій та організація їх всебічного забезпечення; координація заходів щодо проведення наукових досліджень і розроблення технологій у сфері стратегічних комунікацій; організація підготовки кадрів;

б) в особливий період: проведення заходів щодо досягнення інформаційної переваги над противником; руйнування його систем управління; підірив морально-бойового духу армії противника та цільових аудиторій, які його підтримують; створення та поглиблення суперечностей між політичними силами, окремими соціальними верствами, етнічними групами, армією і народом, офіцерським і рядовим складом збройних сил противника та цільових аудиторій, які його підтримують; здійснення заходів з інформаційно-психологічного забезпечення дій власних сил (військ).

Вирішення таких завдань потребує узгодження і чіткої координації зв'язків з громадськістю, у тому числі у воєнній сфері, та планування і проведення ПСО.

Мета статті – виявлення і висвітлення основних особливостей формування сценарію проведення ІПВ в ході реалізації стратегічних комунікацій.

Виклад основного матеріалу

ПСО можуть спрямовуватися проти населення протиборчої сторони або окремих його соціальних груп, представників політичної, фінансово-економічної, наукової, культурної еліти, політичних та/або військових лідерів, релігійних діячів та осіб, відповідальних за прийняття важливих рішень.

При цьому, повинна враховуватися сутність стратегічних комунікацій, яка полягає у тому, що сформульовані для різних цільових аудиторій меседжі не повинні суперечити один одному. З цієї точки зору, планування ПСО набуває нового змісту, оскільки в сценарії її проведення повинна враховуватися значно більша кількість факторів і чинників. Така багатооб'єктність і багатоаспектність, масштабність покриття (ураження) повинна поєднуватися із чітко визначеною спрямованістю і вибірковістю, що вимагає суттєвих змін у формуванні сценарію ІПВ.

Під сценарієм ІПВ розуміється 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 [13].

Основні відмінності при формуванні сценарію ІПВ в ході реалізації стратегічних комунікацій представлені у табл. 1 і стосуються, перш за все, необхідності врахування для всіх складових сценарію ІПВ потенційного впливу на неосновні цільові групи та його наслідків для того впливу, що планується. При цьому, слід зважати, що основна цільова група може знаходитися у тісній взаємодії або у навколишньому оточенні інших потенційних цільових груп. Тож, вихід із звичного стану та/або зміна поведінки (відношення) потенційних цільових груп безпосередньо або опосередковано впливає на цільову групу, що є об'єктом впливу.

Конкретні форми, способи і методи ІПВ плануються з урахуванням п'яти основних властивостей людської свідомості, які роблять людину уразливою для маніпуляцій:

– по-перше, швидко і ефективно людині можна довести лише ту ідею, яка їй вже добре відома;

– по-друге, людина, як правило, підсвідомо прагне бути такою як всі, не виділятися і слідувати за більшістю;

– по-третє, при сприйнятті та оцінці інформації, що поступає, більшість людей більше схильна зважати на емоції, чим на розум і логіку;

– по-четверте, пам'ять людини набагато краще засвоює інформацію, яка багато разів повторюється;

– по-п'яте, людину завжди привертають сенсації.

Таблиця 1

Основні відмінності при формуванні сценарію ІПВ в ході реалізації стратегічних комунікацій

№ з/п	Складові сценарію	Цільові групи	
		основна	інші, кого можуть стосуватись
1	2	3	4
1.	Мета впливу	конкретна, спрямована на зміну поведінки об'єкта впливу (цільової групи)	така, що може бути сприйнята іншими потенційними об'єктами впливу, не суперечить основній, може впливати на відношення до досягнення основної мети
2.	Завдання впливу	безпосередньо стосуються об'єкта впливу (цільової групи)	забезпечують підтримку виконання завдань, спрямованих на основний об'єкт впливу (основну цільову групу)
3.	Методи впливу	безпосереднього впливу	опосередкованого впливу
4.	Інформаційний привід	конкретний для об'єкта впливу (цільової групи)	супутні, такі, що використовують і розкручують конкретний інформаційний привід, інколи штучно створені
5.	Канали впливу	найбільш ефективні для досягнення об'єкта впливу (цільової групи)	всі, які доступні для потенційних об'єктів впливу (цільових груп)
6.	Місця здійснення впливу	найбільш ефективні для досягнення об'єкта впливу (цільової групи)	всі, які доступні для потенційних об'єктів впливу (цільових груп)
7.	Найбільш сприятливий час для здійснення ІПВ	підібраний для конкретного об'єкта впливу (цільової групи)	будь-який за наявності доступного каналу впливу
8.	Сили та засоби впливу	найбільш ефективні для досягнення конкретного об'єкта впливу (цільової групи)	додаткові, які можуть бути використані для потенційних об'єктів впливу (цільових груп)
9.	Бажаний стан об'єкту впливу (цільової групи)	зміна поведінки об'єкта впливу (цільової групи) у напрямку, бажаному для розробника сценарію	враховуються ймовірні наслідки впливу, можлива підтримка дій сторони, що проводить ІПВ, з боку потенційних об'єктів впливу (цільових груп)
10.	Ознаки прояву впливу	прояви зміни поведінки об'єкта впливу (цільової групи)	вихід із звичного стану, прояви підтримки дій сторони, що проводить ІПВ, можлива участь у певних акціях
11.	Заходи протидії впливу	жорстка цензура у засобах масової інформації (ЗМІ); їх заборона та відключення; обмеження Інтернету; використання сил безпеки; арешти	слабо організовані внаслідок складності виявлення спрямованості впливу
12.	Методи підсилення впливу	ефект первинності	використання медіаторів; розповсюдження чуток; проведення символічних акцій

Особлива увага повинна приділятися складанню соціально-психологічних портретів цільових аудиторій впливу та психологічних профілів окремих фізичних осіб – об'єктів потенційного нападу. Для цього використовуються дані соціологічних опитувань, статистичні дані, вивчається менталітет, панівні стереотипи, традиції і забобони. Про осіб, відповідальних за прийняття рішень, збираються та аналізуються біографічні дані, складаються психологічні портрети, вивчаються їх схильності та звички. Також визначаються модель поведінки, спосіб прийняття рішень, вивчається оточення.

Виходячи з властивостей людської свідомості, обираються відповідні методи і прийоми впливу. До найбільш розповсюджених прийомів ІПВ відносять три групи [13]: психологічний тиск; непомітне проникнення у свідомість; приховане порушення і перекручування законів логіки.

Узагальнена модель ІПВ на основну та потенційні цільові групи в ході реалізації стратегічних комунікацій

представлена на рис. 1. Об'єктами ІПВ з боку противника є індивідуальна, групова і масова свідомість. Оскільки, для будь-якої особистості головними системоутворюючими рисами є цілісність (тенденція до стійкості) та розвиток (тенденція до зміни), то у випадку руйнування або зміни цих рис особистість припиняє своє існування як соціальний суб'єкт [14]. Це означає, що будь-який ІПВ на особистість має оцінюватись із позиції збереження чи руйнування її як цілісного, адже він може істотно змінювати індивідуальну, масову свідомість та поведінку великих соціальних груп.

Механізм ІПВ на цільову групу представлений на рис. 2 і передбачає послідовне переведення об'єктів впливу (цільової групи) із одного стану до іншого. Метою є формування пасивного стану індивідуальної і групової свідомості, що забезпечує сприйняття впливу, відключення підсистеми захисту, яка відповідає за критичний аналіз інформації, і, як результат, зміну поведінки об'єктів впливу.

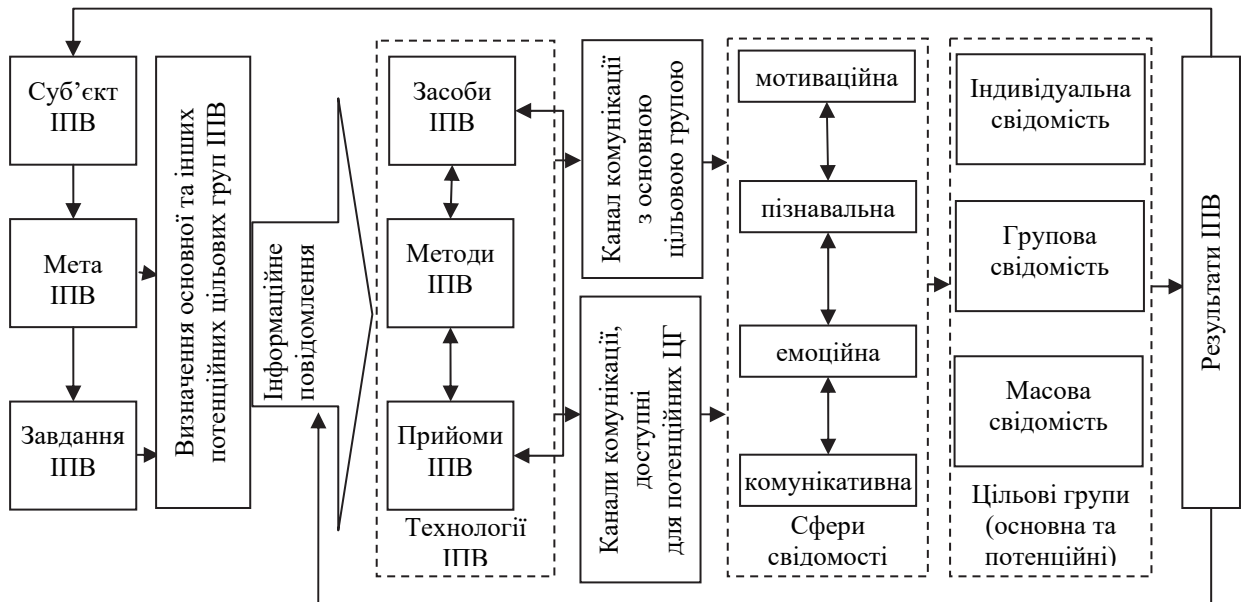


Рис. 1. Узагальнена модель інформаційно-психологічного впливу в ході реалізації стратегічних комунікацій



Рис. 2. Механізм інформаційно-психологічного впливу на цільову групу

Висновки

На сьогоднішній день ефективна протидія інформаційно-психологічним впливам противника для захисту населення, у тому числі особового складу Збройних Сил та інших структур сектору безпеки і оборони, та проведення інформаційно-психологічних операцій можливі в рамках системи стратегічних комунікацій. Тому цікавим є досвід країн-членів НАТО, який свідчить, що при цьому повинна враховуватись сутність стратегічних комунікацій, яка полягає у тому, що сформульовані для різних цільових аудиторій меседжі не повинні суперечити один одному.

Реалізувати це можливо при формуванні сценарію проведення ІПВ на основі врахування для всіх його складових потенційного впливу на неосновні цільові групи та його наслідків. Запропонована узагальнена модель ІПВ на основну та потенційні цільові групи в ході реалізації стратегічних комунікацій, яка відображає технології ІПВ, сфери людської свідомості та об'єкти ІПВ з боку противника, якими виступають індивідуальна, групова і масова свідомість. Представлений механізм ІПВ, який передбачає послідовне переведення об'єктів впливу (цільової групи) із одного стану до іншого, що забезпечує сприйняття впливу.

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. 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.
4. Сайт IIFORMNAPALM.ORG. Россия ведет ГИБРИДНУЮ войну ГИБРИДНОЙ армией // InformNapalm. – 04.03.2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://informnapalm.org/6631-gibridnaja-vojna-armija/>.
5. 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. – Вип. 1(14). – С. 37-39.
6. 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.
7. Кушнір О.В. Поняття та сутність стратегічних комунікацій у сучасному українському державотворенні [Електронний ресурс] / Ольга Василівна Кушнір. – 2015. – Режим доступу: <http://goal-int.org/ponyattya-ta-sutnist-strategichnix-komunikacii-u-suchasnomu-ukrainskomu-derzhavotvorenni/>.
8. Наказ Міністерства оборони України від 22.11.2017 № 612 “Про затвердження Концепції стратегічних комунікацій Міністерства оборони України та Збройних Сил України” [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0612322-17>.
9. Указ Президента України № 555/2015 “Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 2 вересня 2015 року “Про нову редакцію Воєнної доктрини України” [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.president.gov.ua/documents/5552015-19443>.
10. NATO Strategic Communications Policy (SG(2009)0794). – 14 September 2009. – 7 p. [Electronic resource]. – Available at: <http://info.publicintelligence.net/NATO-STRATCOM-Policy.pdf>.
11. Баровська А.В. Стратегічні комунікації: досвід НАТО / А.В. Баровська // Стратегічні пріоритети. – 2015. – № 1(34). – С. 147-152.
12. Проект Указу Президента України “Про затвердження Концепції розвитку Стратегічних комунікацій сектору безпеки і оборони” [Електронний ресурс]. – 2015. – Режим доступу: <http://goal-int.org/proekt-ukazu-prezidenta-ukraini-pro-zatverdzhennya-koncepcii-rozvitku-strategichnix-komunikacii-sektoru-bezpeki-i-oboroni-proekt/>.
13. Інформаційно-психологічна боротьба у воєнній сфері: монографія / Г.В. Певцов, А.М. Гордієнко, С.В. Залкін, С.О. Сідченко, А.О. Феклістов, К.І. Хударковський. – Х.: Вид. Рожко С.Г., 2017. – 276 с.
14. Петрик В.М. Информационно-психологическая безопасность в эпоху глобализации / В.М. Петрик, В.В. Остроухов, А.А. Штоквиш и др.; под ред. В. В. Остроухова. – К.: КНТ, 2008. – 544 с.

References

1. Horbulin, V.P. (2015), “Hibrydna viina” yak ključovyj instrument rosijskoj 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], available at: www.bintel.com.ua/uk/article/gibrid-war/ (accessed 24.11.2014).
3. 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.
4. Site IIFORMNAPALM.ORG (2015), “Rossiya vedet ГИБРИДНУЮ войну ГИБРИДНОЙ армией” [Russia leads the HYBRID war by the HYBRID army], available at: www.informnapalm.org/6631-gibridnaja-vojna-armija/ (accessed 04.03.2015).

5. Pievtsov, H.V., Zalkin, S.V., Sidchenko, S.O., Khudarkovskyi, K.I., Feklistov, A.O. and Antonov, A.V. (2014), "Osnovni 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.

6. Pievtsov, H.V., Hordiienko, A.M., Zalkin, S.V., Sidchenko, S.O., Feklistov, A.O. and Khudarkovskyi, K.I. (2016), "Metodyka otsiniuvannia efektyvnosti vykonannya zakhodiv protydiv 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.

7. Kushnir, O.V. (2015), "Poniattia ta sutnist stratehichnykh komunikatsii u suchasnomu ukrainskomu derzhavotvorenni" [The concept and essence of strategic communications in the modern Ukrainian state], available at: www.goal-int.org/ponyattya-ta-sutnist-strategichnix-komunikacii-u-suchasnomu-ukrainskomu-derzhavotvorenni/.

8. The Order of the Ministry of Defense of Ukraine (2017), "Pro zatverdzhennia Kontseptsii stratehichnykh komunikatsii Ministerstva oborony Ukrainy ta Zbroinykh Syl Ukrainy No. 612" [On Approval of the Concept of Strategic Communications of the Ministry of Defense of Ukraine and the Armed Forces of Ukraine No. 612], available at: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0612322-17> (accessed 22.11.2017).

9. Decree of the President of Ukraine (2015), "Pro rishennia Rady natsionalnoi bezpeky i oborony Ukrainy vid 2 veresnia 2015 roku "Pro novu redaktsiiu Voiennoi doktryny Ukrainy No. 555/2015" [On the decision of the National Security and Defense Council of Ukraine dated September 2, 2015 "On the new edition of the Military Doctrine of Ukraine" No. 555/2015], available at: www.president.gov.ua/documents/5552015-19443.

10. SG(2009)0794 (2009), *NATO Strategic Communications Policy*, available at: www.info.publicintelligence.net/NATO-STRATCOM-Policy.pdf (accessed 14.09.2009).

11. Barovska, A.V. (2015), "Stratehichni komunikatsii: dosvid NATO" [Strategic Communications: NATO Experience], *Strategic priorities*, No. 1(34), pp. 147-152.

12. Draft Decree of the President of Ukraine (2015), "Pro zatverdzhennia Kontseptsii rozvytku Stratehichnykh komunikatsii sektoru bezpeky i oborony" [On Approval of the Concept of Development of Strategic Communications of the Security and Defense Sector], available at: www.goal-int.org/proekt-ukazu-prezidenta-ukraini-pro-zatverdzhennya-koncepcii-rozvytku-strategichnix-komunikacii-sektoru-bezpeki-i-oboroni-proekt/.

13. Pievtsov, H.V., Hordiienko, A.M., Zalkin, S.V., Sidchenko, S.O., Feklistov, A.O. and Khudarkovskyi, K.I. (2017), "Informatsiino-psykholohichna borotba u voienii sferi" [The information and psychological struggle in the military sphere], Rozhko S.H., Kharkiv, 276 p.

14. Petrik, V.M., Ostrouhov, V.V. and Shtokvish, A.A. (2008), "Informatsionno-psiologicheskaya bezopasnost v epohu globalizatsii" [Information and psychological security in the era of globalization], Vydavnytstvo KNT, Kyiv, 544 p.

Надійшла до редколегії 15.05.2019

Схвалена до друку 20.08.2019

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>

Information about the authors:

Hennadii Pievtsov

Doctor of Technical Sciences Professor
Deputy Head of Ivan Kozhedub
Kharkiv National Air Force University
in Science,
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>

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>

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>

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ СЦЕНАРИЯ ПРОВЕДЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ В ХОДЕ РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИЧЕСКИХ КОММУНИКАЦИЙ

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

В статье представлены основные отличия при формировании сценария проведения информационно-психологического воздействия в ходе реализации стратегических коммуникаций, обусловленные необходимостью учета для всех составляющих сценария информационно-психологического воздействия потенциального влияния на неосновные целевые группы и его последствий. Предложена обобщенная модель информационно-психологического воздействия на основную и потенциальные целевые группы в ходе реализации стратегических коммуникаций. Показано, что объектами информационно-психологического воздействия со стороны противника является индивидуальное, групповое и массовое сознание. Представлен механизм информационно-психологического воздействия, которое предусматривает последовательное переведение объектов влияния (целевой группы) из одного состояния в другое, что обеспечивает восприятие воздействия противника.

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

FEATURES OF FORMATION OF THE SCENARIO OF INFORMATIONAL AND PSYCHOLOGICAL INFLUENCE IN THE REALIZATION OF STRATEGIC COMMUNICATIONS

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

The article reveals and highlights the main features of the formation of the scenario of information and psychological influence during the implementation of strategic communications. The experience of NATO member states in implementing strategic communications in NATO doctrines, organizational structures and operations has been analyzed. It is shown that within the framework of the enemy to protect the personnel of the security and defence forces and the population of Ukraine, conducting information and psychological operations on the personnel and the population of the opposing side.

In terms of planning information and psychological operations in the implementation of strategic communications becomes new content, as in the scenario of its implementation should take into account a much larger number of factors and factors. Such a multifaceted and multidimensional, scale of coverage (defeat) should be combined with a clearly defined orientation and selectivity, which requires significant changes in the formation of the scenario of information and psychological influence. The main differences in the formation of the scenario of information and psychological influence in the implementation of strategic communications are presented. They relate to the need to take into account the consequences for all components of the information and psychological influence scenario on the main and minor target groups.

A generalized model of informational and psychological influence on the main and potential target groups during the implementation of strategic communications is proposed. It is shown that the objects of information and psychological influence on the part of the opponent are individual, group and mass consciousness. The purpose of influence is the formation of a passive state of individual and group consciousness, which provides perception of influence, disabling of the subsystem of protection, which is responsible for critical analysis of information, and, as a result, change the behavior of objects of influence. The presented mechanism of informational and psychological influence, which involves the successive transfer of objects of influence (target group) from one state to another, provides perception of the influence of the enemy is presented.

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