

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЧЕРНІВЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ЮРІЯ ФЕДЬКОВИЧА**

**Факультет історії, політології та міжнародних відносин
кафедра міжнародних відносин та суспільних комунікацій**

**ПРОТИДІЯ НЕГАТИВНИМ ПРОЯВАМ РОСІЙСЬКОЇ
ПРОПАГАНДИ ТА ДЕЗІНФОРМАЦІЇ В ЄВРОПЕЙСЬКОМУ СОЮЗІ
Кваліфікаційна робота
Рівень вищої освіти – другий (магістерський)**

Виконав:

студент 6 курсу, 604 групи
Цисар Микита Сергійович

Керівник:

кандидатка політичних наук,
доцентка **Макух-Федоркова І.І.**

Рецензент:

кандидат політичних наук,
Цікул І. В.

*До захисту допущено
на засіданні кафедри
протокол № _____ від _____ 2024 р.
Зав. кафедрою _____ проф. Макар В.Ю.*

Чернівці – 2024

Анотація

У кваліфікаційній роботі розкриваються засоби протидії негативним проявам пропаганди та дезінформації в Європейському союзі. Розкрито теоретико-методологічні аспекти дослідження підходів до визначення пропаганди та дезінформації. Досліджено стратегії та інструменти російської пропаганди в ЄС, зокрема геополітичні цілі, основні сценарії та теми. Також розглянуті напрямки використання соціальних мереж та онлайн-ресурсів для поширення пропаганди. Визначені наслідки та засоби протидії російській пропаганді в ЄС.

Ключові слова: дезінформація, пропаганда, громадська думка, протидія пропаганді, наративи російської пропаганди, канали комунікацій, інформаційна війна, неправдива інформація, фейк.

Summary

The qualification work reveals the means of counteracting negative manifestations of propaganda and disinformation in the European Union. The theoretical and methodological aspects of the study of approaches to the definition of propaganda and disinformation are disclosed. The strategies and tools of Russian propaganda in the EU, including geopolitical goals, main scenarios and themes, are studied. Directions for using social networks and online resources to spread propaganda are also considered. The consequences and means of countering Russian propaganda in the EU are defined.

Keywords: disinformation, propaganda, public opinion, countering propaganda, Russian propaganda narratives, communication channels, information war, false information, fake.

Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів наукових досліджень інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

(підпис) Цисар М.С.

ЗМІСТ:

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1	9
ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОПАГАНДИ ТА ДЕЗІНФОРМАЦІЇ	9
1.1. Основні підходи до визначення пропаганди та дезінформації	9
1.2. Теорії впливу пропаганди на свідомість людей.....	18
1.3. Характеристика джерельної бази дослідження	35
Висновки до Розділу I.....	42
РОЗДІЛ 2	45
СТРАТЕГІЇ ТА ІНСТРУМЕНТИ РОСІЙСЬКОЇ ПРОПАГАНДИ В ЄС.....	45
2.1 Геополітичні цілі російської пропаганди в Європі	45
2.2 Основні сценарії та теми російської пропаганди в ЄС.....	51
2.3 Використання соціальних мереж та онлайн-ресурсів для поширення пропаганди.....	61
Висновки до розділу II.....	72
РОЗДІЛ 3	74
НАСЛІДКИ ТА ПРОТИДІЯ РОСІЙСЬКІЙ ПРОПАГАНДИ В ЄС	74
3.1. Вплив пропаганди на громадську думку в ЄС	74
3.2 Дії та механізми ЄС з протидії дезінформації.....	84
3.3. Національний досвід протидії російській пропаганді в країнах ЄС ..	96
Висновки до розділу III	102
ВИСНОВКИ	105
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	110
ДОДАТКИ.....	128
SUMMARY.....	135

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. В умовах сучасного світу, де цифрові технології та соціальні медіа відіграють все більш важливу роль у житті суспільства, питання протидії негативним проявам пропаганди та дезінформації набуває особливої актуальності. Через те, що інформаційний простір стає все більш насиченим, можливості для поширення неправдивої інформації зростають. Це сприятливі умови для авторитарних та тоталітарних режимів, щоб посилювати власний внутрішній та зовнішній вплив заради досягнення своїх цілей.

Цифрові технології та соціальні медіа відкривають нові можливості для поширення дезінформації та пропаганди. Вони дозволяють маніпулювати інформацією, створювати фейкові новини та генерувати контент, який відповідає цільовій аудиторії.

Зокрема Російська Федерація на тлі спочатку гібридної війни, а згодом і повномасштабного вторгнення в Україну, використовує колосальні ресурси для вироблення та розповсюдження пропаганди як всередині власної країни, так і в інших країнах.

Інформаційно-пропагандистський вплив Російської Федерації через спеціально створені медіа-структури є доволі багатоцільовим і комплексним. Через те, що російська влада використовувала пропаганду для досягнення своїх політичних цілей ще з часів Радянського Союзу, її дезінформаційні кампанії є витонченими і адаптивними. Кремль застосовує знання та досвід, накопичені за багато років, щоб ефективно впливати на різну аудиторію, враховуючи їхні особливості, потреби та інтереси.

Масштаб та вплив російської пропаганди на країни Європейського Союзу носить безпрецедентний характер. Головною метою цього впливу є дестабілізація політичної ситуації в країнах ЄС, підрив довіри до західних цінностей та інститутів, а також створення позитивного іміджу Росії як альтернативи «Західному світу».

Незважаючи на те, що Європейський Союз з 2014 року прийняв низку

постанов, спрямованих на протидію поширенню російської дезінформації, ця проблема залишається актуальною. Причинами цьому є швидкість поширення дезінформації в цифровому середовищі, значну популярність російських та афілійованих з Російською Федерацією пропагандистських ресурсів та нестача медіаграмотності населення.

Враховуючи ці фактори та безпрецедентність масштабів російських пропагандистських кампаній в Європейському Союзі, постає питання в розробці стратегій для підвищення ефективності протидії негативному впливу пропаганди. Ці стратегії мають відповідати сучасним викликам, які сучасним реаліям та викликам, з якими стикаються країни ЄС.

Об'єктом дослідження є вплив російської пропаганди та дезінформації в Європейському Союзі.

Предметом дослідження є протидія негативним проявам російської пропаганди та дезінформації в Європейському Союзі.

Мета дослідження полягає у дослідженні стратегій та інструментарію російської пропаганди та дезінформації в Європейському союзі.

Досягнення поставленої мети передбачає розв'язання таких завдань:

- охарактеризувати роль соціальних медіа та цифрових технологій на реалізацію сучасних інформаційних-психологічних операцій;
- дослідити стратегії та інструментарій російської пропаганди та дезінформації в ЄС;
- проаналізувати наслідки російської пропаганди та дезінформації в ЄС;
- оцінити ефективність стратегій протидії російській пропаганді та дезінформації в країнах ЄС;
- на основі дослідження запропонувати шляхи вирішення та зробити ґрунтовні висновки.

Хронологічні рамки дослідження охоплюють період з 2014 до 2024 року. Нижньою межею визначено 2014 рік, коли анексія Криму Російською Федерацією та розв'язання військових дій на сході України стали каталізатором

масштабних дезінформаційних кампаній, спрямованих як на внутрішню, так і зовнішню аудиторію. Саме з цього моменту російська пропаганда в Європейському Союзі почала набувати нових форм і активності, що потребувало розробки політико-інформаційних заходів у відповідь. Важливим аспектом аналізу є дослідження змін у стратегіях дезінформації та її наслідків для демократичних інститутів ЄС у перші роки після початку гібридної війни.

Верхньою межею обрано 2024 рік, що відповідає сучасному етапу боротьби з інформаційними загрозами, зокрема в контексті повномасштабного вторгнення Росії в Україну у 2022 році. Цей період дозволяє проаналізувати розвиток стратегій протидії дезінформації, включаючи зміни в законодавстві, ініціативи щодо медіаграмотності, а також новітні технології моніторингу інформаційних потоків. Таким чином, дослідження охоплює ключові етапи еволюції російської пропаганди, її вплив на політичну стабільність країн ЄС та ефективність заходів з її нейтралізації.

Методологія дослідження ґрунтується на комплексному використанні проблемно-тематичного методу, що дозволяє аналізувати основні проблеми та теми, пов'язані з російською пропагандою та дезінформацією в Європейському Союзі. Додатково використовується контекстуальний метод, спрямований на врахування історичних, політичних, соціокультурних та економічних контекстів, що впливають на поширення та сприйняття російської інформації. При цьому використовуються також методи аналізу змісту, включаючи кількісний та якісний аналіз медіа-матеріалів, для оцінки обсягів та змісту російської пропаганди в європейських ЗМІ. Комбінування цих методів дозволяє не лише визначити обсяг та основні тенденції впливу російської інформації в ЄС, але і зрозуміти контекст, в якому ці явища виникають, що є ключовим для ефективної протидії негативним наслідкам російської пропаганди в регіоні. Додатково, в даному дослідженні використовується компаративний метод для порівняльного аналізу взаємодії російської пропаганди та дезінформації в різних країнах Європейського Союзу, а також висвітлення окремих новин в авторитетних ЗМІ та афілійованих. Цей метод дозволяє виявити схожі та відмінні аспекти реакції

на російські впливи в різних контекстах, а також з'ясувати ефективність різних стратегій протидії.

Наукова новизна роботи полягає у міждисциплінарному підході до вивчення механізмів російської пропаганди та дезінформації в країнах Європейського Союзу. У дослідженні запропоновано новий підхід до аналізу інформаційних кампаній, який поєднує методи політичної комунікації, аналізу цифрових платформ та вивчення соціальних наративів. Особливістю роботи є виявлення конкретних алгоритмів поширення дезінформації в ЄС через цифрові та традиційні медіа, а також визначення впливу цих кампаній на формування громадської думки в різних країнах Союзу. Запропоновано концептуальну модель оцінки ефективності протидії дезінформації, що враховує соціокультурний контекст та технологічні аспекти.

Практичне значення роботи полягає у розробці конкретних рекомендацій для інституцій ЄС та національних урядів щодо протидії російській дезінформації. Зокрема, дослідження може бути використане для вдосконалення стратегій інформаційної безпеки, створення освітніх програм з медіаграмотності, а також розробки нормативних документів щодо регулювання роботи соціальних медіа. Результати дослідження можуть сприяти покращенню міждержавної співпраці у боротьбі з інформаційними загрозами та впровадженню більш ефективних механізмів моніторингу та нейтралізації дезінформаційних кампаній.

Апробація результатів дослідження

Ключові аспекти та результати дослідження були висвітлені під час таких наукових заходів:

Цисар. М.С. Вплив російської пропаганди на громадську думку в Європейському Союзі: сучасні виклики // XVII Міжнародна науково-практична конференція студентів та молодих вчених «Актуальні проблеми міждержавних відносин». Чернівці, 30 листопада 2023. С. 295-298 [67].

Структура роботи. Магістерська робота складається зі вступу, трьох розділів, поділених на підрозділи, висновків, списку використаних джерел, який

налічує 170 найменувань. Загальний обсяг роботи становить 138 сторінки, з яких основного тексту – 99 сторінок.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОПАГАНДИ ТА ДЕЗІНФОРМАЦІЇ

1.1. Основні підходи до визначення пропаганди та дезінформації

Проблема шкоди від поширення дезінформації ще більше загострилася в цифровому світі, що призвело до активізації діяльності держав і міжнародних організацій у боротьбі з цим явищем. Триває дискусія щодо термінології та предмету боротьби з дезінформацією. Ця термінологічна дискусія також визначила заходи, яких мають вживати держави для боротьби з фейковими новинами. Однак досі не існує єдиного, всеосяжного визначення дезінформації, що призвело до того, що держави, які прагнуть боротися з поширенням дезінформації, вигадують свої власні інтерпретації.

Дезінформація – це ворог безпеки та продуктивності в інформаційному полі.

Дезінформація — це свідоме розповсюдження спотвореної, завідомо неправдивої та провокативної інформації, яка подається як достовірна, з метою введення в оману громадськості, політичних суперників, конкурентів та інших груп [7]. Розповсюдження хибної або навмисно викривленої інформації через медіа та інші комунікаційні канали є одним із ключових методів введення аудиторії в оману.

Варто підкреслити, що не всяка інформація, яка вводить в оману, є дезінформацією. По-перше, існує так звана помилкова інформація, яка може розповсюджуватися ненавмисно. По-друге, є відомості, що поєднують правдиві та неправдиві елементи і можуть бути свідомо оприлюднені з метою нашкодити певній особі чи групі. Інакше кажучи, у першому випадку йдеться про випадкове розповсюдження неправдивої інформації, а у другому — про навмисне використання «змішаної» інформації для досягнення конкретних цілей. Обидва ці приклади не є дезінформацією у її справжньому розумінні. Отже, критично

важливо чітко визначити поняття і розуміти, що саме слід вважати дезінформацією.

Оскільки поширення дезінформації стало глобальним явищем, обговорення термінології та заходів протидії цьому виклику набули міжнародного масштабу. Сьогодні на міжнародному рівні не існує єдиного, всеосяжного визначення дезінформації, а уряди іноді підходять до цього питання дуже по-різному.

У 2017 році була опублікована Спільна декларація спеціальних доповідачів міжнародних організацій з питань свободи вираження поглядів, фейкових новин, дезінформації та пропаганди, що стала першою міжнародною спробою визначити «дезінформацію» як «твердження, які є явно неправдивими або можуть обґрунтовано вважатися неправдивими» [135].

У дослідженні для Ради Європи Клер Уордл і Хоссейн Даракшан виділяють три типи інформації, які характеризують фейкові новини:

- дезінформація (disinformation) – неправдива інформація, навмисно створена з метою завдати шкоди окремій особі, соціальній групі, організації або країні;

- неправдива інформація (misinformation) – інформація, яка є неправдивою, але створена без цілі завдати шкоди;

- спотворена інформація (malinformation) це правдива інформація, яка використовується для завдання шкоди (наприклад, через оприлюднення приватної інформації або використання людських уподобань, таких як релігія, проти них). Для неточної інформації існує шкала точності: від неправдивих зв'язків (клікбейт-заголовки, що не відповідає змісту статті) до повністю вигаданої інформації [83].

Європейський Союз у своєму Кодексі протидії дезінформації описує її як хибну або оманливу інформацію, що навмисно створюється, розповсюджується або представляється для отримання економічної вигоди чи введення суспільства в оману. Такий контент здатний негативно впливати на громадську думку,

підриваючи демократичні процеси, ухвалення рішень, а також загрожуючи здоров'ю, довкіллю та безпеці громадян ЄС [92].

Це також не охоплює дезінформацію, оманливу рекламу, помилки в репортажах, сатиру, пародію або явно упереджені новини та коментарі з вираженою точкою зору [92].

У своїй доповіді 2021 року, присвяченій «Дезінформації та праву на свободу думки та її вільне вираження», спеціальна доповідачка ООН Ірен Хан висунула ідею розмежування понять «дезінформація» і «неправдива інформація». За її визначенням, дезінформація — це «інформація, свідомо поширювана з метою завдання серйозної соціальної шкоди», тоді як неправдиву інформацію вона пропонує трактувати як «ненавмисне розповсюдження помилкових даних» [88].

Щоб визначити, чи належить певна інформація до дезінформації, необхідно врахувати три ключові аспекти. Перш за все, важливо оцінити тип створеного та поширюваного матеріалу. Далі варто зважити на наміри, мотивацію та цілі тих, хто є його авторами або розповсюджувачами. І, нарешті, слід звернути увагу на спосіб, яким ця інформація передається. Визначення дезінформації, яке подане в «Енциклопедії сучасної України», враховує ці три аспекти, зокрема підкреслюючи, що дезінформація — це процес розповсюдження викривлених або свідомо неправдивих відомостей через засоби масової інформації чи інші канали. [11].

Дезінформація має певні ознаки, зокрема: по-перше – вплив на певну аудиторію через публікацію; по-друге – навмисність (тобто організованість та цілеспрямованість); по-третє – негативні (суспільно небезпечні) наслідки; по-четверте – «неправдива інформація», яку можна перевірити; по-п'яте – імітація, подання як правдивого матеріалу; по-шосте – зв'язок із суспільно значущими подіями, тобто суспільно значуща інформація, яка має чутливу або символічну цінність [8].

Отже, дезінформація – це навмисне спотворення фактів, створення й поширення заздалегідь неправдивих і провокаційних повідомлень, що

торкаються суспільно важливих тем. Такий контент, під виглядом правдивої інформації, спрямований на обман політичних суперників, широкого загалу чи конкурентів. Основна мета цих дій полягає в тому, щоб завдати серйозної шкоди суспільству, підриваючи довіру громадськості до офіційних джерел і створюючи хаос в інформаційному просторі.

Перенесення терміну «дезінформація» з військового контексту до сучасного інформаційного простору є знаковим і показовим. Це особливо важливо у світлі відкритої агресії Росії проти нашої держави. У військовій справі дезінформація виступає оперативним або стратегічним методом приховування. Її суть — у систематичному і цілеспрямованому поширенні неправдивих даних про збройні сили: їхній склад, озброєння, бойові можливості та військові плани. Такий підхід спрямований на введення противника в оману і забезпечення переваги на полі бою [10].

Проблема пропаганди аналізувалася багатьма науковцями. Однак на сьогодні проблема дезінформації та поширення неправдивих новин не вирішена і потребує подальших досліджень.

Дослідники Шевців М. Б. і Гончарук К. А. пропонують вважати першим зафіксованим випадком використання пропаганди преамбулу до Зводу законів Хаммурапі. У преамбулі зазначається, що ці закони були прийняті «для справедливості народу і для захисту слабких від сильних», але погляд на зміст правового кодексу чітко показує, що все навпаки [70, с.119].

Визначити термін «пропаганда» непросто, оскільки існує безліч підходів до трактування цього явища. Пропаганда вивчалася багатьма дослідниками, які зверталися до неї в різні історичні епохи. Змінювались і її значення та відтінки: з плином часу, під впливом суспільних змін, воєн та історичних подій, термін «пропаганда» набував нових конотацій і сенсів.

Термін «пропаганда» походить від латинського слова «propagare», що означає «поширювати». Вперше він набув офіційного значення у 1622 році, коли Папа Григорій XV заснував організацію під назвою *Congregatio de Propaganda Fide*, або Конгрегація з поширення віри [105]. Її місією було розповсюдження

християнської віри у світі та боротьба з поширенням протестантських ідей у Європі. На той час «пропаганда» мала позитивну конотацію і асоціювалася з місіонерською діяльністю та релігійними переконаннями. З плином часу, однак, цей термін набув нових значень, що асоціюються з маніпуляцією, війною та дезінформацією [144].

Протягом століть пропаганда еволюціонувала і посилила свій вплив. Сьогодні це вже складна система, яка активно формується для впливу на суспільну свідомість. Вона особливо широко застосовується тоталітарними та авторитарними режимами, що використовують її для реалізації своїх стратегічних і часто агресивних цілей.

Майкл Спроул описує пропаганду як діяльність великих організацій чи груп, спрямовану на введення суспільства в оману для досягнення власних інтересів. Вона будується на створенні привабливих, але хибних висновків, розроблених так, щоб замаскувати справжні цілі та приховати їхню невідповідність реальності [117].

Історик Алан Нельсон описує пропаганду як свідому і послідовну спробу вплинути на сприйняття та емоції аудиторії. Вона полягає в контролі над передачею однобічної інформації, з метою формування бажаної поведінки у конкретної групи людей [138].

На відміну від звичайного обміну ідеями, пропаганда навмисно зосереджується на досягненні конкретної мети через маніпулятивний підхід. Її творці ретельно обирають факти, аргументи та символи, щоб досягти максимального впливу на аудиторію. Задля цього ключова інформація може бути спотворена, частково замовчана або подана вибірково, щоб відвернути увагу від альтернативних джерел і точок зору. [69].

Слово «пропаганда» має корені в латинському «*proago*», що означає «поширювати», але сьогодні говорити про неї в категоріях «добра» чи «зла» не зовсім коректно. Ключовим є намір, з яким інформація доводиться до широкої аудиторії. Якщо інформація служить для об'єктивного інформування суспільства або популяризації корисних цінностей, таких як здоровий спосіб

життя, це не є пропагандою у класичному розумінні. Пропаганда ж спрямована на прихований вплив, нав'язування певної ідеології або світогляду, часто з маніпулятивною метою. Найсерйозніші наслідки такої діяльності видно в тоталітарних і авторитарних державах — від нацистського режиму в Німеччині та радянської пропаганди до сучасних спроб просування ідей «російського світу».

Важливо визначити, що саме означає пропаганда в структурі інформаційної війни і як цей процес використовується. Тим більше, що існує багато поглядів на це питання. Дехто навіть відрізняє інформаційну війну від пропагандистської. Г. Почепцов у своєму дослідженні зазначає: «В інформаційній війні цільовою аудиторією є індивід (тобто метою є вплив на свідомість індивіда, а не на маси). Тип бажаної реакції аудиторії – раціональний, а трансформація базової моделі світу, викликана інформаційною війною, мінімальна. Іншими словами, інформаційні війни та інформаційні операції змінюють не всю модель світу, а лише її частини. На відміну від них, аудиторією пропагандистської війни є масова свідомість, реакція аудиторії на неї є передусім емоційною, а трансформація моделі світу є максимальною, що може бути пов'язано з тим, що вона має на меті зберегти власну модель світу і зруйнувати модель світу інших» [36].

Пропаганда втратила свою нейтральну конотацію під час Першої світової війни: «Уряди воєнного часу оцінювали громадську думку з точки зору національних інтересів, і за допомогою складних систем засобів масової інформації, таких як дешеві газети, плакати і фільми, люди регулярно піддавалися впливу повідомлень урядових установ, якими вони опинялися під бомбардуванням. Сприйняття пропаганди воєнного часу в поєднанні з цензурою і дезінформацією все частіше використовувалося як психологічна війна проти морального духу ворога» [35, с.72].

Пропаганда є найдавнішою формою політичної комунікації, а також інформаційною війною. Британський дослідник Д.Д. Ліллекер визначив пропаганду як «комунікацію, розроблену соціальною групою з метою впливу на

думки, ставлення та поведінку інших» [22, с. 228]. Це найпоширеніша інтерпретація, але є багато інших. Тим не менш, у загальному розумінні комунікативний компонент є найважливішим у цьому тлумаченні. Пропаганда, згідно з Г. Почепцовом, є «інтенсивним процесом комунікації, спрямованим на зміну поведінки аудиторії, на яку він спрямований» [34, с.168].

Одним з ключових питань, що стосуються пропаганди та її використання в інформаційній війні, є питання про рівень пропагандистської упередженості, яка може мати і має місце в контексті інформаційної війни. Це питання має два аспекти. З одного боку, упереджене використання пропагандистських меседжів об'єктами таких війн, безумовно, можливе, і це неодноразово підтверджувалося, особливо у випадку нинішньої російсько-української інформаційної війни. З іншого боку, це не означає, що пропаганда завжди або майже завжди є брехнею, тотальним маніпулятором громадською думкою та поведінкою загалом або «інструментом», який лише негативно впливає на масову свідомість та громадську думку.

Звичайно, пропаганда не завжди є «брехнею». Вона може варіюватися від правдивих повідомлень, спрямованих на те, щоб сказати правду і заспокоїти маси, до реальних повідомлень, спрямованих на спотворення реальної ситуації і створення негативних уявлень і почуттів про супротивника в інформаційній війні. Іншими словами, слід зазначити, що існують дуже різні погляди на пропагандистське викривлення. Наведемо кілька найбільш контрастних, так би мовити, «крайніх». Наприклад, К. Гацькова, науковий співробітник Інституту дослідження Східної та Південно-Східної Європи, визначає його наступним чином: «Пропаганда – це навмисна публікація викривленої інформації або створення неправдивих історій з метою маніпулювання громадською думкою. Важливо відрізнити пропаганду від однобокого висвітлення подій або звичайних журналістських помилок, які можуть траплятися в будь-якій ситуації, незалежно від ступеня свободи ЗМІ». Пропаганда відрізняється від однобокого висвітлення подій використанням неправдивих історій і навмисним

перекручуванням фактів. У цьому сенсі творці пропаганди зайняті фабрикацією реальності, якої не існує, а не відображенням реальності, яка існує» [5, с. 45].

Соціологічна енциклопедія зазначає, що в першому випадку «пропаганду можна розглядати як поширення, передачу, інтерпретацію певної інформації з урахуванням впливу інформації на формування загальної громадської думки, а також на думку класу, соціальної групи або іншої соціальної спільності».

У другому випадку «пропаганда є цілеспрямованим поширенням в суспільстві правових, політичних, науково-технічних, соціологічних, філософських, медичних, релігійних або інших відомостей із метою сформувати певні переконання і спрямувати діяльність людей в певному напрямку» [54, с.305].

Соціологічна енциклопедія визначає пропаганду як «потік поширення інформації, спрямований на вплив на масову свідомість, громадську думку і поведінку людей, без обов'язкової позитивної чи негативної оцінки». На відміну від звичайної інформаційної комунікації, пропаганда містить не просто нейтральну інформацію, а «пропагандистське повідомлення», яке є не лише інформуванням або оцінкою фактів і думок, але й виконує функцію заклику. Це «заклик до дії», виражений у формі конкретних ціннісних тверджень, що мають на меті переконати людей або змінити їхню думку з певного питання [32, с.197].

Пропагандистське повідомлення в найпростішій і доступній формі включає три основні компоненти: конкретне «повідомлення» або інформацію, далі йде «оцінка», і завершується воно «закликом». Такі заклики, як правило, спрямовані на об'єднання людей навколо певної ідеї або підходу до вирішення проблеми. Зазвичай у них є чітка вказівка на очікувані дії від аудиторії, до якої звернене повідомлення. Водночас не всі пропагандистські повідомлення мають цей елемент, і конкретних закликів до дії може не бути [55]. Таким чином, навіть прості інформаційні повідомлення можуть мати пропагандистський ефект, якщо надана інформація певним чином «оброблена» для досягнення пропагандистського ефекту. У більшості випадків такі повідомлення використовуються під час пропаганди.

Тому цілком можна погодитися з думкою В. Полторака: «Відмінність пропаганди від інших процесів інформаційної комунікації полягає в інтерпретаційному та емоційно забарвленому характері інформації, що міститься в інформаційному повідомленні» [55, с. 202].

Аналіз сутності та особливостей використання пропаганди показав, що її форми і методи настільки різноманітні, що їх можна класифікувати за типами, характерними для конкретного ідеологічного режиму.

Пропаганду можна класифікувати за кількома критеріями. Один з них — **рівень правдивості інформації**, який може включати три рівні: достовірна інформація, частково викривлена та відверта брехня. Достовірна інформація є правдивою, але подається так, щоб створити в аудиторії потрібне враження. Частково викривлена інформація включає вирвані з контексту цитати або вигадані деталі, що підсилюють потрібний для пропаганди акцент. Відверта брехня — це повністю сфабрикована інформація, яка, попри абсурдність, викликає бажану реакцію в аудиторії.

Ще один підхід — **етапи впливу пропаганди**. Підготовчий етап формує сприятливі умови для поширення ідей, вивчаючи суспільні настрої та визначаючи рівень довіри до певних наративів. На активному етапі пропаганда спрямована на стимулювання дій, заохочення масової підтримки або навіть залякування. Завершує цей процес етап приховування слідів, коли скоєні злочини чи інші негативні дії режиму замовчуються або заперечуються.

За сферами поширення пропаганда поділяється на культурну, інформаційну, політичну та особисту. Культурна пропаганда впливає на суспільство через мистецтво і культурні символи, в той час як інформаційна використовує засоби масової інформації, часто вдаючись до дезінформації. Політична пропаганда орієнтована на просування конкретних політичних ідей та підтримку влади, а особиста — через приватні канали комунікації, такі як соціальні мережі чи месенджери, впливає безпосередньо на індивідуальне сприйняття.

Щодо **цільової аудиторії**, пропаганда може бути внутрішньою або зовнішньою. Внутрішня орієнтована на громадян усередині країни й використовує тактику ізоляції, залякування та нав'язування єдиної правильної точки зору. Зовнішня пропаганда більш поміркована й орієнтована на аудиторію за межами країни, прагнучи сформувати позитивний образ режиму на міжнародному рівні.

Цей перелік не є вичерпним, оскільки інструменти та методи пропаганди постійно розвиваються та адаптуються до нових умов і викликів сучасного інформаційного середовища.

Таким чином, необхідно створити єдину стратегію розуміння дезінформації як поняття, так і змісту. Це потрібно зробити на міжнародному рівні, оскільки інформація не має кордонів і впливає не лише на окремих людей, але й на цілі держави та світу в цілому.

Пропаганда відрізняється рядом специфічних особливостей. По-перше, вона здатна глибоко впливати на масову свідомість та формувати громадську думку. По-друге, застосовуються різні методи політичної пропаганди, розроблені як в Україні, так і за її межами, які відіграють важливу роль у процесах інформаційної війни.

Саме тому наступним етапом дослідження є розгляд теорій впливу пропаганди на свідомість людини.

1.2. Теорії впливу пропаганди на свідомість людей

Сьогодні маніпулювання масовою свідомістю перетворилося на глобальну соціально-політичну реальність, що проникає в усі аспекти життя суспільства. Сучасна людина постійно піддається впливу потужних потоків інформації, які відрізняються за змістом, обсягом та інтенсивністю. Контроль над цими інформаційними потоками стає ключовим фактором, який впливає на розвиток суспільно-політичних подій. Засоби масової інформації при цьому виступають не лише як канали передачі даних, але й як активні інструменти, що формують у людей певне сприйняття реальності.

Вплив на людей через сучасні інформаційні засоби і технології, зокрема їхній психологічний тиск на свідомість, є предметом дослідження багатьох наукових напрямів. Цю тему вивчають через призму філософії, соціології, політології та психології. Крім того, вона аналізується в рамках теорій масової комунікації, а також у дослідженнях, присвячених журналістиці, пропаганді, рекламі, маркетингу та соціальній інженерії.

У сучасних медіа-технологіях однією з ключових форм впливу на громадську думку є «маніпуляція». Сьогодні це поняття трактується по-різному, охоплюючи широкий спектр впливів на сприйняття інформації. Термін «маніпуляція» походить від французького слова *manipulation*, що первинно означає «робота руками» або виконання складних дій за допомогою рук, і має латинські корені — *manipulus* (жменя) та *manus* (рука). В сучасному контексті слово набуло переносного значення, позначаючи прихований психологічний вплив, що змушує людей змінювати погляди або дії відповідно до інтересів маніпулятора.

У словниках європейських мов, таких як *Oxford English Dictionary*, слово «маніпуляція» спочатку означає дії, виконані руками або з використанням ручної майстерності — наприклад, управління приладами чи проведення медичних процедур. У ширшому розумінні термін набув значення прихованого впливу на людей, коли вони стають об'єктами контролю, використовуваними в інтересах маніпулятора.

Поняття маніпуляції має два основні тлумачення: буквальне та переносне. Наразі найбільш поширеним є переносне значення, яке розуміється як прихований психологічний вплив на людей. Це поняття охоплює цілий набір методів, спрямованих на прихований соціально-психологічний вплив, що змушує людей змінювати свої думки і поведінку, часто всупереч їхнім інтересам.

Сучасні науковці описують маніпулювання громадською думкою як прихований і цілеспрямований вплив, який «налаштовує» установки, настрої та бажання людей. Метою такої маніпуляції є підштовхування громадськості до

певних дій або реакцій, що відповідають інтересам маніпулятора, а не самого суспільства.

Маніпулювання громадською думкою зазвичай здійснюють різні суб'єкти, серед яких виділяються певні групи (уряди, державні установи, політичні партії) або впливові особи (лідери партій, релігійні діячі, керівники великих бізнес-структур тощо). Цей процес проводиться настільки вміло, що у багатьох людей формуються потреби, бажання та цілі, які часто не відповідають їхнім справжнім потребам і прагненням.

Більше того, в результаті такої маніпуляції люди починають поводитися відповідно до планів маніпулятора (наприклад, мітингувати, проявляти непокору або, навпаки, дисциплінуватися, йти на компроміс тощо).

Сучасні засоби масової інформації є одним із найсильніших засобів впливу на суспільну свідомість. Щоб викликати у людей певні думки, емоції чи поведінкові реакції, необхідно створити враження реальності, яка здається достовірною. Таке формування колективної уявної дійсності для широкої аудиторії здатні забезпечити лише медіа. Цей процес, відомий як медіаконструювання, полягає у формуванні соціальної реальності за допомогою інформаційного впливу, основою якого є медіаманіпуляція — цілеспрямований вплив через засоби масової інформації.

У медіа-маніпуляції завжди є активні та пасивні учасники: ініціатори, які впливають, і ті, на кого цей вплив спрямований. Українська дослідниця Л. Зайко розглядає поняття маніпулювання свідомістю громадян через суб'єкт-об'єктні відносини між медіа і масовою аудиторією. Вона пояснює це як процес, у якому медіа (суб'єкт) впливають на аудиторію (об'єкт) із метою змінити її свідомість у напрямі, що вигідний власникам ЗМІ або тим, хто замовив певний інформаційний контент [13].

Вона ґрунтується на нав'язуванні певних світоглядних норм, створенні образів героїв як прикладів для наслідування, розрізненні прийнятних і неприйнятних дій, а також формуванні інформаційного порядку денного, який відповідає інтересам маніпулятора.

Можна виділити кілька ключових підходів до маніпулятивного опрацювання інформації.

Перший — **узагальнення**, яке полягає в категоризації нових фактів та їх віднесенні до певних типів, вигідних маніпулятору. Це відбувається через порівняння з подібними фактами, які вже були представлені в медіа раніше.

Другий — **видалення**, що охоплює замовчування, ігнорування, цензуру або повне усунення повідомлень, які можуть негативно вплинути на маніпулятора чи його інтереси.

Третій підхід — **викривлення**, коли маніпулятор адаптує існуючу «картину світу», використовуючи суспільні погляди, стереотипи та цінності для створення бажаного ефекту.

Сучасні медіа є арсеналом маніпулятивних методик. У широкому сенсі термін «технологія» (від грец. *τεχνή* — майстерність, уміння, і *λόγος* — слово, наука, знання) розуміється як практичне застосування наукових знань для досягнення конкретних цілей.

Науковці виділяють медіатехнології як окремий вид технологій серед інших, таких як виробничі, інформаційно-комунікаційні та соціально-гуманітарні. Медіатехнології мають значний вплив на громадську свідомість, формуючи погляди, переконання та поведінкові моделі. Ці системи комунікації проникають у всі аспекти суспільного життя, направляючи й коригуючи суспільні настрої, що зрештою відображається на свідомості та повсякденній діяльності людей. Медіатехнології стали не лише каналом інформаційного обміну, а й потужним засобом соціального впливу та регулювання громадської думки [46].

Хоча існують різні теорії маніпуляцій, які використовуються для створення викривленої інформаційної реальності, тут варто зосередитися на теоріях впливу пропаганди на свідомість людей.

Наприкінці XIX століття Європа зазнала стрімкого розвитку індустріалізації, що сприяло появі масового суспільства. Це значно пришвидшило процеси, пов'язані з формуванням і поширенням пропаганди

[105]. З появою нових засобів масової комунікації, таких як газети, радіо, телебачення та кіно, ідеї та світоглядні позиції почали поширюватися серед широких мас із небаченою швидкістю. Ці медіа створили потужні канали, що зробили комунікацію оперативною й доступною для значної аудиторії, дозволивши державним структурам та політичним силам активно формувати суспільну думку та настрої. Інформаційні технології стали центральними у цьому процесі, особливо в часи суспільних криз. Наприклад, під час Громадянської війни в США (1860–1865 рр.) медіа використовувалися як засіб пропаганди для підтримки морального духу. Газети часто публікували викривлені повідомлення про хід боїв, щоб не допустити паніки в тилу. У початкових репортажах про битву при Булл-Рані її описували як перемогу Півночі, попри те що це була тяжка поразка. Пропагандистські методи застосовувалися обома сторонами конфлікту, часто включаючи публікацію вигаданих ілюстрацій та інших матеріалів для впливу на громадськість. [105]. Соціолог Малкольм Віллі, досліджуючи історію та розвиток пропаганди, зазначав, що її варто розглядати як специфічний вид масової комунікації, незалежно від того, як саме вона визначається. [166].

Під час Першої світової війни великі держави широко використовували пропаганду, що призвело до революційних змін у підходах до її вивчення, підтвердивши її силу як інструменту масового впливу. Плакати стали важливим засобом, спрямованим на мобілізацію суспільства та посилення підтримки воєнних зусиль. Пропагандистські кампанії також були орієнтовані на зміцнення бойового духу солдатів: кожна воююча сторона намагалася донести «свою істину», щоб вселити впевненість у перемозі. Для цього активно використовувалися друковані матеріали — листівки, журнали, книги, в яких ворога представляли жорстоким і безжальним. Після війни слово «пропаганда» почало сприйматися в негативному світлі, стало звичним у вжитку й об'єктом глибокого аналізу в дослідницьких колах.

Під час Другої світової війни пропаганда досягла безпрецедентних масштабів, особливо активно її використовували такі країни, як Німеччина,

СРСР, США та Велика Британія. Як приклад можна навести кіноіндустрію США, яка стала потужним засобом підтримки бойового духу. Голлівуд створював фільми, спрямовані на зміцнення морального духу як серед американців вдома, так і для військових і союзників за кордоном [111].

Під час Холодної війни пропаганда стала ключовим інструментом у глобальному протистоянні. Як США, так і Радянський Союз активно використовували її для просування своїх ідеологій та геополітичних інтересів. Для США пропаганда слугувала засобом формування образу країни як морального й політичного лідера, а в Радянському Союзі вона мала на меті утвердження ідей комунізму та створення образу зовнішнього ворога. Найбільш потужним каналом поширення пропагандистських меседжів стало радіо.

Після завершення Холодної війни вплив пропаганди лише посилювався, адаптуючись до нових технологій. Із розвитком інтернету, соціальних мереж та засобів масової інформації з'явилися нові підходи, що дозволяють миттєво поширювати інформацію на глобальному рівні. Пропаганда стала важливим елементом політичних процесів і міжнародних відносин у XXI столітті, адже сучасні технології значно прискорили передачу меседжів від джерела до аудиторії, підсилюючи їхній вплив.

Серед класичних теорій варто згадати роботи таких науковців, як Г. Лассуелл і У. Ліппман, а також концептуальні підходи Ж. Еллюля та Л. Дуба. Значний внесок у вивчення пропаганди зробили й сучасні дослідники, включаючи Ентоні Пратканіса, Елліота Аронсона та Лео Богарта, які поглибили розуміння її методів і механізмів.

У 1922 році американський соціолог і журналіст Волтер Ліппман опублікував книгу «*Public Opinion*», де виклав своє бачення пропаганди. Для нього пропаганда полягала в маніпуляції стереотипами, що впливають на громадську свідомість, змінюючи уявлення та переконання суспільства [165].

Ліппман зазначав, що люди не мають цілісного розуміння реального світу, оскільки їхнє сприйняття обмежується власним досвідом та знаннями. Він підкреслював, що суспільство отримує уявлення про навколишнє середовище

опосередковано, а люди керуються сформованими стереотипами у своєму мисленні. На думку Ліппмана, ці стереотипи виникають під впливом інформації, зокрема через засоби масової інформації. Такі стереотипи можуть формуватися навмисно, за допомогою маніпуляцій, що є однією з форм пропаганди [165].

Ліппман дійшов висновку, що в сучасному суспільстві формування громадської думки неможливе без використання пропаганди. Він також вважав, що пропаганда може бути корисним інструментом для політичного процесу і позитивних змін у суспільстві, але застерігав про її небезпеку, якщо вона служить лише інтересам політичних еліт [165].

У своїй праці 1927 року *«Теорія політичної пропаганди»* Г. Лассуел описує пропаганду як процес «керування колективними установками через маніпуляцію значущими символами». Він підкреслює, що такі символи мають визначений сенс для певної групи і виконують емоційну та пропагандистську роль у суспільстві. [125]. Аналізуючи пропаганду, Лассуел приділяв особливу увагу тому, як пропагандистські повідомлення передаються від джерела до аудиторії та який вплив вони мають на свідомість і поведінку. На його думку, пропаганда може приносити як користь, так і шкоду, залежно від того, як і з якою метою вона використовується.

Жак Елюль вважав, що вплив пропаганди в сучасних технологічних суспільствах має схожі результати, незалежно від того, хто її застосовує — чи то нацистські режими, чи комуністичні партії, чи демократичні уряди. Він пов'язував розповсюдження пропаганди з розвитком «масового суспільства» і вважав її незамінним інструментом для такого суспільства. Пропаганда, на його думку, виконує функцію залучення громадян до важливих суспільних і політичних подій, таких як вибори або державні святкування, тим самим сприяючи їхній інтеграції у спільне соціальне середовище [118]. Елюль наголошував, що пропаганда не відокремлюється від моральних аспектів, оскільки використовує як правду, так і напівправду чи обмежену правду. Він вважав, що пропаганда не може діяти як «активна сила проти пасивної аудиторії», оскільки для її успіху необхідна внутрішня потреба в ній серед

людей. Інакше пропаганда не здатна впливати на тих, хто не бажає або не готовий прийняти її ідеї. [118].

У 1948 році дослідник Леонард В. Дуб охарактеризував пропаганду як «зусилля, спрямоване на вплив на особистість і контроль над поведінкою людей для досягнення цілей, які суспільство вважає некорисними або сумнівними на даний момент». [89]. Леонард В. Дуб розглядав пропаганду як явище з двома основними формами: «навмисною» і «ненавмисною». Він вважав, що навмисна пропаганда передбачає свідоме застосування певних комунікаційних технік для впливу на громадську свідомість і поведінку, зазвичай з конкретною метою, як-от політичний вплив або реклама. Ненавмисна ж, за його словами, виникає без чіткого наміру змінити громадську думку; її можна спостерігати через елементи, як-от символи, кольорові рішення чи звукові образи, які мимоволі викликають у людей емоційні реакції на підсвідомому рівні.

Дуб також наголошував, що пропаганда постійно адаптується до нових обставин і суспільних змін, тому він називав її «динамічним явищем». У своєму есе 1989 року він зазначав, що неможливо дати пропаганді точне визначення, оскільки це «ані можливо, ані доцільно» [89]. Леонард Дуб відмовився від спроби сформулювати остаточне визначення пропаганди, вважаючи, що сучасне тлумачення цього явища є складним і неоднозначним. Він пояснював це тим, що поведінка людей в суспільстві, як і самі методи впливу, значно змінюються в різні історичні епохи та залежать від культурних особливостей. Для Дуба пропаганда була радше динамічним процесом, здатним пристосовуватись до соціальних змін, ніж статичним набором прийомів.

Жак Елюль, своєю чергою, розглядав пропаганду як один із основних механізмів контролю за масами. На його думку, це не просто набір інструментів для впливу, а комплексний метод, спрямований на формування масової свідомості та коригування поведінки людей. Елюль акцентував, що пропаганда в умовах сучасного суспільства — це не лише маніпулювання фактами, але й нав'язування певних цінностей, способу мислення, що спрощує керування великими групами людей.

Таким чином, і Дуб, і Елюль по-різному, але об'єднано, показали глибоку багатогранність пропаганди, підкреслюючи, як вона невід'ємно пов'язана з суспільством та його змінами.

Ентоні Пратканіс і Елліот Аронсон, відомі психологи, зосередили свої дослідження на тому, як саме пропаганда впливає на людську психіку та які методи вона використовує для досягнення своїх цілей. Вони підкреслювали, що пропаганда — це не просто вміле маніпулювання фактами чи зловживання довірою, а явище значно глибше і складніше. На їхню думку, пропаганда не завжди є негативним явищем; вона може слугувати для поширення моральних цінностей або надихати людей на дії, що приносять користь суспільству. Проте, негативна сторона пропаганди виявляється, коли люди починають слідувати нав'язаним моделям поведінки, втрачаючи власну ідентичність і цінності. Як і Леонард Дуб, Пратканіс і Аронсон розрізняли навмисну та ненавмисну пропаганду, вважаючи, що остання часто є результатом людських помилок, а не цілеспрямованого маніпулювання.

Зі свого боку, багато дослідників зосереджували увагу на комунікативних аспектах пропаганди та її впливі на суспільство. Наприклад, Шон Дж. Паррі-Джайлз аналізувала пропаганду часів Холодної війни, зокрема в рамках політичних кампаній, які проводилися під час президентств Гаррі Трумена та Дуайта Ейзенхауера. Вона визначала пропаганду як «стратегічно сплановані повідомлення, що масово поширюються інституцією для того, щоб спонукати до дій, вигідних для їх джерела». Це визначення підкреслює, що пропаганда завжди спрямована на досягнення певної вигоди для тих, хто її створює та поширює, і відображає її характер як контрольованого та орієнтованого на результат інструменту впливу.

У своєму дослідженні, присвяченому діяльності Інформаційного агентства США, Лео Богарт розглядав пропагандистів як тих, хто створює та передає повідомлення. Він зазначав: «Пропаганда — це мистецтво, що потребує особливих здібностей. Це не механічна чи наукова робота. Щоб вплинути на ставлення, потрібен досвід, знання особливостей місцевості й інтуїтивне

відчуття того, що є найкращим аргументом для аудиторії». За його словами, «жоден посібник не може керувати пропагандистом» — йому потрібні «гострий розум, винахідливість, чутливість і розуміння мислення та реакцій аудиторії» [105].

Таким чином, різноманітні підходи до визначення терміну «пропаганда» та її впливу на свідомість створюють виклики для обрання єдиного, всеосяжного визначення. Кожне із запропонованих тлумачень фокусується на окремих аспектах, висвітлюючи лише частину складного й багатогранного феномену пропаганди.

Відмінності у визначеннях також відображають різні цілі й методи, які застосовуються в різних історичних, соціальних та політичних контекстах. Наприклад, підхід, орієнтований на політичну пропаганду, може мати інші акценти порівняно з аналізом пропаганди в засобах масової інформації чи культурі. Це підкреслює, що пропаганда — явище, яке потребує багатогранного розгляду, здатного врахувати її вплив на суспільство в цілому.

Розвиток глобальних інформаційних мереж та технологій спричинив появу нової форми конфлікту, відомої як інформаційна війна.. На даний момент ми знаходимося на перехресті історії, коли новітні технології несуть як позитивні, так і негативні тенденції. «Конфлікти між націями, які виникають протягом 20 століття, виникають завдяки індустріальній епосі. Ці конфлікти включають конфлікти між політичними системами та ідеологіями. Економічні, моральні, політичні та технологічні фактори почали створювати перемоги. Можливості масової комунікації з'явилися завдяки розвитку мікроелектроніки, а взаємодія з іншими інформаційними технологіями призвела до появи мережових інформаційних структур і ідей про інформаційну та мережеву війну [71, с. 244].

В історії останніх років інформаційна війна посилилася під час холодної війни. Існували два рівні інформаційної війни: видимий (відкритий) і невидимий (прихований). Відкрита полягала у використанні засобів, які були невидимими для широкої громадськості, але відомими кожному. До них належали розвідувальні операції, міжнародні конфлікти (у сферах політики, дипломатії,

економіки та війни) і, нарешті, ідеологічні конфлікти, які виявлялися в науковій та публіцистичній дискусії та поширювалися на всі інші сфери людського життя. Інформаційно-психологічні технології вплинули на суспільну думку та сприяли державним діям [52, с. 70].

Маніпуляція свідомістю людей є ефективним інструментом політичної та правової боротьби як спосіб управління людьми.

Дезінформація лежить в основі цього типу війни. Часто військова агресія, тобто неоголошені збройні конфлікти, відбуваються під прикриттям патріотизму, захисту корінних народів, захисту прав і свобод людини та боротьби з тероризмом, що призводить не лише до захоплення територій, але й до значних людських страждань.

«Інформаційна війна» — це нова форма війни, в якій одна держава намагається стратегічно вплинути на іншу державу шляхом послаблення, руйнування або пошкодження її інформаційних систем. Інформаційна війна має кілька особливостей, які її відрізняють від інших видів війни.

Термін «інформаційна війна» має свій початок в середині 1970-х років. Автором є фізик Томас Рон, який першим не тільки зрозумів, але й науково затвердив інформацію як найслабкішу ланку в армії [20].

Сучасні науковці зазначають, що інформаційна війна - це термін, який має два значення. Перше – це вплив на цивільний та/або військовий персонал іншої країни через поширення певної інформації.

Експерти також зібрали ознаки того, що така боротьба наразі проявляється:

- монополізація газет, журналів, радіо, телебачення і телекомунікацій спеціалізованими компаніями;
- відкрите втручання державних інституцій у сферу медіа; заборони або незаконні обмеження свободи слова;
- пряме підпорядкування медіа та комунікацій олігархічному капіталу;
- домінування відносно невеликої кількості ЗМІ та інформаційних агентств на міжнародному ринку новин;

- поглиблення нерівності у сфері медіа та комунікації між розвиненими країнами та країнами, що розвиваються;
- монополізація національного та регіонального інформаційного простору;
- публікація великої кількості матеріалів, спрямованих на дискредитацію певних політичних сил, подій та політиків; створення негативного іміджу країни політичних сил, рухів, політиків та важливих подій - об'єкта інформаційного впливу;
- використання друкованих ЗМІ, радіо, телебачення та інформаційних агентств розвинених країн для інформаційної підтримки своєї внутрішньої та зовнішньої політики в інших країнах [47].

Держави здійснюють контроль і взаємодіють з іншими державами для забезпечення дотримання законів і міжнародної політики. Сьогодні держави втрачають державницький характер географічних кордонів, а поняття суверенітету розмивається.

Зарубіжні науковці в галузі міжнародного права також не мають одностайної думки.

Наприклад, американський дослідник В. Юрчек вважає, що збройний напад та інформаційна атака є різними за своєю суттю. Інформаційна атака може бути інструментом війни лише тоді, коли вона призводить до загибелі людей. Кінетична зброя може розглядатися як одиниця збройної атаки. Зміна парадигми полягає в тому, що зброя – це пристрій, призначений для вбивства або поранення людей або пошкодження чи знищення майна, а засоби радіоелектронної боротьби традиційно не включаються до цієї категорії [169].

Інший представник цієї країни, Д. ДіСенсо, трактує Статут ООН як міжнародне право з широкою ідеєю основних принципів права, які повинні бути модифіковані відповідно до конкретних нових ситуацій. ДіСенсо зазначає, що «Статут ООН передбачає відносини між державами не тільки у воєнний час, але й під час різних багатонаціональних спільних операцій». Стаття 2(4) Статуту ООН зазначає утримання всіма членами Організації Об'єднаних Націй у власних

міжнародних відносинах від загрози силою або її застосуванням направленим на територіальну цілісність або політичну незалежність кожної країни, в тому числі і будь-яким іншим чином, несумісним із цілями Організації Об'єднаних Націй. Ця концепція продовжує визначати не лише міжнародні відносини, але й внутрішню та зовнішню політику. Вона є основною відправною точкою для аналізу міжнародного права» [87, с. 87].

У 6-5 століттях до нашої ери видатний китайський військовий теоретик Сун-Цзи першим виступив за використання інформаційних засобів як альтернативи бойовим діям. Він виклав дев'ять принципів, дотримання яких мало потужний вплив на ментальний світ ворожої армії, забезпечуючи її «розкладання» ще до початку битви. Сун-Цзи говорив: «На війні, як правило, найкращою стратегією є завоювання цілого народу. Підкорити супротивника без бою – вершина мистецтва» [57]. Основні ідеї Сун-Цзи активно розвивалися у інших китайських мислителів.

Інформаційний простір України вже давно характеризується боротьбою за контроль над ресурсами, вплив і домінування на нашій території. Події кінця 2013 – початку 2014 року стали драматичними для України. Дестабілізація внутрішньополітичної ситуації, анексія Криму та «гібридна війна» на сході України змінили геополітичну ситуацію в Європі і навіть у всьому світі.

Саме через це необхідно з'ясувати природу і сутність таких, здавалося б, взаємопов'язаних категорій, як інформаційна війна, електронна війна, інформаційний вплив, розповсюдження, гібридна війна, хакерська війна, мережева війна, війна за згоду, психологічна війна та інформаційний конфлікт.

Так, одним з перших про феномен інформаційної війни публічно написав М. Маклюен у 1960 році. Відтоді відомо, що «холодна війна» велася за допомогою інформаційних технологій, так само, як і війна завжди велася за допомогою передових технологій. Дослідник звернув увагу на те, що якщо в «гарячих» війнах минулого зброя використовувалася для знищення ворога одного за одним, то інформаційна зброя через телебачення і фільми, навпаки,

затягувала все населення в якийсь уявний світ: «Тепер світ – це просто село» [130].

Інформаційна війна є складним явищем, яке неможливо обмежити чіткими рамками початку чи завершення. Вона являє собою боротьбу між державами із застосуванням інформаційної зброї — відкритих або прихованих методів інформаційного впливу, спрямованих на досягнення переваги в матеріальній сфері. Інформаційний вплив у цьому контексті полягає у використанні таких методів і засобів, які забезпечують досягнення поставлених цілей, надаючи одній стороні перевагу.

Інформаційна експансія є значно ширшою технологією, ніж «інформаційна війна» чи «інформаційна атака». Ці терміни можна розглядати як складові інформаційної експансії. Інформаційне домінування – це система, що склалася в засобах масової інформації розвинених країн і є методом, який використовується для просування певних геополітичних цілей за допомогою пропаганди [47].

У листопаді 1991 року колишній командувач Командування підготовки та доктрини армії США генерал Глен Отіс написав статтю, у якій сказав, що «природа війни повністю змінилася» щодо досягнення інформаційного домінування після закінчення операції «Буря в пустелі». Стратегічно, тактично, оперативно та технічно інформація являє собою ключ до сучасної війни». Вперше термін «інформаційна війна» був використаний у керівництві США; це було зроблено 12 грудня 1992 року в Директиві американського Міністерства оборони Т 3600.1 від «Інформаційна війна», яка описує комплексне застосування сил і засобів, які використовуються в інформаційній війні та збройній боротьбі (із домінуванням інформаційної війни) [74].

А. Фісун зазначає, що інформаційна війна розглядається як багаторівневе явище, що охоплює різні аспекти: вона може виступати як соціальне явище, поле політичного конфлікту, особлива форма цього конфлікту, а також інструмент інформаційної політики. Важливою складовою є її психологічний ефект, на якому акцентується увага дослідниками, адже цей ефект відіграє ключову роль у формуванні громадської думки та впливах на свідомість масової аудиторії [65].

Як зазначають В. Хорошко та Ю. Хохлачова, найважливішими є електронна та психологічна війни. Електронна війна використовує як об'єкти впливу радіо, телебачення, комп'ютерні мережі та інші засоби електронного зв'язку. Психологічна війна ведеться за допомогою пропаганди, промивання мізків та інших методів інформаційної обробки населення. Автори також виділяють інформаційну війну. Множинність визначень інформаційної війни пов'язана зі складністю і багатогранністю цього явища і складністю проведення аналогій зі звичайною війною. Спроби перевести визначення в поняття «інформаційна війна» навряд чи дадуть конструктивний результат. Причини цього криються в різних характеристиках інформаційної війни [66].

Загалом можна виділити шість основних підходів до поняття «інформаційна війна», залежно від основних аспектів дослідження предмета, що виділяються науковцями, та гіпотез про природу цього явища.

Іншими словами, соціально-комунікативний підхід трактує поняття інформаційної війни як сукупності інструментів інформаційної поведінки індивідів, інформаційних засобів і міжекономічної конкуренції, яка являється результатом еволюційного розвитку засобів та способів взаємодії між людьми, державами, суспільствами та світом загалом. У рамках цього підходу український дослідник Г.Г. Почепцов характеризує «інформаційну війну» як загальну і цілісну стратегію, що надає значення і цінність інформації в процесі управління, контролю, виконання наказів і реалізації державної політики збройними силами [33]. Соціально-комунікативний підхід характеризується тим, що:

- соціальний конфлікт природи визнається як вічний та нездоланний;
- конкуренція за виживання та виживання найсильніших як детермінанти суспільного життя відображає сутність досліджуваного явища лише як закономірний розвиток людського суспільства в рамках біологічної еволюції за принципом природного відбору;
- визнання інформаційної агресії як нового варіанту природної людської агресії.

Маніпулятивно-психологічний підхід лежить в основі інформаційної війни, де використовуються різні методи та засоби для впливу на свідомість як окремих людей, так і мас. Метою цього підходу є досягнення вигоди для тих, хто здійснює інформаційний вплив. Серед форм інформаційної війни можна виділити використання психотропних засобів, створення штучних реальностей та підміну реальних фактів вигаданими подіями (рис. 1).

Військово-прикладний підхід розглядає інформаційну агресію як частину військового протистояння і в контексті спільного використання інформаційної сили та засобів збройної боротьби. Водночас представники військово-прикладного підходу не розглядають інформаційну війну як самостійний засіб ведення війни. На їхню думку, інформаційна війна має багато форм, кожна з яких є самостійним поняттям. Зокрема, до них відносять командно-штабну війну, інформаційну війну, електронну війну, психологічні операції, хакерську війну, програмні атаки на інформаційні системи, інформаційну економічну війну та кібернетичну війну [126]. Кібервійна розглядається як процес розвитку і поширення інформаційних технологій. У військовій сфері вона розглядається як інтегроване використання високоточної зброї, стелс-технологій та бойової і розвідувальної техніки з урахуванням футуристичних розробок у галузі робототехніки та автоматизації [19, рис. 1.2].

Інформаційна війна є «можливістю збирати, обробляти та поширювати безперервні розвідувальні дані <...> у відповідь на дії противника» [168] у національному інструктивному підході. Цей підхід відрізняється тим, що він підкреслює важливість політичних і державних організацій у веденні інформаційної війни, ігноруючи економічні, соціальні та психологічні фактори.

Віртуально-кібернетичний підхід до інформаційної війни розглядає її як набір програмних, технічних та інших інструментів, що застосовуються у віртуальному середовищі для порушення роботи інформаційних систем противника, зокрема за допомогою таких засобів, як комп'ютерні віруси. Кібервійна є частиною інформаційної війни, де інструменти Інтернету використовуються для проведення атак на цифрові ресурси. Основною метою

інформаційної війни стає маніпулювання інформаційними системами супротивника, часто приховано, що дозволяє досягати стратегічних та матеріальних переваг.

На думку американських теоретиків Дж. Аркуїла і Д. Ронфельдта «Інформаційна війна може бути частиною мережевої війни або кібервійни, а отже широкого і всеосяжного поняття воєнних дій» [75].

Інформаційна блогерська або мережева війна є особливістю інтернет-середовища і проявляється у вигляді інтенсивних дебатів, повного свавілля через взаємні образи, атаки на ресурси супротивника і злом особистої інформації та ресурсів (рис. 1.3).

Комплексний підхід. А. Фісун, український дослідник, констатує відсутність підходу, який би всебічно розкривав природу інформаційної війни як політичного конфлікту, соціального та соціокультурного явища: «Інформаційна війна є комплексним інформаційним впливом однієї сторони, відкритий чи прихований, або взаємний вплив між сторонами, що включає систему способів і засобів впливу на людей, їхню психологію і поведінку, інформаційні ресурси та інформаційні системи з метою досягнення інформаційного домінування (який забезпечує національну стратегію)» [65, с. 538].

До комплексного підходу слід враховувати й дефініцію В. Ліпкана, Ю. Максименко, В. Желіховського [24], які вважають компонентами комплексного підходу до інформаційної війни (рис. 1.4).

Інформаційна війна постає у формі конфлікту, який реалізується через комплекс цілеспрямованих заходів, спрямованих на досягнення інформаційної переваги. Це включає знищення інформаційних ресурсів і систем опонента та одночасний захист власних інформаційних даних і технологічних структур [58, 25].

Інформаційна війна справляє деструктивний вплив на розвиток інформаційного суспільства, негативно позначаючись на більшості ключових аспектів життєдіяльності. Використання маніпулятивних технологій у цьому процесі має руйнівні наслідки для світової політики та впливає на загальне

функціонування суспільства. Сучасні глобальні тенденції в сфері державного управління потребують не лише вдосконалення форм і методів адміністративного впливу, але й розробки нових підходів і стратегій, орієнтованих на забезпечення інформаційної безпеки країни.

Отже, інформаційна війна виступає важливим соціально-політичним явищем, яке в умовах сучасного світу набуває нових форм і методів. Вона є продовженням основних ідеологічних принципів державної політики, зокрема під час політичних, військово-політичних чи економічних конфліктів. У такому контексті головною метою є зміцнення соціальної єдності та збереження ідентичності суспільства, а також забезпечення інформаційного захисту світоглядних засад населення.

Інформаційна війна використовує сучасні технології та індустриальні інформаційні засоби для досягнення своїх цілей. За допомогою комплексних механізмів інформаційно-психологічного впливу вона має можливість формувати громадську думку, змінювати настрої та переконання соціуму як всередині держави, так і за її межами. Зокрема, вплив на суспільства країн-суперників дозволяє створювати певні стереотипи або наративи, що сприяють досягненню стратегічних цілей. Таким чином, інформаційна війна є багатошаровим явищем, що інтегрує ідеологічні, політичні та технологічні компоненти, і її значення тільки зростає в умовах глобалізації та посилення міждержавної конкуренції.

1.3. Характеристика джерельної бази дослідження

Джерельна база дослідження включає ключові роботи в галузі масової комунікації та пропаганди, які є основою для аналізу сучасних проявів дезінформації.

Книга Джона Адамса є однією з фундаментальних праць, яка детально аналізує природу інформаційних воєн у сучасному світі. Автор пропонує міждисциплінарний підхід, поєднуючи аспекти міжнародних відносин, інформаційних технологій і безпеки. У цій праці Адамс наголошує, що цифрові

технології змінили природу війни, перетворивши її на багатовимірний процес, який охоплює як фізичний, так і інформаційний простір [74].

Особливо цінними є наведені у книзі приклади використання інформаційних технологій як зброї, що дозволяє зрозуміти механізми реалізації інформаційних атак на національні інфраструктури та медійний простір. Це стало основою для аналізу ролі цифрових інструментів у російських пропагандистських кампаніях. Праця допомогла зрозуміти, як поєднання традиційних і цифрових медіа дозволяє маніпулювати громадською думкою та дестабілізувати міжнародні відносини [74].

Книга також розглядає потенційні сценарії майбутніх конфліктів, які базуються на використанні інформації як стратегічного ресурсу. Це дозволило виявити аналогії між описаними Адамсом моделями і реальними діями Росії на інформаційному полі у 2014–2024 роках. Таким чином, праця стала незамінним джерелом для розуміння широкого контексту інформаційної війни [74].

Робота Маршалла Маклюєна «Розуміння медіа: Зовнішні розширення людини», яка стала класикою у вивченні медіа, є ключовою для розуміння природи сучасних комунікацій. Його концепція «медіа як розширення людських можливостей» та ідея глобального села дозволяють пояснити, чому нові медіа стали настільки впливовими у контексті пропаганди та дезінформації [130].

Особливе значення для дослідження має теза Маклюєна про те, що медіа не просто передають інформацію, а й трансформують спосіб мислення, культуру і суспільство. Цей підхід дозволив аналізувати вплив російської пропаганди на громадську думку в Європейському Союзі. Наприклад, через соціальні мережі Росія змогла створити «інформаційні бульбашки», в яких поширюються викривлені або цілеспрямовано підібрані наративи [130].

Інший ключовий внесок Маклюєна полягає у висвітленні ролі технологій як детермінанти суспільних змін. Його концепція «гарячих» і «холодних» медіа дозволяє зрозуміти, як різні типи медіа використовуються у пропагандистських кампаніях. Наприклад, телевізійні програми з високою емоційною складовою

(гарячі медіа) викликають сильні реакції, тоді як соціальні мережі (холодні медіа) залучають аудиторію до активної участі в обговоренні [130].

Ключова праця Гарольда Лассуелла «Теорія політичної пропаганди» є основоположною для розуміння механізмів пропаганди [125]. Лассуелл визначає пропаганду як процес маніпуляції символами для досягнення політичних цілей, наголошуючи на її ролі у формуванні громадської думки. Його модель «хто каже що, кому, через який канал і з яким ефектом» стала універсальним інструментом аналізу медійного впливу [125].

У контексті дослідження ця праця є незамінною для розуміння структури російських пропагандистських кампаній. Використання моделей Лассуелла дозволило ідентифікувати цільові аудиторії, ключові канали комунікації та меседжі, які поширює Росія в Європейському Союзі. Наприклад, акцент на розподілі аудиторій за їхніми соціокультурними характеристиками дозволив оцінити, як пропаганда адаптується до локальних контекстів [125].

Крім того, Лассуелл акцентує на емоційному компоненті пропаганди, що є важливим у дослідженні, враховуючи використання Росією маніпулятивних технік для створення страху, недовіри та соціального розколу. Його ідеї про значення символів у політичній комунікації дозволили розкрити, як через історичні міфи та символи Росія створює образ «ворога» та просуває власні геополітичні наративи [125].

Праця Георгія Почепцова «Сучасні інформаційні війни» є одним із найважливіших джерел для розуміння механізмів впливу на масову свідомість у сучасному світі [34]. У цій книзі автор детально описує феномен інформаційних війн, акцентуючи на зміні їх характеру через розвиток цифрових технологій. Одним із ключових внесків роботи є аналіз інформаційної зброї як стратегічного ресурсу держав.

Особливу увагу в дослідженні привертає розділ, у якому Почепцов пояснює, як маніпуляція інформацією дозволяє державам впливати на політичні процеси та дестабілізувати регіональні альянси. Це безпосередньо пов'язане з використанням Росією пропагандистських стратегій у Європейському Союзі.

Наприклад, у праці розкриваються методи маніпуляції наративами через контроль медійного простору та впровадження фейкових новин, що стали ключовими у російських дезінформаційних кампаніях.

Книга також охоплює роль соціальних мереж у сучасних інформаційних війнах, пояснюючи, як ці платформи використовуються для створення «інформаційного шуму» і насадження вигідних наративів. У нашому дослідженні ці концепти стали основою для аналізу впливу соціальних мереж на формування громадської думки в ЄС.

Інша робота Георгія Почепцова «Як ведуться таємні війни» є унікальною через акцент на психологічних аспектах інформаційного впливу. У ній автор глибоко досліджує концепцію психологічних операцій, їхню структуру та методи. Основний фокус книги зосереджений на тому, як держави використовують маніпулятивні техніки для зміни поведінки та переконань людей [35].

Ця праця дозволила виявити, як Росія реалізує психологічні операції для просування своїх геополітичних цілей. Зокрема, автор аналізує такі техніки, як створення страху, формування стереотипів та впровадження недовіри до демократичних інститутів. Використання цих інструментів чітко простежується в російських кампаніях у країнах ЄС, де через інформаційний простір поширюються наративи про «занепад Заходу» або «розкол у Європейському Союзі» [35].

У книзі також детально описано роль культурних кодів і символів у побудові пропагандистських меседжів, що допомогло в нашому дослідженні аналізувати, як Росія адаптує свої меседжі для різних аудиторій залежно від їхніх соціокультурних контекстів [35].

Стаття Георгія Почепцова «Розпізнавання пропаганди та мови ненависті» є важливим інструментом для розуміння механізмів розпізнавання пропаганди та мови ненависті у сучасному інформаційному просторі. Автор акцентує увагу на методах виявлення маніпулятивних повідомлень, а також на техніках нейтралізації їх впливу [36].

Важливим аспектом статті є аналіз специфічних мовних засобів, які використовуються для створення образу ворога або викликання емоційного напруження. У контексті нашого дослідження ці положення стали основою для вивчення мовних конструкцій, що використовуються Росією в пропагандистських матеріалах, зокрема в інформаційних кампаніях, спрямованих на дискредитацію країн ЄС [36].

Почепцов також звертає увагу на роль інтерпретації аудиторією пропагандистських меседжів. Ця ідея допомогла глибше проаналізувати, як різні групи населення в ЄС реагують на російські пропагандистські меседжі залежно від рівня їхньої медіаграмотності. Таким чином, стаття стала практичним джерелом для визначення алгоритмів розпізнавання дезінформації та розробки рекомендацій з її протидії.

Стаття Петра Бурковиського «Слабо керований хаос» є важливим аналітичним джерелом для розуміння російської пропаганди та її тактик у медіа-середовищі. Автор досліджує концепцію «керованого хаосу», який Росія використовує як стратегічний інструмент для дестабілізації суспільств та держав. Ключовою тезою статті є ідея, що російська дезінформація спрямована на створення невизначеності, посилення недовіри до традиційних медіа і викликання розколу в суспільстві [2].

Особливу увагу в статті приділено аналізу методів впровадження хаосу через поширення фейкових новин, маніпуляцію емоціями аудиторії та створення інформаційних «бульбашок». Ці концепти стали основою для розуміння того, як Росія використовує медійний простір для поширення пропагандистських меседжів у Європейському Союзі. Наприклад, через навмисне посилення суперечностей між різними групами населення пропаганда досягає своєї мети — дестабілізації суспільств [2].

Важливим аспектом статті є розкриття ролі соціальних мереж у поширенні хаосу. Бурковиський пояснює, як алгоритми платформ, таких як Facebook і Twitter, сприяють швидкому поширенню поляризуючого контенту. Цей аналіз

допоміг у дослідженні визначити, як саме соціальні медіа стають ефективним інструментом для російських інформаційних операцій [2].

В цього ж автора стаття «Російська пропаганда про події в Україні: тенденції 2014–2016 років» також була розглянута в контексті виявлення стратегій російської пропаганди, зокрема її орієнтації на міжнародну аудиторію. Автор зосереджується на аналізі зміни тональності російських медіа у висвітленні подій в Україні, підкреслюючи, як Кремль адаптує свої меседжі для різних аудиторій. Наприклад, у перші місяці конфлікту наголос робився на «захисті російськомовного населення», тоді як пізніше ключовим наративом стало формування образу України як «недієздатної держави» [3].

Ця стаття є особливо цінною для розуміння того, як Росія використовує культурні та історичні аспекти для легітимізації своїх дій. Автор вказує, що російські медіа активно експлуатували історичні травми та символи, щоб посилити вплив на міжнародну аудиторію. Такий підхід дозволив дослідити, як ці наративи впливають на суспільства в країнах ЄС, особливо серед тих, хто має історичний зв'язок із Росією.

Бурковський також зазначає, що Росія використовує подвійну комунікаційну стратегію, одночасно апелюючи до радикальних та поміркованих груп, створюючи ілюзію, що вона підтримує обидві сторони конфлікту. Це допомогло ідентифікувати механізми дезінформаційних кампаній, спрямованих на розкол громадської думки.

Значну частину джерельної бази становлять законодавчі акти ЄС, які стосуються протидії дезінформації. Зокрема, *Кодекс протидії дезінформації*, прийнятий Європейським Союзом, окреслює ключові принципи боротьби з поширенням фейкових новин у цифровому просторі. Також використано низку доповідей Європейської комісії, які оцінюють ефективність застосування цих законодавчих норм [95, 96, 97, 98, **Помилка! Джерело посилання не знайдено.**, 99].

Ці документи стали основою для аналізу правових механізмів ЄС, які впроваджуються для боротьби з інформаційними загрозами, та їхньої адаптації до викликів сучасного інформаційного простору.

Список джерел доповнюється контентом з авторитетних онлайн-ресурсів, таких як «Медіа Сапієнс» (англ. - *Media Sapiens*), які надали актуальну інформацію щодо тенденцій російської пропаганди та дезінформації. Дані з цих ресурсів використовувалися для виявлення змін у стратегіях дезінформаційних кампаній.

Аналіз офіційних заяв та статей російських лідерів, таких як статті військового злочинця Володимира Путіна, дозволив виявити ключові ідеологічні концепти, які спрямовані на легітимізацію дій Росії та створення образу ворога серед демократичних країн [56].

Список джерел також включає різноманітні статті, аналітичні звіти та монографії, які дозволяють дослідити ширший спектр аспектів, пов'язаних із психологічним, соціальним і технологічним впливом на аудиторію. Ці роботи допомагають зрозуміти, як інформаційні технології використовуються для поширення дезінформації, як формуються суспільні наративи та які соціальні механізми сприяють їх закріпленню у масовій свідомості.

Дослідження охоплюють питання впливу пропагандистських меседжів на різні аудиторії, а також методи їхньої адаптації до культурних, історичних та політичних контекстів. Особливу увагу приділено розробці контрзаходів, що базуються на підвищенні медіаграмотності, створенні механізмів моніторингу дезінформації та застосуванні технологічних інструментів для боротьби з нею.

Аналітичні звіти стали джерелом для виявлення специфічних моделей поширення фейкових новин, технік маніпуляції громадською думкою та технологій впливу через соціальні мережі. Вони також дозволили простежити динаміку змін у стратегіях інформаційного впливу в сучасному глобалізованому світі.

Дослідження використовує статистичні дані, зібрані з відкритих джерел, для кількісного аналізу масштабу і впливу дезінформації. Це включає

інформацію про кількість фейкових новин, поширених у соціальних мережах, охоплення аудиторії пропагандистських матеріалів і дані про зміну громадської думки в країнах ЄС під впливом інформаційних атак.

Емпіричні дослідження надали змогу вивчити поведінкові аспекти реакції аудиторії на пропаганду, такі як поширення дезінформації серед користувачів соціальних мереж, довіра до джерел інформації та схильність до емоційно забарвлених повідомлень. Ці матеріали використовувалися для розробки рекомендацій щодо підвищення рівня критичного мислення та медіаграмотності.

Матеріали провідних медіаекспертів і аналітиків стали джерелом сучасного погляду на динаміку інформаційних воєн і впровадження новітніх технологій у процеси дезінформації. Вони надали інструменти для вивчення, як технології, такі як алгоритми соціальних мереж і штучний інтелект, сприяють поширенню маніпулятивного контенту.

Такі публікації дозволили отримати актуальну інформацію про нові тренди в дезінформаційних кампаніях, зокрема про використання deepfake, автоматизованих ботів і таргетованої реклами. Це стало важливим для розуміння, як сучасні технології змінюють підходи до інформаційного впливу.

У дослідженні широко використовувалися звіти Європейської комісії, Ради Європи та інших міжнародних організацій. Ці документи забезпечили контекст для аналізу заходів, що впроваджуються на глобальному рівні для протидії дезінформації. Зокрема, вони надали уявлення про ефективність законодавчих ініціатив, спрямованих на регулювання цифрових платформ та міжнародні програми моніторингу дезінформації. віти стали основою для розробки рекомендацій щодо адаптації подібних практик у Європейському Союзі з урахуванням його культурних та політичних особливостей.

Висновки до Розділу I

Перший розділ надає глибокий теоретико-методологічний аналіз понять «пропаганда» та «дезінформація», що є основою для розуміння сучасних інформаційних викликів. У рамках дослідження було з'ясовано, що

дезінформація є одним із ключових інструментів впливу на громадську думку, який широко застосовується в умовах глобалізації та активного розвитку цифрових технологій. Вона виступає серйозною загрозою для демократичних інститутів, оскільки здатна підривати довіру до урядів, медіа та громадських організацій, що є фундаментом стабільності сучасного суспільства.

Одним із центральних аспектів розділу стало дослідження відмінностей між поняттями дезінформації, неправдивої інформації та спотвореної інформації. Це дозволило не лише деталізувати сутність цих явищ, але й окреслити межі між випадковими помилками, умисними маніпуляціями та систематичними інформаційними атаками. Зокрема, дезінформація визначена як свідоме і навмисне поширення неправдивих даних з метою введення в оману аудиторії, що робить її важливим інструментом інформаційної війни.

Аналіз еволюції пропаганди засвідчив, що це явище має глибокі історичні корені, які сягають ще античних часів. У процесі розвитку суспільств пропаганда видозмінювалася, набувала нових форм і засобів реалізації. Від релігійної діяльності в епоху Середньовіччя до широкомасштабних ідеологічних кампаній XX століття, вона завжди залишалася дієвим механізмом впливу на суспільну свідомість. Особливо важливою стала її роль у часи воєн, коли пропаганда активно використовувалася для мобілізації населення, формування негативного образу ворога та створення почуття єдності в суспільстві.

Розділ також розкриває сучасний контекст застосування пропаганди і дезінформації. В умовах глобалізації інформаційного простору та стрімкого поширення цифрових технологій, пропаганда отримала нові можливості. Соціальні мережі, алгоритми персоналізованого контенту та цифрова аналітика зробили інформаційний вплив більш точним і масштабним. Це дозволяє пропагандистам ефективніше маніпулювати суспільними настроями, націлюючись на конкретні соціальні групи з урахуванням їхніх цінностей, потреб і переконань.

Значну увагу приділено міжнародним підходам до боротьби з дезінформацією. Особливий акцент зроблено на ініціативах Європейського

Союзу, який активно впроваджує механізми протидії інформаційним загрозам. Зокрема, Кодекс протидії дезінформації ЄС, прийнятий у 2018 році, став важливим кроком у розробці стратегій боротьби з цим явищем. Проте ефективність цих заходів залишається обмеженою через динамічний розвиток технологій, недостатню медіаграмотність населення та відсутність глобального підходу до вирішення цієї проблеми.

Окремо розглянуто роль інформаційної війни як сучасної форми міжнародного конфлікту. Зазначено, що інформаційна війна має комплексний характер, поєднуючи дезінформацію, маніпуляцію, кіберзлочинність та інші методи впливу. У світлі подій останнього десятиліття, таких як анексія Криму та агресія Росії проти України, ця тема набула ще більшої актуальності.

Проведений аналіз дав змогу окреслити ключові особливості дезінформації та пропаганди як інструментів сучасних інформаційних операцій. Було виявлено, що ці явища не лише впливають на політичні рішення, але й формують суспільні наративи, що в довгостроковій перспективі можуть змінювати цінності та пріоритети громадян. Це підтверджує необхідність розробки більш дієвих стратегій протидії, які враховували б як технологічні, так і соціокультурні аспекти.

Отже, розділ заклав науково-методологічну базу для подальших досліджень, які спрямовані на аналіз конкретних інструментів дезінформації та оцінку ефективності стратегій боротьби з нею. Такий підхід є надзвичайно важливим для забезпечення інформаційної безпеки в умовах сучасного світу, де інформація стає не лише ресурсом, але й зброєю.

РОЗДІЛ 2

СТРАТЕГІЇ ТА ІНСТРУМЕНТИ РОСІЙСЬКОЇ ПРОПАГАНДИ В ЄС

2.1 Геополітичні цілі російської пропаганди в Європі

Крім того, важливо відзначити, що російська пропаганда присутня в інформаційному середовищі країн-сусідів України. Російська пропаганда не може працювати, якщо вона використовує яскраві заголовки, охопити якомога більшу аудиторію та посіяти підозри в демократичних суспільствах. Однак ці зерна не ростуть у будь-якому місці.

Сусідами України є, звичайно, Угорщина та Сербія – дві країни з антидемократичною риторикою. З іншого боку, сусідня Румунія прямо засуджує російську пропаганду, і її громадяни набагато рідше стають її жертвами.

Цілі російської пропаганди в цих країнах є наступними:

1. показати, що класична європейська модель не працює, а неліберальна альтернативна модель.

2: продовжувати домінувати в енергетиці та посилювати економічний вплив Росії в Європі. Це досягається завдяки намаганням Росії продовжувати конфронтацію з європейськими країнами. Політична обстановка в Угорщині та її значна залежність від російського газу роблять її надзвичайно сприйнятливою для російської пропаганди. Сербія також залежна. Таким чином, їхні думки відрізняються від думок людей з інших європейських країн.

Два основні сюжети, які використовуються російською пропагандою в угорському інформаційному середовищі, є наступними:

Сюжет перший: угорці – етнічна меншина, яка несправедливо позбавлена прав [64].

Російські ЗМІ представляють угорців як знедолену етнічну групу. Не виключено, що нинішній уряд Угорщини, який підтримує Росію, зможе відновити справедливість.

Зараз, коли почалася повномасштабна війна, сюжет виглядає таким чином: «Територіальний розпад України – це можливість для Угорщини повернути свою історичну територію». Ця територія включає Закарпаття, яке до 1920 року було частиною Великої Угорщини.

Історія номер два розповідає про жахливий західний лібералізм, який включає Джорджа Сороса.

У статті «Викриття ідеології Сороса: постмодерн, пост-сім'я і новий світовий порядок пост-кордонів» Sputnik зображує Джорджа Сороса як символ західного зла, оскільки він сприяв розвитку громадянського суспільства. Зокрема, стверджується, що «Десакралізація сексуальної та гендерної ідентичності...» є частиною діяльності фонду Сороса.

Так само інституції НАТО та ЄС зображуються як лиходії, які нав'язують свою волю, не беручи до уваги потреби такої маленької країни, як Угорщина.

У березні 2022 року соціологічна компанія Valicon провела опитування на Балканах. Згідно з результатами, 60% респондентів у Сербії звинувачують США у розв'язанні війни. Ситуація поки що не покращилася.

У Белграді діють два російські центри: Російський інститут культури і науки (1931 р.) і Російсько-сербський гуманітарний центр у Ніші (2012 р.), який регулярно організовує «культурні заходи» для сербського населення.

Велика кількість і активна діяльність ультраправих груп становить небезпеку для інформаційного простору Сербії. Одна з таких груп, Дам'ян Кнежевич, лідер «Народного патруля», активно поширює проросійські меседжі в соціальних мережах.

Деякі з цих повідомлень припускають, що серби повинні розпочати власні спецоперації для порятунку сербів.

Російська пропаганда зацікавлена в тому, щоб залякати сусідів Румунії, поширюючи наратив про те, що Румунія намагається анексувати Молдову, оскільки вона колись була частиною Королівства Румунія.

Росія поширює наратив про те, що проєвропейські політики в Румунії можуть розпочати війну за Молдову. Корумповані проросійські політики

виглядають рятівниками, які врятовують Молдову від «руйнування держави та брехні ЄС» [64].

Згідно з російським наративом, Румунія становить загрозу для жителів Молдови, місцевих гагаузів та українців. За допомогою цього наративу Росія перешкоджає вступу до Молдови ЄС і НАТО та зберігає свій політичний і економічний вплив.

Необхідно розуміти, що територіальні претензії Румунії до інших держав не мають під собою жодного фактичного підґрунтя.

Варто зазначити, що у Кремлі розглядають проєвропейський курс України як загрозу своєму впливу на пострадянському просторі. Основою антиукраїнської ідеології та дій є агресивна політика, спрямована на підризування української державності та спроби знищити її суверенітет.

Історична політика є важливим інструментом для підтримки геополітичних цілей Росії, особливо на пострадянських територіях. Кремль, посиляючись на історичні аргументи для легітимізації власних дій, створив і активно просуває антиукраїнський наратив — комплексний набір подій, фактів і уявлень, реальних чи вигаданих, що разом формують наратив для обґрунтування своїх позицій і впливу [60]. Для легітимізації відновлення геополітичного впливу Москви висувається концепція «сильної держави» та просувається теза про «великі, історичні» російські землі — російську історію, що триває безперервно протягом тисячоліть. У цьому контексті Київська Русь вважається спільним походженням росіян і українців. Київ, столиця України, є «матір'ю міст руських», а Московське царство — єдиним спадкоємцем Давньої Русі як невід'ємної частини російської історії, культури та духовного простору [28].

Основний удар спрямований на підризування української національної ідентичності. Поширюється ідея, що українці, на відміну від росіян, нібито не мають глибоких «історичних коренів». У межах імперської концепції українці або «малороси» розглядаються як складова частина триєдиного російського етносу. Цей етнос, за імперським наративом, нібито об'єднаний спільною тисячолітньою історією, мовою, етнічною самобутністю як «російський»,

єдиним культурним середовищем та православною вірою [56]. Зв'язок із російською державою вважається невід'ємним, і будь-які спроби його послабити або розірвати, за переконанням російської пропаганди, можуть бути нав'язані лише зовнішніми силами. Саме тому Москва продовжує свою історичну політику щодо українців, стверджуючи, що їхня національна ідентичність є штучною конструкцією. У цій інтерпретації Україна та українці подавалися як «антимосковський» проєкт, ініційований Польщею та Австрією. Існує твердження, що геополітичні суперники свідомо підтримували та стимулювали розвиток українського націоналізму як засобу послаблення Росії. Водночас радянську політику Леніна критикують за те, що вона закріпила в СРСР ідею про три окремі слов'янські народи — росіян, українців і білорусів — замість об'єднання їх в єдиний національний триєдиний простір.

Фундаментальним інструментом російської історичної політики стало використання подій і наслідків Другої світової війни (в російському дискурсі — Великої Вітчизняної війни) як засобу тиску на Україну. Через спотворення фактів і неправдиві узагальнення Кремль прирівнює боротьбу України за незалежність до співпраці з нацистською Німеччиною, асоціює сучасну Україну з нацистами та подає російську окупацію як «боротьбу з нацизмом» із акцентом на історичну спадкоємність. У цьому контексті стає зрозумілим, що оголошена на початку окупації «денацифікація» фактично означає деукраїнізацію, тобто усунення етнічно свідомого українського населення.

Однією з головних цілей є стирання історичної пам'яті, а також знищення культури та мови українського народу. Російська пропаганда створила штучний наратив про «поширення фашизму та нацизму» в Україні, а також про загрозу для росіян, що там проживають. Ця теза була використана у 2014 році в дезінформаційній кампанії, яка виправдовувала анексію Криму і військове втручання на Донбасі. Кремль заявляв, що анексія українського півострова необхідна для захисту прав російськомовного населення від «неонацистів», що прийшли до влади після Майдану. Президент РФ представив себе як гаранта безпеки так званого «російського світу» і всіх співвітчизників, які проживають

за межами Росії. Одночасно Рада Федерації РФ надала повноваження президенту на використання військової сили в Україні з метою «захисту» російськомовних громадян. Щоб надати анексії історичне значення і політичну легітимність, Путін заявив, що це є «відновленням історичної справедливості» [60].

Історичний наратив, використаний для обґрунтування анексії Криму, стверджував, що саме там відбулося хрещення князя Володимира, що надавало Криму особливе, сакральне значення для Росії. Анексія була представлена як початок «об'єднання російських земель» і трансформації Росії з «звичайної» у «велику» державу. Також акцентувалося на ролі Криму в військовій історії Росії як місці знакових битв, що робило його стратегічно важливим регіоном, який необхідно захищати [28]. Підкреслювався той факт, що Крим є споконвічною російською територією [56].

До 24 лютого 2022 року демократії та міжнародні організації майже не реагували на численні акти агресії з боку Москви [42, 26, 51]: Росія здійснювала де-факто окупацію Придністров'я з 1992 року, брала участь у двох війнах у Чечні (1994–1996, 1999–2009), а також вчинила військову агресію проти Грузії у 2008 році та втрутилася в сирійський конфлікт у 2015 році. Крім того, вона надавала підтримку ХАМАС у конфліктах з Ізраїлем, фінансувала талібів для атак на американських військових в Афганістані у 2020 році та сприяла недемократичним режимам на африканському континенті. З 2014 року триває неоголошена війна проти України. Анексія Криму стала значущим кроком у глобальних планах Кремля, оскільки півострів став військовою базою для подальших дій на Близькому Сході. Відсутність доступу до водних ресурсів через припинення їх постачання Україною внаслідок колонізації півострова та його мілітаризації створило серйозну проблему для Москви. Утрата Криму через дефіцит води поставила б під сумнів імперські претензії Кремля, включаючи вплив у Сирії, та могла підірвати внутрішню стабільність путінського режиму. Атаки Кремля були зумовлені прагненням реваншу за поразку СРСР у Холодній війні.

Створюючи міфи про непереможність і формуючи альтернативну інформаційну реальність, лідери недемократичних країн почали вірити у власні вигадані конструкції, що й підштовхувало їх до агресивних дій.

Логіка, яку нав'язує Кремль, ґрунтується на тезі, що Україна є штучним утворенням, а отже, російське вторгнення має вигляд «легітимної боротьби» проти «антиросійських елементів» і «маріонеток Заходу». Кремль використовує термін «антиросійська» для надання окупації вигляду «справедливої війни», позиціонуючи Україну не як суверенну державу, а як «історичну територію», яка, на їхню думку, належить Росії. Це мовчазно виправдовує будь-які дії на українській землі як такі, що повертають її до російської сфери впливу.

Щоб підтримати цей наратив, російська пропаганда постійно підкреслює, що військові дії в Україні є не війною між двома сусідніми державами, а глобальним протистоянням між Росією та Заходом. Таке трактування підкреслює бачення Кремля про те, що Захід, а особливо атлантичні сили, вторгаються в «історично російські» сфери впливу, а Росія лише відстоює свої території та інтереси. Це дозволяє Кремлю заявляти, що окупація України є частиною боротьби за «відновлення історичної справедливості».

Кремль намагається переконати світову спільноту в тому, що українська нація є продуктом геополітичних інтриг західних країн, а сама ідея української ідентичності — результат змови, спрямованої на ослаблення Росії. У цьому наративі українці та росіяни зображаються як «єдиний народ» зі спільною історією та культурою, що начебто виправдовує необхідність об'єднання у спільному політичному майбутньому. Російське керівництво намагається нав'язати уявлення про війну як «захист» своєї нації від «неонацизму» та західних планів зруйнувати Росію.

Отже, цей підхід Кремля служить не лише виправданню агресивної політики, а й формує специфічну систему цінностей, де історичні факти перекручуються для досягнення політичних цілей. Такий наратив не просто створює вигідну для Кремля картину світу, а й намагається легітимізувати власні

агресивні амбіції, зміцнюючи міф про Росію як захисника справедливості та стабільності у власному регіоні та у світі загалом.

2.2 Основні сценарії та теми російської пропаганди в ЄС

Керівництво ЄС намагається вживати проактивних заходів для запобігання поширенню дезінформації, яка своєю чергою здатна негативно впливати на діяльність великої кількості інституцій Євросоюзу. 2017 року ЄС створив веб-сайт euvsdisinfo.eu для боротьби з дезінформацією з боку Росії [29]. На веб-сайті зазначено, що він був створений як частина кампанії ЄС проти дезінформації, яка має на меті «покращити прогнозування, оцінку та реагування на дезінформацію, поширювану Кремлем».

Стратегічним викликом сьогодні є оновлення формату реагування ЄС на російську дезінформацію. Цей факт являє собою протидію антидемократичній пропаганді, дезінформації та відвертій брехні. Така діяльність є частиною безпекової стратегії ЄС. Даний факт пов'язаний із тим, що в деяких країнах ЄС широко поширений зовнішній вплив на політику і вибори за допомогою різних форм дезінформації та викривлення достовірної інформації. Така діяльність вимагає значних ресурсів, що перевищують ті, які виділяються відповідними інституціями ЄС на оборону. Це призвело до того, що кожна з 27 країн-членів ЄС повинна розробити стратегії на національному рівні, які включають заходи з протидії деструктивній пропаганді та дезінформації.

21 січня 2019 року міністри закордонних справ Ради Європейського Союзу обговорили реалізацію Плану дій із протидії дезінформації, представленого Європейською Комісією в грудні 2018 року як пріоритетне завдання перед виборами до Європейського парламенту. Основну увагу приділили зовнішнім аспектам цього Плану, зокрема визначенню джерел дезінформації та посиленню ресурсів ЄС через обмін досвідом між державами-членами та інституціями ЄС. Також розроблялися інструменти для спільної боротьби з дезінформаційними кампаніями [12].

Європейський суд з прав людини закликав міжнародні онлайн-платформи, зокрема Facebook, Twitter і Google, активізувати зусилля в боротьбі з дезінформацією напередодні європейських виборів. Від цих платформ вимагали прозорості щодо політичної реклами, закриття фейкових акаунтів, маркування автоматично відправлених повідомлень та співпраці з науковими установами для перевірки достовірності інформації. Протягом січня-травня 2019 року онлайн-платформи щомісяця працювали в цьому напрямку, а Європейська Комісія готувала відповідні звіти для публікації в країнах ЄС [12].

29 січня 2019 року єврокомісар з питань цифрової економіки та суспільства Марія Габріель презентувала перший звіт, присвячений боротьбі з політичною дезінформацією. У своєму звіті вона відзначила наявність низки недоліків у підходах ЄС до протидії дезінформації та пропаганді. Зокрема, увагу було звернено на обмеження співпраці з провідними онлайн-платформами, такими як Facebook, Google і Twitter. Єврокомісар закликала ці компанії до активнішої участі в процесах верифікації інформації та усунення фейкових новин, підкресливши важливість прозорості та відповідальності в цифровому просторі [4]. Серед зазначених недоліків - наступні:

- 1) Оскільки дезінформаційні операції не мають кордонів, необхідний загальноєвропейський підхід, і всі країни ЄС повинні співпрацювати в цій сфері;
- 2) важливо, щоб плани реалізовувалися досить швидко, оскільки спостерігається брак дій щодо запобігання дезінформації; і
- 3) слід розширити «поле діяльності» у сфері онлайн-прозорості, щоб виявляти рекламу з прихованими політичними цілями [4].

Оголошення плану боротьби з дезінформацією та пропагандою мотивувало розробку нових правил, згідно з якими політична реклама під час європейських виборів повинна бути схвалена соціальними мережами, а плакати повинні публікуватися разом з іменами замовників.

У той же час представники Facebook вважають, що щодо політичних дій на платформі слід дотримуватися «золотої середини» та вживати запобіжні заходи для боротьби з дезінформацією, фальсифікаціями та деструктивною

пропагандою. Крім того, представники Facebook попереджають, що правила видалення політично чутливого контенту надто жорсткі. На їхню думку, це пов'язано з тим, що пости, які розпалюють ненависть, не повинні бути плутані з критичними висловлюваннями окремих політиків, які не подобаються комусь [37].

Боротьба з дезінформацією в країнах ЄС стає все більш активною, і в цій сфері активно використовуються можливості штучного інтелекту. Литовські розробники створили ШІ для пошуку фейкових новин в інтернеті. У вересні 2018 року в Брюсселі була представлена спеціальна комп'ютерна програма, що вже функціонує на повну, представникам робочої групи East StratCom та Європейської комісії [23].

Ця технологія заснована на алгоритмах, які здатні ідентифікувати певні сюжети й повідомлення в інформаційному контенті. Наразі система щоденно аналізує понад 10 000 матеріалів з більш ніж 500 литовських та російських веб-ресурсів. У майбутньому планується розширити її потужності до відстеження до 200 000 текстів на день [23].

У Франції російська інформаційна пропаганда була задокументована правоохоронними органами, і в цьому контексті був підготовлений проект закону з протидії фейкам. Президентська виборча кампанія 2018 року у Франції характеризувалася російським втручанням у ЗМІ та кібератаками і загалом була «брудною» за французькими стандартами. З огляду на масштаб загрози у сфері розвідки, Французький стратегічний огляд (*Revue stratégique*) оголосив, що дезінформація та її наслідки стали одним із пріоритетів безпеки. Як наслідок, Франція посилила заходи з контролю над ЗМІ на законодавчому рівні. Французькі регулятори тепер мають повноваження відкликати ліцензії телеканалів, щоб обмежити вплив основних джерел російської пропаганди на французьку аудиторію. До того ж, вони отримали можливість блокувати небажаний контент у соціальних мережах — платформі, яка стала потужним засобом для протидії російському інформаційному впливу. Такий підхід дозволяє не тільки обмежити доступ до пропагандистських матеріалів, а й

мінімізувати їхній вплив на суспільну думку, що особливо важливо у цифрову епоху, де дезінформація швидко поширюється через мережеві платформи [72].

У 2017 році у Фінляндії був заснований центр для протидії гібридним загрозам. Його засновники визначили серед основних загроз такі аспекти, як поширення дезінформації, кібератаки на інформаційні системи та інші форми атак, що використовують сучасні технології. Центр зосереджується на виявленні й нейтралізації гібридних загроз, які можуть мати серйозний вплив на національну та міжнародну безпеку [62].

Восени 2018 року США виділили 40 мільйонів доларів на протидію пропаганді з боку Росії, Китаю та Ірану. Кошти мали бути використані для виявлення дезінформації та взаємодії з місцевими соціальними мережами, неурядовими організаціями та ЗМІ. Зокрема, кошти призначалися для розгортання технологій раннього виявлення дезінформації, аналізу міжнародних аудиторій, найбільш вразливих до дезінформації, та розвитку ефективної взаємодії з впливовими гравцями, неурядовими організаціями та журналістами на місцевому ринку соціальних мереж [44].

На саміті «Великої сімки» (G7), який відбувся влітку 2018 року в Канаді, країни домовилися створити нову систему захисту, спрямовану на боротьбу з деструктивною пропагандою. Зокрема, країни G7 домовилися створити систему захисту від пропаганди та маніпуляцій за допомогою «механізму швидкого реагування». Мета цієї системи полягає в тому, щоб країни координували свої дії щодо боротьби з підривної пропагандою.

Це мало забезпечити швидке та скоординоване реагування на маніпуляції, пропаганду та іншу «неприйнятну поведінку» або спроби дестабілізувати відповідну країну. Держави-члени G7 планували аналізувати та обмінюватися даними про такі розвідувальні атаки за допомогою цієї нещодавно створеної оборонної системи. В «ідеальних ситуаціях» відповідь на атаки повинна бути організованою та передбачається, що вона буде здійснюватися шляхом кампаній і санкцій [44].

У внутрішній політиці інформаційна війна проявляється через пропагандистські протистояння та підбурювання між політичними опонентами, часто з більш складним і маніпулятивним змістом, наприклад, ігри та змови, в яких використовуються всілякі аргументи, звинувачення, компромат (зі скандалом) і приховані від громадськості трюки.

Західні експерти вважають, що розвиток інформаційно-комунікаційних технологій має потенціал для забезпечення демократичних суспільств високим рівнем прозорості, а також швидкого доступу до достовірної й якісної інформації [54]. Однак маніпуляції, свідоме спотворення фактів та розповсюдження неправдивих відомостей, до яких вдаються, зокрема, російські державні медіа та так звані «фабрики тролів», серйозно впливають на громадську думку, поширюючи недовіру й плутанину.

Як зазначає Я. Кoen, керівник технологічного інкубатора Google Jigsaw, Україна наразі перебуває під тиском дезінформаційної війни, що розгортається на трьох основних фронтах. Перший — це атаки, націлені на підрив політичної системи України, їхня мета — підірвати довіру громадян до державних інститутів і процесів. Другий фронт охоплює дезінформацію, яка спрямована на ослаблення відносин між Україною та її союзниками, створюючи напругу в міжнародних зв'язках. І нарешті, третій аспект — це інформаційні напади, що підтримують військові операції, які ведуться як на сході України, так і в інших стратегічних регіонах [39].

Протягом десятиліть Україна була на передовій російської інформаційної війни. Анексія території Автономної Республіки Крим, початок збройного конфлікту в Донецькій і Луганській областях та прямі напади на Україну відбувалися паралельно з активною інформаційною війною, в якій дезінформація поширюється вільно, масово і швидко.

Проти України ведеться повномасштабна війна: «гібридна» за формою, «асиметрична» за змістом. Кремлівські фейки та викривлення про Україну є абсурдними та емоційними. Україна - не перша країна, яка піддається

кремлівській дезінформації, але тут інформаційні атаки здійснюються на тлі прямої військової окупації.

Медіа є справжньою зброєю в гібридній війні. Поширення ідеології «російського світу» сприяло інформаційній агресії Росії. Тому цей вплив був найбільш ефективним там, де українська ідентичність була найслабшою, а саме в Криму та на сході України. Інформаційна безпека в умовах гібридної війни є одним із пріоритетів захисту національного суверенітету і незалежності України, національних інтересів, соціальної інтеграції та відновлення територіальної цілісності [45, с. 148-149].

Росія продемонструвала свою здатність використовувати асиметричну та інформаційну діяльність (обман, інформаційно-психологічні операції, соціальні мережі, супутникову пропаганду, методи колишнього радянського зразка) для досягнення своїх політичних та військових цілей [124].

Що стосується української та російської пропаганди, то необхідно відзначити не тільки пропаганду, але й феномен «війни смислів і цінностей». Для поширення таких смислів використовуються всі види дезінформації, але одним з основних елементів є симулякри, тобто копії речей, яких не існує в реальності. До симулякрів належать «фашисти в Києві», «звірства каральних батальйонів», «розіп'яті діти», «використання Україною забороненої зброї» тощо. Основне завдання використання симулякрів - підмінити об'єктивні уявлення цільової аудиторії про природу конфлікту ідеями, які потрібні агресору [39].

Слід зазначити, що метою російської пропаганди є не презентація власних цінностей, а підрив суспільної підтримки європейських цінностей та наративів [59, с. 125–126]. Крім того, добре скоординована, цілеспрямована і добре фінансована пропагандистська кампанія Росії поки що не зустрічає ефективного опору.

Політолог П. Бурковський (Фонд «Демократичні ініціативи» імені Ілька Кучеріва) стверджує, що «пропагандистська кампанія підконтрольних російському уряду ЗМІ (друкованих та електронних), які висвітлювали події в Україні в 2014-2016 роках, послабила єдність українського суспільства і була

важливим інструментом для легітимізації та реалізації планів Росії щодо руйнування держави» [59].

Російські ЗМІ підтримують правлячу еліту та її цілі. Ці цілі включають, серед іншого, посилення розколу між українським суспільством і країнами ЄС, легітимізацію анексії Автономної Республіки Крим та заперечення її причетності до війни на сході України. У відповідь на події в Україні та світі Російська Федерація створила різні наративи щодо себе та Заходу [167].

Російська Федерація намагається повернути втрачені сфери впливу, розгорнувши гібридний наступ на західну цивілізацію. Український дослідник І. Тодоров зазначає, що, проаналізувавши офіційні російські документи [військову доктрину, доктрину інформаційної безпеки та зовнішньополітичну концепцію], можна стверджувати, що для Російської Федерації сучасний світ - це світ конфронтації, а її методи охоплюють низку сфер, у тому числі й інформаційну політику. Дослідники підкреслюють довгостроковий, спланований, комплексний і послідовний характер російських розвідувально-психологічних операцій [59].

Першим етапом інформаційної війни є активна розробка комплексів і методів впливу на свідомість людини. Наступний етап - поширення стереотипів. Стереотипи особливо ефективні, коли поширюються в поєднанні з порівняннями, тобто коли кілька явищ порівнюються в часовому вимірі [48]. Однотипність меседжів та їх одночасне повторення/поширення різними можливими каналами може вказувати на пропагандистський характер роботи російських ЗМІ [3].

Російська пропаганда використовувала різні методи для створення різних наративів проти України та Заходу в міру розгортання подій. Одними з найважливіших антиукраїнських наративів російської пропаганди є наступні.

«Україна - невдала держава»

Поширюються такі ідеї, як створення «Буджацько-Бессарабської республіки» в Одеській області або надання автономії Закарпатській та Чернівецькій областям. За даними СБУ, такі меседжі поширювалися через

діяльність українських сепаратистських організацій, які координуються Російською Федерацією [63].

«Українцям потрібна нова влада»

У 2014 році російські ЗМІ часто і систематично використовували термін «режим», супроводжуючи повідомлення про те, що в результаті підтриманого США Євромайдану відбувся антиконституційний переворот. Пізніше, однак, російські телеканали змінили свою риторику [90] на «київський режим» або «київська влада» [167], і часто повторювали меседжі прихильників «фашистської ідеології». Росія ототожнюється з легітимністю і розвитком, а протестні сили - з хаосом і залежністю від ЄС і США [38].

«Україна - країна хаосу та екстремізму»

Такі інциденти висвітлюються основними ЗМІ. Наприклад, про збройні сутички між «Правим сектором» і народним депутатом М. Ланьо в Мукачевому в липні 2015 року російські канали повідомляли більше, ніж про «Демократичну республіку»/«Вільну асоціацію прав людини». Водночас трансливалася теза про сепаратизм між росіянами та угорцями і про те, що після таких інцидентів Україна буде виключена з системи безвізового режиму з ЄС [2].

«Україна як ворог Росії»

Російські ЗМІ постійно повторюють ідею про те, що серед українців і західних політиків існує русофобія. Видалення радянської символіки, зміна назв вулиць і просування української мови в теле- і радіопередачах розглядаються як русофобські [40].

«Антисемітська Україна»

Пропагандистські ЗМІ також поширювали ідеї про антисемітизм в Україні, штучно розпалюючи міжнаціональну ворожнечу: На початку 2014 року кремлівські ЗМІ та політична верхівка активно використовували тему антисемітизму для легітимізації необхідності «возз'єднання Криму з Росією» як [40].

«Вбивство інакомислення та відсутність свободи вираження поглядів в Україні»

Наступний наратив про Україну і Захід стосується відсутності свободи вираження поглядів в Україні та переслідування опозиції. Україна забороняє російські пропагандистські телеканали, що Росія трактує як порушення Конституції та відсутність простору для альтернативних поглядів, а заборона Росією соціальних мереж зображує Україну як північнокорейську країну.

«Україна порушує Мінські угоди»

Основна теза цього наративу полягає в тому, що Україна перешкоджає, зриває і не виконує Мінські угоди. Це підтверджується повідомленнями про злочини, скоєні українськими військами в зоні АТО, та заявами лідерів так званих «ДНР/ЛНР» про використання забороненої зброї [167].

Росія позиціонується як єдиний послідовний учасник мирного процесу, єдина країна, яка намагається переконати інших учасників Нормандського формату, єдина країна, яка займає незалежну від США позицію і єдина країна, яка намагається забезпечити дотримання Україною мирних умов. Зростає риторика про те, що європейські політичні сили виступають за зняття санкцій з Росії та відновлення співпраці, а також про те, що негативний вплив санкцій проти Росії на ЄС є перебільшеним. При цьому особлива увага приділяється дискредитації Президента України, члена Нормандської четвірки та учасника мирних переговорів [3].

«Росія не бере участі в подіях в Україні»

Росія є лише миротворцем, а Мінські угоди, які «зупинили» обстріли Донбасу, були підписані лише завдяки зусиллям російського президента. Вся відповідальність за порушення режиму припинення вогню лежить на українській армії, добровольчих формуваннях (над якими центральний уряд не має контролю) або на політиках, яким війна потрібна для захоплення влади [167].

У другому кварталі 2014 року була проведена інформаційна операція зі створення незалежної «новоросійської ідентичності». Такі меседжі були спрямовані на мобілізацію українського населення проти нової української влади [3].

Водночас події в Україні сприймаються як «громадянська війна», спричинена втручанням Заходу в події на Майдані, а «український сценарій» - як модель намірів Заходу щодо Росії, яку можна застосувати у разі внутрішніх проблем або заворушень проти уряду. Російська пропаганда маніпулює масами і зображує події в Україні та пов'язані з нею так, як це потрібно Росії [49, с. 24–25].

Тому ЄС наразі надає великого значення розробці та впровадженню ефективних механізмів боротьби з підливною пропагандою та дезінформацією, включаючи модернізацію європейської стратегії протидії розвідувальному впливу Російської Федерації.

Серед факторів, що ускладнюють боротьбу з кіберзлочинністю, є неповна імплементація положень Конвенції Ради Європи про кіберзлочинність у національне законодавство. Зокрема, йдеться про обов'язкове зберігання й надання телекомунікаційними операторами та інтернет-провайдерами інформації, яка необхідна для розслідування кіберзлочинів на запит правоохоронних органів. Додаткові труднощі створюють механізми, які використовують провайдери для трансляції мережевих адрес, що ускладнює ідентифікацію конкретних користувачів мережевих послуг.

Використання злочинцями цифрових технологій та інтернет-сервісів ще більше ускладнює ситуацію. Сучасні технології, як-от TOR, I2P, криптовалюти та виділені сервери зв'язку, надають злочинцям можливість приховувати свою ідентичність і уникати викриття. Зокрема, анонімні мережі дозволяють користувачам залишатися невидимими в інтернеті, що суттєво ускладнює отримання важливих доказів і робить розкриття злочинів більш складним завданням. Ця проблема вимагає комплексних заходів, поєднання нових методів контролю та вдосконалення національного законодавства для забезпечення ефективного розслідування кіберзлочинів.

2.3 Використання соціальних мереж та онлайн-ресурсів для поширення пропаганди

Сучасна інформаційна війна полягає в маніпулюванні інформацією з метою здобути перевагу над противником. Цей процес включає не тільки поширення дезінформації, але й формування специфічного наративу, який впливає на суспільну думку. Такі кампанії можуть використовувати емоційні тригери, щоб посилити вплив на масову аудиторію, створюючи ілюзію правдоподібності навіть у відверто хибних фактах. Інформаційна війна спрямована на підриг довіри до державних інституцій, що може дестабілізувати соціальну й політичну ситуацію в цілій країні. Вона також часто діє через соціальні мережі, які надають можливість швидко охопити велику кількість людей, поширюючи потрібні меседжі.

Інформаційний вплив (операції) російських пропагандистських агентств можна звести до таких основних груп:

- провокації та дезінформація російської розвідки за участі неурядових організацій та ЗМІ, що фінансуються російською владою та спецслужбами;
- використання спеціальних каналів зв'язку, таких як книги, фільми, спеціально структуровані телевізійні програми, пам'ятники, позитивні образи минулого;
- проведення та публікація тенденційних досліджень у російських наукових, дослідницьких та академічних установах;
- офіційні заяви представників державних структур та високопосадовців;
- висвітлення спеціальних подій та провокацій за участю силового (військового) апарату Росії;
- участь спеціально підготовлених груп людей у провокаціях та їхнє висвітлення;
- вплив інформації на рівні міжнародних організацій і конференцій;
- створення та просування різноманітних оцінок;

- заяви іноземних політиків та громадських діячів («лідерів думок» для певних фокус-груп);
- діяльність «лідерів думок» в інформаційному полі.

У кожній із цих груп ретельно розроблена дезінформація є ключовим, якщо не найважливішим елементом інформаційної війни.

Діяльність російських військових у рамках психологічної операції проти нашої країни можна умовно поділити на наступні напрямки:

- міжнародні операції – для підриву довіри до України на світовій арені та нав'язування ідеї провалу реформ корупція як тенденція до скорочення допомоги (що означає зняття санкцій з Росії та припинення поставок летальної зброї українським військовим). Крім того, активно використовуються історичні аспекти польсько-українських стосунків, наприклад, трагічна історія Волині;

- район проведення операції Об'єднаних сил та діяльність на тимчасово окупованих територіях. Основна мета атак російської розвідки – підірвати довіру до українських військових. Окрім «промивання мізків» населенню, робиться все можливе для деморалізації збройних сил. Поширення паніки, чуток про зраду та електронних листів з погрозами не припиняється навіть після оголошення «режиму тиші». Таку діяльність в основному здійснює ГРУ ГШ ЗС РФ.

Інформаційним приводом для таких дій часто слугують новини про внутрішню дестабілізацію з лінії фронту, які здебільшого подаються як незначні і на тактичному рівні, але стратегічно важливі з точки зору розвідки. Також варто відзначити вміле використання «корисних ідіотів» – політиків, експертів, політичних сил та груп громадянського суспільства.

Центр аналізу європейської політики спробував надати глибоку та об'єктивну оцінку поточного стану та основних характеристик сучасної російської пропаганди [43]. На основі отриманих результатів у звіті «Рекомендації щодо боротьби з пропагандою: тактичні, стратегічні та довгострокові», серед іншого, зазначається, факт російської пропаганди та дезінформації, покликаної заплутати та відвернути увагу. Росія прагне зменшити громадську підтримку євроатлантичних цінностей з метою збільшення власної

відносної влади. Етнічні, регіональні, мовні, соціальні та історичні відмінності стають інструментом маніпуляції паралельно з підтримкою опозиційних рухів для посилення та легітимізації свого впливу. Гібридний підхід до консолідації влади передбачає Російську пропаганда в Європі як одну зі складових частин такого підходу. Пропаганда стає дедалі витонченішою, інтенсивнішою, масштабнішою та ефективнішою. Російські (не)розвідувальні операції ретельно плануються, ретельно обираються, добре фінансуються і професійно проводяться [43].

Розглядаючи причини нездатності Заходу протистояти інформаційній та психологічній війні Росії, прихильники стверджують, що, не дивлячись на свою економічну та воєнну перевагу над Росією, Захід не в змозі протистояти неефективній пропаганді Росії, правильно вказують на факт нестачі відповідного рівня уваги та контролю, який він має у своїх боях. Західні демократії не мають (і ніколи не матимуть) такого ж рівня влади над ЗМІ, бізнесом та інтелектуалами, як Росія. Уряди Європи та США приділяють мало уваги масштабам і глибині російської загрози. Це відбувається тому, що вони значною мірою забули навички, набуті за часів «холодної війни».

Для підвищення ефективності своєї інформаційної війни спецслужби Російською Федерацією проводять активну діяльність за допомогою засобів масової інформації не тільки у власній країні, але й у інших державах, особливо тих, які межують з Україною. Джерела інформації шукають прямий контакт з іноземними газетами і журналами, інформаційними організаціями, радіо- і телестанціями, комерційними виданнями та іншими іноземними ЗМІ. Зловмисники аналізують інформацію у власних інтересах і використовують її для створення інформативно-психологічного впливу через ЗМІ, політичних і офіційних представників та різні неурядові організації.

Характерною особливістю російської дезінформації є її поширення багатьма мовами та регіонами світу. Останні тенденції свідчать, що дезінформаційні операції, які проводяться представниками деяких іноземних держав проти України, стали одним з найважливіших питань національної

безпеки. Інтенсивність і масштабність дезінформації про нашу країну в ЗМІ цих країн свідчить про те, що ці публічні особи постійно вдосконалюють свої прийоми і навички в проведенні дезінформаційних операцій на антиукраїнському напрямі.

З цього випливає, що наша країна сьогодні знаходиться під дією дуже серйозної загрози в сфері інформаційного поля не лише з боку російських пропагандистів, але й з боку представників іноземних політичних і соціальних еліт. Ці люди використовують інформаційні ресурси країни для впливу на суспільну свідомість шляхом інформативно-психологічного впливу, і своєю риторикою сигналізують про новий етап у веденні інформаційної війни.

Російська влада використовує підконтрольні ЗМІ та «тролінг» у соціальних мережах для просування пропаганди та створення альтернативної реальності до того, що відбувається насправді. Як наслідок, у свідомості російських громадян Україна повністю залежить від Заходу, а федералізація України та подальший поділ між сусідніми країнами розглядається як «питання кількох років».

Після того, як Росія активізувала свою дезінформаційну війну проти України в 2014 році, стали зрозумілими масштаби впливу систематичного поширення дезінформації та дезінформації на Східну Європу. В очах Кремля дезінформація та пропаганда є інструментом зовнішньої політики, поряд з жорсткими та м'якими інструментами тиску [85, 136]. Більше того, поширення дезінформації та пропаганди являють собою добре відомий підхід з метою отримання значної кількості аргументів та доказів кремлівському наративу, особливо під час військових операцій. Так, М. Гріффін Г. Сімонс [147, 108], А. Міскімон, Б. О'Лафлін та Л. Розел [Помилка! Джерело посилання не знайдено.] стверджують, що уряди і політичні групи використовують ЗМІ для поширення визначених наративів з метою впливу на сприйняття і ставлення національної та міжнародної аудиторії до конфлікту, його причин і наслідків, а також для впливу на військову політику. Ці наративи можуть посилювати або послаблювати громадську підтримку.

Російський наратив періоду після закінчення холодної війни в більшій мірі пов'язаний з військовою загрозою, яку несе розширення НАТО, та позицією Росії у світі [76, 145]. Таким чином, головна мета наративів Кремля полягала в тому, щоб представити російську політику як оборонну і виправдану протистоянням із Заходом [116, 130]. Однак ці наративи не користувалися підтримкою більшості країн Центральної Європи, а надто Румунії, і цей факт змусив російське керівництво переглянути елемент інформаційних маніпуляцій у своїй політиці в регіоні.

Російський наратив щодо Східної Європи широко представлений в академічному дискурсі. Тут зазначено російську дезінформацію і пропаганду як добре скоординовану і таку, що враховує специфіку кожної країни, яка відображається в індивідуальних наративах і способах вираження [82, 112]. Тому в деяких країнах, таких як Румунія, Кремль змістив свій дискурс від понять «пропаганда» та «історичний ревізіонізм» до понять історичного розмивання, «постійного забування фактів», неправдивих тверджень і технології теорії змови, які спрямовані на те, щоб занепокоїти, заплутати і ввести в оману громадську думку, тим самим посилюючи атмосферу страху і тривоги [**Помилка! Джерело посилання не знайдено.**, 150, 159]. Однак проблемні відносини між Бухарестом і Москвою підвищили стійкість дезінформації в Румунії, а Кремль розвинув відносини з ультраправими і популістськими політиками і групами, які часто поширюють антизахідні і націоналістичні настрої, а також повторюють і наслідують націоналістичним, антиіммігрантським, ревізіоністським та іншим неліберальним ідеологіям [107, 146, 154].

Основним підходом російської дезінформаційної кампанії в Румунії слід розглядаємо крізь призму антиросійських настроїв у суспільстві та сприйняття російської держави, яке ґрунтується на переконанні, що Росія є «природним ворогом» [107,с.61]. Такі настрої були сформовані складними та суперечливими двосторонніми відносинами після російсько-турецької війни. Під гаслом «звільнення від османського панування» Росія оголосила війну румунській території, завоювала частину Балкан і сприяла їхньому спустошенню. Політика

царської Росії щодо Молдавії та Валахії викликала розчарування серед румунів, які все більше сприймали російську державу як загрозу [107, с. 56–57].

Ворожість між двома країнами посилювалася протягом 20-го століття і переросла в «постійну неприязнь до Росії» через її територіальне домінування [107, с.10], і звички, які не сприяють майбутнім взаємним інтересам [80]. Ситуація змінилася, коли Румунія вступила до НАТО і ЄС, а Кремль став вороже ставитися до Бухареста. Окрім того, тісною співпрацею Румунії у сфері безпеки та оборони зі США та активною підтримкою проєвропейської зовнішньої політики Молдови та України Росія отримує провокацію, і в румунських ЗМІ відбувається активізація інформаційної кампанії, спрямованої на зменшення ненависті у румунського народу до Росії [106].

Водночас агресивна політика Росії щодо своїх сусідів, зокрема протидія врегулюванню Придністровського конфлікту в Молдові, війна в Грузії у 2008 році та війна в Україні з 2014 року, призвела до зростання негативного ставлення до Росії в Румунії.

Стратегія національної оборони Румунії на 2020-2024 роки прямо називає Росію та її дії джерелом нових ризиків і загроз, що сприяють погіршенню безпекової ситуації та стабільності в регіоні. У Стратегії прямо зазначено, що «агресивна позиція та посилення агресії/наступу Російської Федерації, доповнені тактикою дезінформації та пропаганди, яку використовує Російська Федерація, призвели до ескалації нинішньої напруженості в регіоні» [153, с. 23]. Крім того, стратегія Кремля щодо «озброєння інформації» за допомогою дискурсів, які підривають фрагментарну співпрацю, підживлюючи безлад і підозри в регіоні, різко посилила занепокоєння Румунії щодо безпеки **[Помилка! Джерело посилання не знайдено.]**.

Водночас показано «іммунітет» [107, с. 32] або так званий «органічний щит» Румунії проти дезінформації та контрпропаганди [109]. Посилаючись на складну історію та досвід російсько-румунських відносин, аналітики стверджують відсутність підстав відчувати ностальгію за Радянським Союзом. На протиставлення країнам Балтії та Болгарії, які мають велику російську меншину,

Румунія не має тісних культурних зв'язків або сильного впливу з Російською православною церквою, а мовний бар'єр робить її менш вразливою до кремлівського сценарію. Крім того, в країні немає сильних політичних груп з чіткою проросійською позицією. Існують деякі ультраправі групи та популістські політичні сили, які були створені останні кілька років, до прикладу Revista Rost і «Альянс за румунську єдність», але вони не мають значного впливу. В економічному плані Румунія не дуже вразлива до примусової політики Росії; на торгівлю з Росією припадає лише 1,4% експорту і 4,8% імпорту [156].

Багато аналітиків розглядають Румунію як один з кейсів, що демонструє неефективність агресивної політики Кремля у Східній Європі, зокрема російської пропаганди та риторики, спрямованої на легітимізацію широкомасштабної окупації України.

Тому, окрім фізичного наступу на східному фронті, Росія також розгортає масштабний наступ на інформаційному фронті, прагнучи зменшити обсяги політичної підтримки та різних форм допомоги з боку західних країн і послабити обсяг санкцій, запроваджених світом проти країни-агресора.

З цією метою, згідно зі звітом Генерального директорату ЄС з питань комунікаційних мереж, контенту і технологій, у перший рік широкомасштабної війни Росії проти України в Європейському Союзі (ЄС) безперервно проводилася велика кількість дезінформаційних кампаній проти України через соціальні мережі, при цьому дезінформація Кремля проти України та її союзників охопила щонайменше 165 мільйонів глядачів і понад 16 мільярдів переглядів [98].

Масштаби такої діяльності підтверджуються аналізами, проведеними спеціалізованими установами ЄС і НАТО. Про те, що ці кампанії були розпочаті владою Російської Федерації (РФ), свідчить їх організований характер, копіювання заяв російських офіційних осіб і контенту державних ЗМІ (таких як RT і Sputnik), а також місце розташування Російська Федерація була. IP-адреса облікового запису на території РФ. Дезінформаційні кампанії в Російській

Федерації, зокрема, спрямовані на підтримку консенсусу щодо підтримки ЄС, виправдання російської агресії та приховування російських військових злочинів.

Меседжі в основному базуються на офіційних поглядах, яким надає перевагу російський уряд: Україна - нацистська держава, Росія захищається від агресії НАТО, український уряд сам організував численні масові вбивства цивільних осіб і звинувачує в них Росію без жодних доказів, західні ЗМІ дезінформовані про війну, західні ЗМІ дезінформовані про війну. Українських біженців цинічно зображують як фашистів і бандитів, які скоюють злочини і отримують привілеї за рахунок власного суспільства, особливо в Болгарії, Чехії, Естонії, Латвії та Польщі. Санкції спричиняють серйозні економічні проблеми для самого ЄС.

Інформаційні кампанії про звірства, скоєні російськими військами, особливо в Бучі, набули найбільшого поширення в Європі. За даними робочої групи East StratCom (EUvsDisinfo.eu), 4-5 квітня 2022 року пов'язані з Росією тролі розпочали масовану атаку в польському інтернеті з метою відвернути увагу від воєнних злочинів російських військових або перекласти провину на так званих «українських нацистів». Напад підкреслив схожість між різаниною, описаною у книзі, та подіями на Волині, у електронних листах і твітах до польських політиків і ЗМІ згадується Волинська трагедія. [152].

Кампанії часто проводяться з використанням фейкових акаунтів, тролів і ботів для поширення дезінформації в соціальних мережах, часто на кількох платформах одночасно.

Дедалі більше кампаній використовують штучний інтелект для створення фейкових акаунтів користувачів, фотографій, відео та супутникових карт і одночасного надсилання масових повідомлень шляхом відтворення псевдонаукових публікацій, а також сайтів, що імітують відомі новинні платформи, такі як BBC, CNN та DW. Кампанії проводяться національними мовами країн ЄС та російською. У багатьох країнах, включаючи Нідерланди, Францію, Німеччину та Польщу, російська дезінформація поширюється ультраправими колами [170].

У рамках санкцій, ухвалених у березні та червні 2022 року, ЄС заборонив європейським операторам транслювати п'ять російських державних каналів з метою дезінформації: «Спутник», RT та його дочірні компанії, «Россия РТР/РТР Планета», «Россия 24/Россия 24», «ТВ Центр International» [132].

Ця заборона стосується всіх засобів розповсюдження та розповсюдження в ЄС, наприклад кабельного, супутникового, інтернет-телебачення, платформ, веб-сайтів і програм. Крім того, норми Європейського Союзу забороняють будь-яку свідому діяльність, спрямовану на обхід згаданих вище санкцій. У липні 2022 року Генеральний суд ЄС відхилив апеляцію RT France через порушення її свободи вираження поглядів [142].

Відповідно до Директиви про аудіовізуальні медіа-послуги, кілька держав-членів ЄС, а саме Литва, Естонія, Польща та Латвія, також ввели обмеження діяльності інших російських ЗМІ на своїй території.

У квітні 2023 року ЄС погодив оновлені механізми боротьби проти дезінформації в рамках переговорів стосовно положень Закону про цифрові послуги (DSA), що набув чинності у 2024 році. Провідні пошукові системи та онлайн-платформи повинні впровадити прозорі системи моніторингу та видалення шкідливого та незаконного контенту, в тому числі дезінформації. Зовнішні аудити оцінюватимуть відповідність законодавству ЄС, за недотримання якого передбачені штрафи до 6% річного обороту [137].

У червні 2022 року ЄС ухвалив оновлений кодекс поведінки для боротьби з дезінформацією. Це включає рекомендації для країн ЄС, включаючи співпрацю з основними платформами [99]. Однак Кодекс поведінки не містить конкретних правил щодо видалення небезпечного контенту.

ЄС також має власний, хоч і невеликий, потенціал для виявлення дезінформації під виглядом оперативної групи системи раннього попередження та East StratCom Task Force, яка налічує десятки людей. Наприклад, витрати ЄС на протидію дезінформації в період з 2015 по 2020 рік становлять лише 50 мільйонів євро [100].

Незважаючи на санкції, контент RT і Sputnik продовжує поширюватися через соціальні мережі в країнах-членах ЄС. Зокрема, заборонені матеріали поширюються через неавторизовані акаунти (боти/тролі) та окремих користувачів, які навмисно чи ненавмисно копіюють або посиляються на контент з веб-сайтів. Російські журналісти поширюють такий контент через власні акаунти в соціальних мережах, активні в ЄС. Доступ до заборонених медіа можливий за допомогою VPN-сервісів та отримання, наприклад, IP-адреси з Сербії, яка не підпадає під санкції ЄС. Низький рівень виявлення таких практик з боку платформ пов'язаний здебільшого з відсутністю в командах з дезінформації співробітників, які розмовляють мовами країн ЄС.

Крім того, боротьба з дезінформацією про Україну ускладнюється довільним тлумаченням правил, прийнятих соціальними мережами для блокування або видалення контенту, про який повідомляють користувачі. Жодна з основних платформ не заборонила повністю підтримувані Кремлем акаунти, такі як офіційні акаунти російських посольств або особисті акаунти кремлівських чиновників. Як наслідок, Росія змогла продовжувати дезінформацію і спрямовувати свою військову пропаганду на міжнародну аудиторію. Таким чином, Росія змогла відновити значну частину обсягу мовлення, втраченого в результаті обмежувальної політики ЄС щодо російських державних ЗМІ, і отримати до 300 мільйонів переглядів на тиждень через особисті акаунти високопоставлених кремлівських чиновників (таких як Дмитро Медведєв). Генеральний директорат з питань мереж, контенту та технологій [**Помилка! Джерело посилання не знайдено.**].

Варто також зазначити, що російські актори навчилися обходити модерацію контенту на деяких онлайн-платформах. Про це з гордістю заявила директор RT Маргарита Симоньян у програмі «Вечір з Володимиром Соловйовим», де вона похвалилася «партизанською тактикою», яку використовує на YouTube [121].

Однією з головних перешкод у боротьбі з дезінформацією є повсюдність і відносно низька вартість сервісів для проведення кампаній. Наприклад, готове

програмне забезпечення для створення фейкових фотографій акаунтів у соціальних мережах доступне в Інтернеті; до 2021 року понад 100 000 фейкових взаємодій (лайків, переглядів і коментарів) у Facebook, Instagram, YouTube, Twitter, Tiktok і ВКонтакте можна буде придбати приблизно за \$300 [102].

Небезпека фейкових акаунтів полягає в тому, що як споживачі інформації багато людей схильні ототожнювати частоту, з якою вони стикаються з певною новиною або реагують на неї, з її ймовірною достовірністю. Навіть якщо аудиторія не схильна вірити відвертій брехні, дезінформація може досягти успіху, лише змусивши її засумніватися в певних фактах.

ЄС та неурядовим організаціям важко протидіяти російським маневрам. Це пов'язано з тим, що російські маневри апелюють до емоцій громадськості та підтримують хорошу репутацію. Такі наративи особливо ймовірно збільшують ризик для громадянського дискурсу, оскільки вони спрямовані на обман і промивання мізків аудиторії з питань, що мають життєво важливе суспільне значення – іноді навіть з питань життя і смерті.

Прикладом такої маніпуляції є поширення на європейських цифрових медіа-платформах сотень публікацій прокремлівських груп, які стверджують, що громадяни України несуть відповідальність за ядерну хмару, що наближається до ЄС [160]. Інші приклади спроб забруднити дезінформацією публічні дебати в європейських країнах включають заяви про те, що Європа залишиться без газу взимку або що Путін виграє війну, а НАТО піде з України.

Поширеність такої дезінформації зумовлена, серед іншого, стійким падінням довіри до традиційних ЗМІ в більшості країн-членів ЄС і, як наслідок, зростанням довіри до онлайн-джерел. У 2021 році довіра до телебачення становила 25% у Греції, 31% в Іспанії, 32% у Франції, 46% у Польщі та 47% в Угорщині [91].

Оскільки війна в Україні триває, російська дезінформація, спрямована на внутрішню та зовнішню аудиторію, посилюватиметься. Особливо в ЄС поширенню «небезпеки» українських біженців і негативного впливу санкцій на

ЄС сприятимуть загострення економічних проблем ЄС і демографічні зміни (особливо в Східній Європі).

Наслідки дезінформації важко оцінити, але в довгостроковій перспективі вона може послабити підтримку України в деяких країнах ЄС.

Важливо, щоб держави-члени ЄС і надалі зміцнювали свою спроможність протидіяти дезінформації про Україну, зокрема шляхом збільшення бюджету сектору Східного страткому. Для забезпечення імплементації Акту про цифрові послуги Комісія та держави-члени ЄС повинні збільшити кількість персоналу, що спеціалізується на виявленні дезінформації. Комісія також могла б сприяти співпраці між неурядовими організаціями та платформами щодо видалення санкційного медіа-контенту та зменшення можливостей для монетизації дезінформації. Регулярна стратегічна комунікація всередині ЄС також необхідна для боротьби з дезінформацією та сприяння критичному мисленню в суспільстві.

Висновки до розділу II

Другий розділ розкриває стратегії та інструменти російської пропаганди, які активно використовуються в країнах Європейського Союзу для досягнення геополітичних цілей. Аналіз свідчить, що ключовою метою російської пропаганди є дестабілізація політичної ситуації в країнах ЄС, підірив довіри до демократичних цінностей і формування альтернативного іміджу Росії як нібито надійного партнера.

Важливим аспектом дослідження стали геополітичні цілі, які Росія реалізує через інформаційний вплив. Було встановлено, що Москва прагне підірвати єдність ЄС, використовуючи міждержавні суперечності, економічні труднощі та загрози, пов'язані з міграційними потоками. Зокрема, за допомогою пропаганди висвітлюються економічні санкції проти Росії як шкідливі для європейських економік, що, в свою чергу, сприяє посиленню внутрішніх протиріч у ЄС.

Окрему увагу приділено аналізу сценаріїв і тем російської пропаганди. Виявлено, що вона зосереджується на дискредитації західних інститутів,

популяризації антидемократичних ідей та поширенні міфів про «моральний занепад» Заходу. Значну роль у цьому відіграє маніпуляція історичними подіями, використання символічних образів та конструювання фейкових наративів, таких як загроза «українських біженців» або неефективність демократичного управління.

Ключовим інструментом російської пропаганди стали цифрові технології, зокрема соціальні медіа та онлайн-ресурси. Дослідження показало, що Росія активно використовує алгоритми соціальних мереж для таргетованого впливу на різні соціальні групи. Завдяки цьому пропаганда стає максимально персоналізованою та ефективною, що дозволяє створювати ілюзію «народної підтримки» антидемократичних ідей.

Також було зазначено, що методи російської пропаганди часто базуються на так званій «стратегії рефлексивного контролю», яка спрямована на створення хаосу та дезорієнтацію. Ця стратегія поєднує використання фейкових новин, конструювання симулякрів (вигаданих образів, таких як «фашисти в Києві») та маніпуляції суспільними страхами. Все це спрямоване на послаблення європейських країн зсередини та формування вигідного для Росії інформаційного порядку денного.

Таким чином, другий розділ демонструє багатогранність російської пропаганди та її здатність адаптуватися до змінних умов інформаційного середовища. Отримані результати дозволяють зрозуміти глибину проблеми та важливість розробки дієвих механізмів протидії, зокрема шляхом посилення регулювання цифрового простору, підтримки критичного мислення та популяризації медіаграмотності серед населення ЄС.

РОЗДІЛ 3

НАСЛІДКИ ТА ПРОТИДІЯ РОСІЙСЬКІЙ ПРОПАГАНДИ В ЄС

3.1. Вплив пропаганди на громадську думку в ЄС

Сьогодні інформаційні впливи та пропаганда стали одними з головних інструментів гібридної стратегії Росії. Досвід показав, що успішність дестабілізаційної діяльності РФ значною мірою забезпечується саме через використання цих "гібридних" підходів. Оскільки єдність ЄС стає значною перешкодою для відновлення геополітичного впливу Росії, громадяни країн Євросоюзу залишаються основною цільовою аудиторією російської пропаганди.

До чинників, що сприяють ефективності такого інформаційного впливу на європейців, належать кілька аспектів. По-перше, різноманітність культур та широкий плюралізм думок у ЄС сприяли формуванню альтернативних, зокрема й проросійських, поглядів на події всередині союзу та за його межами. По-друге, стрімкий розвиток інформаційних технологій та інфраструктури комунікації дав можливість налагодити ефективні канали для поширення російського інформаційного контенту. Також можна виділити так зване "інформаційне зашумлення", коли потік другорядної інформації ускладнює пошук важливих і достовірних даних. Крім того, внутрішні кризи в ЄС, що несуть потенційну загрозу стабільності, генерують сприятливі приводи для проросійських медіа. Нарешті, суперечливі глобальні політичні процеси та втрата чітких орієнтирів розвитку також послаблюють стійкість ЄС перед зовнішніми інформаційними атаками.

Ці чинники створили умови для використання Росією так званої «організаційної зброї». Це поняття охоплює комплекс узгоджених дій — розвідувальних, пропагандистських, психологічних, інформаційних та інших — спрямованих на те, щоб систематично впливати на противника. Вплив цей спрямований так, щоб змусити іншу сторону діяти у вигідному для Росії напрямі, підтримуючи її стратегічні цілі.

Важливо зазначити, що ця «організаційна зброя» базується на добре структурованих і скоординованих методах, де кожен елемент підсилює інші. Наприклад, пропаганда посилює вплив психологічних операцій, які своєю чергою доповнюють розвідувальні заходи. Така стратегія несе двоєдину мету: вона не лише формує поведінку противника, а й підриває його здатність чинити опір.

Методи використання так званої «організаційної зброї», зокрема пропагандистських технік Росії, багато в чому повторюють підходи КДБ Радянського Союзу, але з урахуванням сучасних інформаційних технологій. На сьогодні експерти виділяють три основні елементи російської пропагандистської стратегії.

Перший елемент — це створення та поширення фейкових новин і сфабрикованої інформації. Такі матеріали є інструментом для маніпулювання громадською думкою, вони активно підтримуються у цифровому просторі.

Другий важливий аспект — це так звана стратегія «рефлексивного контролю». Замість прямої військової агресії цей метод фокусується на підштовхуванні противника до саморуйнівної поведінки. У соціальному контексті це може виражатися, наприклад, у підтримці шкідливих звичок, таких як надмірне вживання алкоголю чи наркотиків. Мета такої стратегії — послабити ворога зсередини через хаос та дезорієнтацію. Це досягається за рахунок надання спеціально підготовленої інформації, яка підштовхує опонента до прийняття рішення, вигідного стороні, що ініціює маніпуляцію.

Третій компонент — це «активні заходи». До них відносять дії, спрямовані на пряме втручання в політичні процеси країни, яку вважають ворогом. Це може включати підлив авторитету уряду, дискредитацію осіб та організацій, що можуть протистояти подібним діям, послаблення міжнародного іміджу держави та зіпсування її відносин із союзниками.

Ці елементи становлять фундамент сучасної російської пропаганди, яка націлена на комплексне маніпулювання та підлив внутрішньої стабільності опонентів, використовуючи новітні технології та досвід минулих десятиліть.

Росія використовує кілька основних «каналів» для поширення свого інформаційного впливу [14]. Серед них — телебачення та Інтернет, що забезпечують широке охоплення аудиторії. Іншим важливим інструментом є залучення європейських медіа та «незалежних» журналістів для поширення вигідних Москві поглядів.

Крім того, важливу роль відіграє російська діаспора, а також фінансування та підтримка проросійських громадських організацій за кордоном. Ще один напрямок — це фінансування крайніх політичних сил, як лівих, так і правих. Такий підхід має глибоке коріння: ще в СРСР на державному рівні існувала програма підтримки політичних організацій, близьких до ідеології Москви. Компартії, соцпартії й робітничі партії тоді активно діяли в США, багатьох країнах Європи, а також на Сході, в Африці та Латинській Америці [14].

Окрім того, Росія активно залучає аналітичні центри та думки експертів для впливу на громадську думку й формування сприятливих для себе наративів.

Російські мовники, які раніше мали значний вплив у Європі та світі, включають такі медійні структури, як міжнародне агентство новин «Russia Today» (RT) з каналом «Sputnik». Ці медіаресурси працювали через телевізійні канали, радіостанції, веб-сайти та соціальні мережі, активно поширюючи новини різними мовами [14].

На додаток до RT та Sputnik, на міжнародний інформаційний вплив працюють також російські інформ агентства, такі як «ИТАР-ТАСС», «РИА Новости» та «Интерфакс», з багатомовним мовленням. Зокрема, RT, яка прагнула стати альтернативою CNN або «Al Jazeera», на початку свого існування у 2005 році мала бюджет у \$30 мільйонів, але вже до 2015 року її фінансування зросло до \$320 мільйонів, а штат сягнув 1000 співробітників у 22 регіональних бюро по всьому світу [115].

Після агресії проти Грузії в 2008 році RT змінила свою політику, почавши мовлення різними мовами, що збільшило її аудиторію до приблизно 700 мільйонів людей, а загальна кількість переглядів на YouTube досягла 2 мільярдів [31, 21]. Однією з основних тактик цих медіа є стратегія «інформаційного

розмивання»: об'єктивні новини змішуються з неправдивою інформацією, щоб заплутати аудиторію, розмиваючи саме поняття правди. Такий підхід спонукає глядача вважати, що всі точки зору мають однакову цінність, а отже, й ЗМІ заслуговують однакової недовіри.

Як зазначив сам Путін, місія RT та Sputnik полягала в тому, щоб «зруйнувати англосаксонську монополію на глобальні новини» і стати протипологом західним ЗМІ, які, на його думку, «маніпулюють громадською думкою» [113, 41]. Згідно з даними ЮНЕСКО, інформаційне агентство ІТАР-ТАСС нині є четвертим за масштабом та впливом у світі серед інформаційних агентств і має 86 представництв за кордоном. Тим часом агентство «РІА» зосереджує свою увагу переважно на висвітленні подій усередині Росії, поступово втрачаючи колишню орієнтацію на зарубіжну аудиторію. На відміну від нього, «Интерфакс» зберігає репутацію авторитетного джерела, позитивно впливаючи на імідж Росії у світі. Аналіз відвідуваності цих ресурсів також допомагає зробити непрямі висновки про аудиторію цих медіа в різних країнах (рис. 2.1, рис. 2.2, рис. 2.3.).

Як свідчать дані графіки, найвища популярність серед європейської аудиторії російських медіаресурсів, таких як RT, ТАСС та Sputnik, спостерігається в Німеччині, Франції та Великобританії (рис. 2.1, рис. 2.2, рис. 2.3.). Такий фокус на цих країнах є не випадковим: вони відіграють ключову роль у формуванні політики ЄС (до виходу Великобританії з Євросоюзу). Ці держави визначають більшість стратегічних рішень, які ухвалюються всередині ЄС, тому вплив на їхнє суспільство є пріоритетним для російських інформаційних стратегій. Крім того, періоди виборчих кампаній у цих країнах, зокрема у 2016-2017 роках, створюють особливу можливість для маніпуляцій громадською думкою.

Також варто відзначити, що в Німеччині такі медіаресурси активно підтримують крайні ліві та праві політичні сили, які неодноразово виступали з критикою чинної політики канцлера. За оцінками експертів, на фінансування таких пропагандистських кампаній Кремль щорічно виділяє близько 2,6 мільярда

доларів, що дозволяє йому підтримувати широкомасштабний інформаційний вплив у Європі та інших регіонах [68].

Росія активно підтримує певні політичні сили в Європі, прагнучи розширити свій вплив. Яскравим прикладом є фінансова допомога, надана французькій партії «Національний фронт», яка мала значну популярність на виборах 2017 року у Франції. Хоча кандидатка партії врешті не перемогла, її кампанія отримала фінансування з російських джерел. Відомо, що в грудні 2014 року «Національний фронт» отримав 9,4 мільйона євро як кредит від банку «Перший чесько-російський банк», пов'язаного з Кремлем [14]. Додатково, ця партія отримала ще 30 мільйонів євро від іншої російської фінансової установи на підтримку виборчої кампанії у 2017 році. Така підтримка значною мірою пояснює відверто проросійську позицію Марін Ле Пен, лідерки партії. Раніше, у 2013 році, Жан-Марі Ле Пен, засновник партії, також отримав 2 мільйони євро від компанії на Кіпрі, очолюваної Юрієм Кудімовим, колишнім агентом КДБ і нині керівником російської інвестиційної фірми «ВЕБ Капітал», близьким до кремлівських структур [14].

У Німеччині Росія знайшла підтримку в особі партії «Альтернатива для Німеччини» (AfD), яка, ймовірно, може стати одним із інструментів впливу Кремля на Європейський Союз. Як і у випадку з французькою партією «Національний фронт», Москва, схоже, прагне посилити свою підтримку AfD, щоб створити фінансову залежність цієї політичної сили та використати її для поширення проросійської риторики. Відомо, що AfD фінансується, зокрема, через продаж золота, що, на думку експертів, може стати ще одним механізмом, за допомогою якого Росія зміцнює свою підтримку цієї партії — як через посередництво в торгівлі, так і через можливі кредити, схожі на ті, що отримувала Марін Ле Пен. Серед відомих членів AfD – Ірина Смирнова, яка має зв'язок із Санкт-Петербурзьким університетом [86].

Крім Німеччини, активну проросійську позицію займає угорська партія «Jobbik», що відкрито підтримує дії Кремля, включаючи визнання псевдореферендуму в Криму та нелегітимних виборів на Донбасі. Окрім цих

прикладів, Росія знайшла союзників серед інших європейських політичних сил, таких як латвійська партія «Latvijas Krievu savienība», болгарська «Атака», італійські «Forza Italia» та «Lega Nord», бельгійська «Vlaams Belang», німецькі партії «Die Linke» та «KPD», а також грецькі комуністичні та ультраправі партії, зокрема «Золотий світанок», і польська партія «Samoobrona Rzeczypospolitej Polskiej» [14].

За різними оцінками, загальні витрати Кремля на підтримку таких політичних об'єднань у Європі становлять близько 200 мільйонів доларів США [50].

У Європі ціла низка організацій активно підтримує політичний вплив Росії та сприяє лобіюванню інтересів Кремля, особливо у Великій Британії. Серед таких структур — The Westminster Russia Forum, Російсько-британська торговельна палата, The Russia Foundation і проросійська організація «Російський світ» (рос. – *русский мир*) [9]. Фінансування «Російського світу» здійснюється з російського федерального бюджету, і станом на 2016 рік воно досягло близько 5 мільйонів євро. Інші впливові російські організації, такі як «Россотрудничество» з річним бюджетом у 40 мільйонів євро і Фонд підтримки публічної дипломатії імені О. М. Горчакова з бюджетом в 1,1 мільйона доларів, також активно діють у Європі [50]. Як зазначає О. Панфілов, Фонд Горчакова здебільшого орієнтований на країни СНД, підтримуючи російськомовні видання, що просувають прокремлівську позицію [30].

Особливо потужний російський вплив простежується серед аналітичних центрів Франції. Так, Інститут міжнародних і стратегічних відносин (IRIS) є одним із головних лобістів російських інтересів у цій країні. Його керівництво активно просуває проросійську ідеологію, і деякі експерти організації мають зв'язки з російськими аналітичними центрами, такими як «Валдай» та «Observe», а також з франко-російською торговою палатою. Фінансування організації, за різними джерелами, також залежить від Росії. Крім IRIS, значну проросійську позицію впродовж тривалого часу займав Французький інститут міжнародних

відносин (IFRI), який отримував підтримку від «Газпрому». Проте, зі зміною керівництва, тон цього центру став нейтральнішим [151].

У 2016 році в Берліні запрацював дослідницький інститут «Діалог цивілізацій», заснований для об'єднання впливових експертів з усього світу. Одним із його співзасновників став Володимир Якунін — колишній керівник російської залізниці та близький соратник Володимира Путіна, який також входить до правління організації «Російський світ» [17]. Мета інституту полягає у формуванні платформи для експертного обміну ідеями та позиціями.

Схожі організації, з доволі нейтральними назвами, діють в інших країнах Балтії. До них належать латвійські «Інститут Європейських студій», «Європейський центр демократичного розвитку», «Центр Прибалтійських історичних та соціо-політичних досліджень»; литовські «Центр досліджень та захисту фундаментальних прав» і «Незалежний центр з питань прав людини»; та естонський «Світ культури». Незважаючи на нейтральну зовнішність, експерти пов'язують ці організації з російським проєктом «Світ без нацизму», що фінансується Москвою. Балтійські спецслужби звинувачують такі організації у поширенні прокремлівської пропаганди [123].

Діяльність таких центрів зосереджена на підтримці європейських політиків, забезпечуючи їх аналітичною підтримкою для ухвалення стратегічних рішень. Однак аналіз таких досліджень часто зводиться до кількох основних тез, зокрема до того, що Росія — ледь не єдиний гарант миру та стабільності в Європі. Поширюється думка, що Європа потребує Росії так само, як і Росія потребує Європи [123]. Серед популярних тез також наводяться твердження, що «русофобські» настрої поширюються за сприяння США, а санкції проти Росії нібито шкодять Європі більше, ніж самій Росії.

Після оприлюднення звітів ЦРУ США про втручання Кремля у виборчі процеси, зокрема в американські вибори, у Європейському Союзі посилилася увага до джерел російської пропаганди, її фінансування та впливу [115]. Водночас протидія російській пропаганді в Європі ще не досягла достатньої ефективності. Значною мірою це пов'язано з тим, що деякі європейські країни не

сприймають прокремлівські медіа і проросійські організації як серйозну загрозу. Крім того, офіційні документи ЄС на перше місце ставлять інші виклики для Європи, такі як тероризм, організована злочинність та кіберзагрози [94]. Водночас дослідження, проведене американським центром Pew, свідчить, що лише 30% європейців бачать ворожі дії Росії як істотну загрозу для ЄС [148], хоча конкретно питання поширення прокремлівської пропаганди у цьому опитуванні не порушувалося.

У 2015 році Європейський Союз створив оперативну групу Strategic Communication Task Force для аналізу інформаційних загроз, які надходять з боку Росії, та для формування позитивного образу ЄС у відповідь. Попри свою амбітну мету, ця група складалася лише з 11 членів і діяла без власного бюджету та чіткої стратегії, що обмежувало її ефективність. Значний крок у боротьбі проти дезінформації було зроблено в 2016 році, коли Європейський парламент ухвалив резолюцію про протидію російській пропаганді, в якій канали RT і Sputnik були визнані інструментами Кремля, спрямованими на дестабілізацію суспільної думки та поширення маніпуляцій. Резолюція закликала до збільшення фінансування для робочої групи та розробки стратегічного плану дій для посилення її можливостей [157].

Однак попри ці зусилля, у ЄС досі немає спеціалізованої структури, яка б безпосередньо займалася моніторингом і протидією інформаційній кампанії з боку РФ. Не було також проведено систематичного аналізу аудиторії російських медіа в Європі та їх контенту, що значно ускладнює оцінку впливу таких ЗМІ на громадську думку [127].

В числі окремих заходів, спрямованих на боротьбу з дезінформацією, можна виділити створення спеціалізованих організацій у різних країнах. У Чехії запрацював підрозділ, що спеціалізується на протидії пропагандистським впливам. Його діяльність охоплює як розвідувальні операції у соціальних мережах, так і навчання працівників державних структур методам розпізнавання та протидії інформаційним атакам [84]. У Польщі з аналогічною метою

функціонує Центр аналізу пропаганди та дезінформації, хоч і як незалежна організація, що не належить до урядових структур [61].

Німеччина та Франція ініціювали проведення кампанії в Facebook, спрямованої на виявлення й блокування фейкових новин, застосовуючи інструменти антифейкового фільтру, який допомагає обмежувати вплив дезінформації на аудиторію [101].

Ще одним дієвим механізмом став «чорний список» осіб, яких ідентифікували як поширювачів пропаганди. Наприклад, в Естонії було заборонено в'їзд деяким російським журналістам, занесеним у такий список [53]. Латвія пішла іншим шляхом, створивши для своїх громадян і представників влади посібник з безпеки в інтернеті, який містить детальні рекомендації щодо розпізнавання пропагандистського впливу та захисту від маніпулятивної інформації.

Протидія інформаційним впливам з боку РФ в Європі все ще має значні прогалини. Хоча основний акцент спрямований на боротьбу з дезінформацією в медіа, інші канали, через які Росія здійснює свій вплив, залишаються малодослідженими та менш регульованими. Це стосується, зокрема, ролі аналітичних центрів, політичних партій та громадських організацій, які часто виступають носіями проросійських наративів. Деякі фахівці вважають, що посилення прозорості в діяльності та фінансуванні неурядових організацій допомогло б виявити організації, пов'язані з Кремлем, і зменшити їх вплив на європейську громадську думку. Наприклад, австрійська «Партія Зелених» нещодавно закликала уряд провести розслідування щодо фінансування російських центрів в Інсбруку та Зальцбурзі, що функціонують за підтримки фонду «Російський світ» [110].

Однак на рівні Європейської комісії та Європарламенту заходи для забезпечення прозорості все ще залишаються добровільними, що дозволяє проросійським групам уникати детального нагляду [151]. Європейський Союз намагається протидіяти пропаганді шляхом поширення перевіреної інформації та зміцнення довіри до своїх власних джерел. Проте, за оцінками експертів, такий

підхід має свої обмеження та не завжди забезпечує надійну протидію агресивній пропагандистській кампанії.

Водночас Кремль добре усвідомлює, що Росія не має вирішальної економічної чи військової переваги над ЄС та НАТО. Однак сучасні інформаційно-комунікаційні технології відкривають нову «інформаційну арену», на якій Росія наразі виглядає конкурентоспроможною. Хоча окремі російські інформаційні кампанії можуть здаватися малоефективними, їхня сила полягає у комплексному підході. Як зазначають проросійські оглядачі, найбільшого впливу вдається досягати через публічну дипломатію, аналітичні центри та громадські організації [16].

Російські медіа активно поширюють версії подій, вигідні Кремлю, не лише стосовно самої Європи, але й у тих регіонах світу, де Росія має стратегічні інтереси. При цьому застосовується тактика «розмивання правди» — створення інформаційного вакууму, де визначення правди стає невизначеним, а уявлення громадян заповнюються матеріалами, що підтримуються проросійськими громадськими організаціями. Завдяки психологічному ефекту довіри, який викликають ці організації порівняно з урядовими структурами та ЗМІ, створюється сприятливий простір для впливу на суспільну свідомість.

Аналітичні центри, часто підтримані російськими структурами, здійснюють маніпуляції з інформацією, демонструючи неефективність санкцій проти Росії та підкреслюючи внутрішні проблеми ЄС. За допомогою таких даних проросійські політичні рухи набувають підстав для прийняття рішень, що створює політичний тиск на уряди, примушуючи їх до поступок. При цьому, приховане фінансування Москвою популярних партій у деяких країнах Європи створює загрозу можливого встановлення пропутінських режимів.

В Європі, на жаль, все ще бракує єдиної та цілеспрямованої стратегії для протидії російській пропаганді. Хоча окремі ініціативи країн ЄС вже показали певні позитивні результати, відсутність координації за спільною європейською стратегією значно обмежує їхню ефективність. Слід зазначити, що географічне положення також впливає на те, як Кремль вибудовує свою пропагандистську

політику: у країнах Балтії акцент робиться на російськомовних жителях, тоді як у Центральній та Західній Європі основна увага зосереджена на впливі на політичні партії та крайні медіа. Найбільш рішучі заходи протидії спостерігаються в країнах Східної Європи, де громадськість найбільш схильна вважати Росію загрозою.

Витрати Кремля на цей комплекс пропагандистських заходів залишаються суттєвими. Зменшення їхньої ефективності могло б змусити Москву значно підвищити витрати для утримання впливу в Європі, що призвело б до перевитрат ресурсів. Оскільки російська пропаганда будується як комплексна система, нейтралізація хоча б окремих її складових (медіа, громадські організації, політичні партії та аналітичні центри) може стати ефективною тактикою протидії.

3.2 Дії та механізми ЄС з протидії дезінформації

Після агресії Росії проти України 24 лютого 2022 року Європейський Союз (ЄС) ухвалив низку санкцій, спрямованих на зменшення здатності Росії вести війну. У той час як більшість з них мали економічний характер, заходи щодо призупинення трансляції в ЄС російських мовників, контрольованих урядом, таких як RT і Sputnik, були однією з перших реакцій ЄС на вторгнення. Обґрунтування цих санкцій полягає в тому, що ці мовники є джерелами дезінформації, які Кремль використовує як зброю: «Систематичні маніпуляції інформацією та дезінформація з боку Кремля застосовується як оперативний інструмент у його наступі на Україну. Це також значна і пряма загроза громадському порядку і безпеці Союзу» [96]. Роблячи це, ЄС зробив ще один крок, принаймні з моменту окупації Криму в 2014 році, на шляху до постійного розгляду спонсорованої Кремлем дезінформації як частини гібридної загрози. Лише за рік до цього, у грудні 2020 року, Комісія вжила заходів щодо іншого аспекту дезінформації – ролі платформ соціальних медіа у поширенні та поширенні фейкових новин, включивши її до контенту, який платформи зобов'язані видаляти у разі виявлення. Це стало справжнім нововведенням,

оскільки раніше ЄС очікував, що платформи виконуватимуть вимоги на добровільній основі.

Відмінності між цими двома регуляторними елементами свідчать про значні еволюції у розгляді дезінформації з боку ЄС.

По-перше, попри неповну транснаціоналізацію публічних сфер [139], ЄС розглядає дезінформацію як багатогранне транснаціональне явище. Його політична відповідь у різні моменти стосувалася класичних міжнародних проблем – так званого використання дезінформації як зброї в асиметричних конфліктах [149], асиметрії глобалізації – коли транснаціональні компанії потенційно використовують регуляторну асиметрію та відмінності між різними політичними блоками – і соціальних транснаціональних явищ – недовіри до ЗМІ та влади, включно з науковцями, а також збільшення використання соціальних медіа.

По-друге, дезінформація наразі розглядається як питання регуляторного втручання з боку державного сектору, а не як приклад поганого інформаційного забезпечення, яке вирішить ринок новин. Таким чином, дезінформація зазнала різних «режимів міжнародного реагування», починаючи від організації міжнародних коаліцій професіоналів для протидії фейковим новинам і закінчуючи розглядом її як загрози безпеці в контексті гібридних атак.

Нарешті, дезінформація – це питання, визначення якого є об'єктом ширшої боротьби з наслідками для медійної системи, демократичних інститутів та міжнародної безпеки. Наприклад, одним із юридичних і політичних наслідків призупинення мовлення RT і Sputnik було те, «що являє собою телерадіокомпанія, яка захищена свободою інформації та вираження поглядів». Якщо аргумент про те, що державний контроль над цими ЗМІ є причиною їхнього виключення, це може створити прецеденти для суспільних мовників у ЄС. Таким чином, вона є об'єктом інтересу, конкуренції і боротьби між різними інтересами.

ЄС є одночасно і одним із акторів, і ареною, на якій інші актори мають намір вживати заходів щодо дезінформації. З одного боку, інституції ЄС та

держави-члени боролися з фейковими новинами за допомогою різних інструментів. З іншого боку, такі суб'єкти, як платформи соціальних медіа, треті держави та міжнародні журналістські асоціації, лобіюють ЄС та його держави-члени, щоб вони діяли або не діяли щодо конкретних аспектів боротьби з дезінформацією.

Дезінформація не є чимось новим в історії журналістики. Навпаки, її витoki сягають середини 20-го століття і пов'язані з розвитком пропаганди [103]. Однак з 2016 року, завдяки використанню соціальних мереж, Brexit та перемозі Дональда Трампа на виборах у США, вона значно зросла [164]. З того часу умови створення, поширення, споживання та впливу фейкових новин суттєво змінилися. Зараз їх обсяг постійно зростає, їх тираж стає все більш швидким, їх охоплення може бути глобальним, а актори, які беруть участь у його просуванні, стають все більш різноманітними [143]. Разом це становить загрозу здоров'ю демократичних держав.

Причини появи цього нового порядку дезінформації різноманітні. Однією з них є поява та консолідація соціальних мереж, які стали кращою платформою для поширення неправдивої інформації через свій відкритий характер та відсутність контролю та фільтрів за контентом, що циркулює. Ще одним визначальним фактором є сильна недовіра громадян до мейнстрімних ЗМІ, довіра до яких підбивається протягом десятиліть. Це призвело до втрати авторитету в журналістиці, що означало, що джерело інформації більше не є актуальним критерієм для громадськості. Отже, традиційні ЗМІ помітили, що їхній вплив як медіаторів зменшився для значної частини суспільства. Газети чи телебачення перестали бути місцем, де багато людей приписують актуальність та достовірність новинам. Це призвело до краху старого порядку новин і хаосу в сучасній публічній комунікації.

Ще однією важливою складовою є конфігурація політичного ландшафту, що характеризується домінуванням постправди. У цьому контексті, через посилення політичної поляризації, громадяни охочіше приймають аргументи та інформацію, що ґрунтуються більше на їхніх переконаннях, ніж на фактах.

Таким чином, споживання новин стає ідеологічно та емоційно мотивованим і є реакцією на вибірковий вплив, а не результатом раціональної оцінки. Правда відходить на другий план перед видатністю ідеологічної співзвуччя. До цього сценарію варто додати зростання політичних та медійних акторів, які вдаються до дезінформації як до політичної стратегії для досягнення влади. Таким чином, лідери та уряди, з одного боку, та альтернативні медіа партійного характеру [114], з іншого, стають джерелами неправдивої інформації, яка вільно циркулює через цифрові платформи.

Розвиток штучного інтелекту та ботів також сприяє закріпленню цього нового порядку дезінформації [104]. Ці технології значно збільшують легкість і зменшують витрати на виробництво фейкових новин, навіть дозволяючи виробляти високореалістичний контент, що вводить в оману, за допомогою глибокого навчання, яке вдається до алгоритмів AGN (антагоністична генеративна мережа) для маніпулювання існуючими зображеннями та відео, що призводить до глибоких фейків або ультрафейкової інформації [161]. Крім того, поява ключових подій, які характеризуються вкрай руйнівною складовою, стимулює використання та розповсюдження фейкових новин. Вікно можливостей, що відкривається в цих випадках для перевизначення раніше встановлених соціальних конструкцій реальності, робить ці ситуації кардинальними моментами, де активізуються дезінформативні стратегії багатьох акторів.

Таким чином, дезінформація стала системним викликом для демократичних країн через поєднання руйнівних технологічних, політичних та соціологічних трансформацій публічних сфер за дуже короткий проміжок часу. Більше того, ефект критичного збігу підсилюється геополітичним духом часу, який зосереджується на вразливості демократій до структурних трансформацій безпекового порядку та ризиках глобальних взаємозалежностей.

Швидка трансформація публічних сфер та геополітичного середовища є контекстом регуляторних заходів ЄС у відповідь на дезінформацію. Боротьба з дезінформацією може здатися досить далекою від питань, які зазвичай

асоціюються з ЄС. Ймовірно, лише за десять років до цього це питання було б залишено на розгляд держав-членів через його чутливий і суперечливий характер щодо різних цінностей: наприклад, в організації медіасистем, а також через те, що баланс між різними свободами та формами політичних суперечок дуже різний у різних країнах Європи, і, таким чином, типовий національним питанням.

Якщо COVID-19 експоненціально примножив поширення дезінформації, то щось подібне сталося як наслідок останньої великої кризи – війни в Україні – після російського вторгнення в лютому 2022 року. Справді, однією з головних складових гібридної війни є інформаційна війна, яка спрямована на отримання інформаційних переваг над ворогом [79], тепер у значно складнішій формі. Це дозволяє не лише здійснювати контроль за інформацією та цензуру, а й поширювати дезінформацію у вигляді неправдивої, позбавленої контексту або оманливої інформації через цифрові платформи [131]. Ці заходи здійснюються з метою зміцнення власного іміджу або протидії іміджу супротивника і тісно пов'язані з іншою стратегією, що складають гібридну війну: психологічною війною.

Як зазначила Рада Європейського Союзу, систематичні маніпуляції інформацією та дезінформація застосовувалися російським урядом як оперативний інструмент у наступі на Україну. Те, що такі дослідники, як Мілосевич-Юаристі [129], вже тематично аналізували до початку конфлікту у 2022 році. Вона вказала на сегментацію російських дезінформаційних наративів за їхньою аудиторією: внутрішньою; сусідні, що відносяться до пострадянського простору; і західні. Це було схвалено (після вторгнення) іншими дослідниками, які визнають, що (сьогодні) претенденти мають потенціал для миттєвого поширення дезінформації [129, 162] і роблять це не лише для нападу, але й, у новий спосіб, для захисту, таким чином прагнучи завоювати прихильність громадської думки з початку конфлікту.

По суті, вона є продовженням стратегії пострадянської пропаганди, що характеризується: інформаційним сп'янюванням, виснаженням ворогів, щепленням недовіри до лідерів, посиленням розбіжностей між соціальними

класами, викриттям ворога та пропагандою погроз. Кампанія, яка посилилася після анексії Криму у 2014 році, кульмінацією якої стало вторгнення в Україну у 2022 році через сегментацію аудиторії. Фактично, дослідження підтверджують, що в період з 2014 по 2020 рік російська кампанія дезінформації продукувала щонайменше 2 500 одиниць дезінформаційного контенту сімома мовами та понад 300 платформ через фейкові облікові записи та підроблені документи, щоб посіяти конфлікт між західними країнами та виправдати можливий напад на Україну [93].

Що стосується тематики, то значна частина містифікацій, які розповсюджує Росія, оформлена в рамках риторики про нібито існування в Україні «русофобського та нацистського» уряду, який здійснює геноцид проти громадян Росії. Наратив, що явно нагадує про Другу світову війну. Що стосується формату, то можна спостерігати консолідацію методів дезінформації через виробництво привабливого контенту, включаючи сфабриковані історії, які використовують та адаптують фото та відео відповідно до вимог наративу. Таким чином, виробляється розважальна, емоційно приваблива брехня, яка ідеально вписується в упереджений наратив і упередження підтвердження цільової аудиторії.

У контексті цього російського дезінформаційного наступу в Україні Європейський Союз нарахував понад 1200 окремих випадків лише у 2022 році [133]. Також запровадила санкції та заходи проти російських пропагандистів та дезінформаторів, призупинивши з 2022 року ліцензії на мовлення та діяльність на європейській території низки компаній або дезінформаційних медіа кремлівських підрозділів. Цей захід викликав певні суперечки в Європі, оскільки суперечить традиційній і багаторічній європейській політиці свободи преси.

Окрім вищезазначених ініціатив, ЄС продовжує інвестувати зусилля в: медіаграмотність громадян щодо російської дезінформації, через проєкт EUvsDisinfo, заснований з цією метою у 2015 році; поінформованість громадськості про дезінформацію та координація кращих заходів реагування між державами-членами через Систему швидкого оповіщення (пов'язану зі Службою

зовнішніх дій ЄС) з 2020 року; або аналіз і моніторинг дезінформаційних наративів під час конфлікту через Європейську обсерваторію цифрових медіа (EDMO) – мережу, що підпорядковується Європейській комісії та складається з верифікаторів, експертів з медіаграмотності та академічних дослідників [163].

Підсумовуючи, можна сказати, що невинуватений напад Росії на Україну став прикладом того, як ця агресія активно висвітлюється та обговорюється в цифровому просторі. Роль соціальних мереж у попередніх конфліктах, зокрема під час анексії Криму в 2014 році, була помітною, але повномасштабне вторгнення 2022 року кардинально змінило підхід до того, як ми сприймаємо та розуміємо війну через Інтернет. Така трансформація пов'язана зі швидким зростанням доступу до Інтернету та використанням соціальних платформ в усіх куточках світу. У той час як дезінформація завжди використовувалася як зброя в інформаційних війнах, сьогодні завдяки соціальним мережам вона має ширше охоплення і здатна проникати в свідомість аудиторій з більшою силою та швидкістю, ніж будь-коли раніше [163].

Справді, масові потоки дезінформації навколо вторгнення в Україну в лютому 2022 року ознаменували очевидний поворотний момент у ескалації російських дезінформаційних операцій не лише в Україні, а й у бік західних демократій. Зокрема, дезінформаційні наративи еволюціонували з пропаганди та історичного ревізіонізму (тобто Крим завжди був російським) до маніхейських заяв про неонацистський український уряд або теорії змови американсько-українських лабораторій біологічної зброї протягом 2022 року.

Після лютого 2022 року обсяг російської дезінформації різко зріс, створюючи додаткові виклики для України. У відповідь на ці загрози Україна розвиває стратегію, яка спирається на досвід та напрацювання з 2014 року, коли вже були започатковані перші серйозні кроки зі зміцнення інформаційного простору. Зокрема, це охоплює як безпосередні зусилля з поширення точної та достовірної інформації, так і підтримку діяльності незалежних медіа, що дає змогу їм працювати навіть в умовах війни. На державному рівні також здійснюються кроки для протидії деструктивному впливу російських державних

ЗМІ, які намагаються маніпулювати громадською думкою та формувати викривлену картину подій [163].

У відповідь на це ЄС нещодавно посилив свою геополітичну логіку щодо дезінформації за допомогою безпрецедентних та суперечливих підходів. Ми маємо на увазі обмеження доступу до російських пропагандистських інструментів (зброя, яку використовують іноземні суперники або вороги для використання вразливості демократичної громадськості до маніпуляцій і втручання), таких як Sputnik або Russia Today. А також законодавчі зміни в Європейському законі про свободу ЗМІ – з безпрецедентними діями у сфері, близькій до ідентичності держав-членів – і Законі про цифрові послуги, який визначає легальний, але шкідливий контент. Щоб пояснити це, потрібно вказати, що російська агресивність лежить у витоках геополітичного повороту, тоді як внутрішні збої COVID-19 пояснюють логіку ЄС щодо регулювання.

Схоже, вже певний час Європейська комісія усвідомлює необхідність захисту європейського проекту від гібридних стратегій та дезінформаційних атак. Починаючи з 2015 року, Європейська рада визначила російську дезінформацію та відреагувала на це створенням і подальшим зміцненням Цільової групи EastStratCom [136] з метою виявлення та реагування на дезінформацію за допомогою стратегічної комунікації [134]. Однак лише у 2018 році Єврокомісія розробила більш комплексну серію спеціальних ініціатив та політичних документів, що означає, що початкова політична спільнота, яка внесла дезінформацію до порядку денного ЄС, є безпековою. До 2018 року Європейська комісія запустила опитування громадської думки Євробарометр та публічні консультації, а також створила Групу високого рівня, а пізніше опублікувала Комунікацію та Кодекс поведінки.

Знайдено чотири можливі політичні рішення, які обговорювалися в різних ЄС: стратегічна комунікація, цензура, медіаграмотність та плюралізм ЗМІ [134, с.422). Однак результатом такого виникнення в безпековому співтоваристві є те, що ЄС розглядає ризики в Інтернеті як частину гібридної загрози, що кидає виклик цінностям безпеки і робить акцент на рішеннях, орієнтованих на безпеку.

Це не означає, що цензура – або, якщо вже на те пішло, стратегічна комунікація – є домінуючою політикою, але контроль за контентом у вигляді зниження видимості сьогодні є більш вірогідним рішенням, ніж у попередні десятиліття [141, с.176].

Заходи, вжиті ЄС, підкреслюють вразливість демократій та європейського проекту до маніпуляцій їхніми виборчими процесами з боку іноземних держав, особливо Росії. Ключовою дійовою особою у розвитку цієї перспективи стала Європейська служба зовнішніх дій (EEAS), яка з 2015 року є домом для East StratCom Team – комунікаційної команди, яка співпрацює з фактчекерами та фондами для засудження поширення фейкових новин Росією у східних державах у контексті політики сусідства ЄС. Ця робота була формалізована 12 травня 2018 року з прийняттям Плану дій щодо дезінформації, який пов'язав фейкові новини з процесами дестабілізації, характерними для гібридних атак [98]. Цей документ містив дезінформацію в контексті гібридних загроз, з якими стикаються ЄС та його держави-члени, формалізовані комунікаційні команди, такі як вищезгаданий East StratCom, та посилені служби ЄС, які прагнуть співпраці з EEAS у соціальних мережах та фактчекерами, які є підписантами вищезазначеного кодексу. Однак у документі приділено мало уваги ролі журналістів та медіа [158].

Вперше питання, що стосуються плюралізму в медіа та освіти в контексті стандартів Ордена, було порушено Групою високого рівня з питань фейкових новин та інтернет-дезінформації. До її складу увійшли представники соціальних мереж, технологічного сектору, організацій із фактчекінгу, ЗМІ, наукових установ та громадянського суспільства. Групі було поставлено завдання – розробити ґрунтовний звіт про інтернет-дезінформацію та фейкові новини, що включав би пропозиції та рекомендації для формування ефективної стратегії боротьби з цією проблемою [95]. З європейської інституційної точки зору, Звіт спрямований на визначення та кількісну оцінку дезінформації, а також на вивчення можливих правових механізмів та протизаходів боротьби з нею. У документі пропонувалося зосередитися на: прозорості новин та їх поширенні в

інтернеті (створення алгоритмів довіри); медійна та цифрова грамотність; розширення можливостей користувачів та журналістів для боротьби з дезінформацією (співпраця з незалежними верифікаторами); сталість медійної екосистеми (ліквідація реклами на сайтах, які поширюють дезінформацію); а також оцінка та моніторинг запропонованих рішень для перевірки їхньої ефективності. Незважаючи на те, що Звіт не є обов'язковим, він значною мірою знайшов відображення у наступному Повідомленні Європейської комісії від 26 квітня 2018 року на тему «Боротьба з дезінформацією в Інтернеті»[95], яке стало відправною точкою для всіх ініціатив європейської політики, що процвітали протягом 2018 та 2019 років, головним чином напередодні останніх виборів до Європейського парламенту.

Намір Комісії полягав у тому, щоб надати цифровим ЗМІ, сайтам соціальних мереж або інтернет-рекламодавцям розумний період часу для адаптації до Звіту та Повідомлення, перш ніж розглядати подальше законодавство про дезінформацію. Хоча це був лише необов'язковий документ, Комісія просувала «Європейський кодекс практики щодо дезінформації» як угоду, що саморегулюється. У цій угоді такі суб'єкти, як Facebook, Google, Mozilla та Twitter, 26 вересня 2018 року взяли на себе зобов'язання «дотримуватися стандартів саморегулювання, зробити політичну рекламу більш прозорою або запровадити механізми перевірки даних, щоб боротися з дезінформацією в рамках європейських виборів у травні 2019 року та інших майбутніх виборчих процесів». Зокрема, компанії зобов'язалися заохочувати більшу прозорість політичної реклами; закривати фейкові облікові записи або дискредитувати постачальників дезінформації; інвестувати в технології та програми, такі як «індикатори довіри», щоб допомогти громадянам приймати обґрунтовані рішення; використовувати технологію, яка надає пріоритет «актуальній, автентичній та авторитетній інформації»; а також співпрацювати з громадянським суспільством та урядами для «покращення критичного мислення та цифрової медіаграмотності».

Після того, як критичний момент європейських виборів 2019 року минув, у рамках ініціатив, що впливають із Плану дій з протидії дезінформації (таких як стимулювання ролі платформ або створення систем верифікації та/або раннього попередження про дезінформацію, таких як <https://eufactcheck.eu/>), влітку 2020 року було оцінено всі досягнуті на сьогодні етапи та можливості <https://eufactcheck.eu/> були розглянуті з точки зору поваги до основних прав, грамотності, комунікації, співпраці та сприяння прозорості. Мета полягала в оптимізації цього блоку перевірки фейкових новин у поєднанні з правом на вільне поширення правдивої інформації. Це було задумано як прелюдія до останньої важливої європейської законодавчої віхи у боротьбі з дезінформацією, нещодавнього Плану дій щодо європейської демократії (грудень 2020 року), який був задуманий як європейська відповідь на вразливість, виявлені з 2020 року.

Оскільки найновішою основною темою стратегій дезінформації є сама пандемія, План дій з європейської демократії (Європейська комісія, 2020) ґрунтується на трьох стовпах: просуванні вільних і справедливих, а також прозорих виборів; зміцнення свободи та плюралізму ЗМІ; та боротьба з дезінформацією (у формі співрегулювання, через закон про цифрові послуги, який ЄС ухвалив у квітні 2022 року). Це свідчить про те, що пандемія відкрила вікно можливостей привернути увагу до питань плюралізму, якими нехтували в початковому порядку денному безпеки. З одного боку, ЄС вперше регулює онлайн-платформи (крім добровільної співпраці) через Закон про цифрові послуги, а співпраця включає дезінформацію як один із системних ризиків, проти яких платформи мають боротися. З іншого боку, План дій щодо демократії є важливою віхою в європейському підході до дезінформації, оскільки він переходить від розгляду її простої загрози безпеці до надання їй статусу одного з трьох стовпів захисту європейської демократії. Політичне значення Плану, який має стати інструментом Спільноти, що забезпечив би основу для політики у цій сфері до 2023 року, є очевидним. Боротьба з дезінформацією передбачає вдосконалення європейських інструментів протидії іноземному втручання, включаючи можливість накладення санкцій на відповідальних осіб відповідно до

європейських цінностей та принципів. Цілі полягають у вдосконаленні потенціалу Європи (як ЄС, так і держав-членів) у боротьбі з дезінформацією, визначенні відповідальності та зобов'язань для онлайн-платформ, а також розширенні можливостей європейського громадянського суспільства через просування медіаграмотності. Коротко кажучи, третій компонент Плану дій спрямований (навіть шляхом накладення санкцій на відповідальних осіб) на підвищення прозорості, боротьбу з методами маніпуляцій та зменшення економічних стимулів, отриманих від поширення дезінформації.

Таким чином, збільшення навмисного та шкідливого використання цього типу контенту під час COVID-19 та вторгнення в Україну підвищило стратегічну актуальність проблеми боротьби з дезінформацією. Наш аналіз показує, що європейська політика з цього питання перебуває в процесі перевизначення в постпандемічному сценарії та стикається зі значними внутрішніми протиріччями.

Дезінформація набула дедалі більшого значення на порядку денному європейських політиків. Починаючи з 2018 року, ЄС, спочатку через занепокоєння щодо його впливу на вибори до Європейського парламенту у 2019 році, а пізніше, через його роль у кризі охорони здоров'я COVID-19, просуває низку ініціатив для вирішення цієї проблеми. Ці дії переважно ґрунтуються на саморегуляції та підході спільної відповідальності. ЄС прагне досягти більшої прихильності та залучення приватних компаній цифрових платформ до боротьби з фейковими новинами. Ці платформи, однак, неохоче беруть на себе більшу відповідальність, що відповідає їхній капіталістичній та неоліберальній природі. У цьому контексті до пандемії переважала м'яка законодавча політика з невеликою кількістю вимог та зобов'язань до цифрових платформ, що виходить за рамки кодексів доброї практики та добровільних формул. Доказом мізерного інтересу цих компаній до зайняття передової позиції є їхня стратегія аутсорсингу боротьби з дезінформацією. Надаючи фінансування та шукаючи альянси з фактчекерами, вони перекладають проблему та відповідальність на третю сторону. Великим викликом європейської політики буде те, як досягти твердої

прихильності компаній цифрових платформ у боротьбі з фейковими новинами, оскільки вони є ключовими гравцями в цій проблемі, хоча й сприймають це як далеке від своєї відповідальності. Закон про цифрові послуги вирішує це питання в обов'язковому порядку, змушуючи платформи підвищувати прозорість модерації свого контенту та включати інформацію в свою нову самооцінку ризиків, встановлюючи санкції за бездіяльність. З іншого боку, дії, які мають бути вжиті, залишатимуться об'єктом спільного регулювання за допомогою вже існуючого обґрунтування кодексів практик, згаданих вище.

Водночас ЄС прагне заохочувати популяризацію фактчекінгу та медіаграмотності. Це актуальні дії, але обидва мають середньостроковий або довгостроковий горизонт результатів. Більше того, прихильність до першого також впливає на поточну політичну дискусію, оскільки перевірка фактів є більш проблематичною, ніж ЄС, здається, припускає: засудження фейкових новин може не лише не переконати, але й часто посилити їх через те, що психологи називають «упередженістю підтвердження»; інстинкт прийняття того, що узгоджується з упередженими переконаннями, наприклад, шляхом повторення міфу про Євро проти ЄС, як це сталося у Великій Британії. Альтернативною стратегією боротьби з дезінформацією як з боку політичних акторів, так і з боку медіа було б просування альтернативних рамок. Цей варіант має свої переваги в довгостроковій перспективі, враховуючи, що «хто перший підкине», зазвичай виграє дискурсивну суперечку в публічній сфері.

3.3. Національний досвід протидії російській пропаганді в країнах ЄС

Пропаганда в Росії йде рука об руку з інформаційною війною проти стабільності ЄС, його цінностей і демократичних принципів. Сьогодні робиться спроба сформувати негативний образ ЄС і НАТО в цілому, сформувати образ демократії в цілому. Використовуючи купу медіа-платформ, Росія намагається дестабілізувати європейський інформаційний простір через створення викривленої реальності. Все це робиться, серед іншого, для підтримки наративів дискредитації Заходу як центру розвитку та безпеки, посилення

антидемократичних тенденцій у суспільстві та створення ілюзорного уявлення про розпад єдності всередині ЄС. Такі кампанії також підривають довіру громадян до національних урядів та ключових інституцій ЄС.

Основними інструментами такого підходу є традиційні ЗМІ, соціальні мережі та нові технології, такі як дипфейки. Наближені до Кремля ЗМІ та інформаційні агентства - передусім «Спутник» і RT - відіграють роль джерела пропагандистських повідомлень, які спотворюють факти для маніпулювання думкою аудиторії. Особливо через соціальні мережі відбувається мікротаргетинг - форма створення повідомлень для конкретних аудиторій, що робить їх ще більш переконливими. Цьому сприяє діяльність проросійських організацій та громадських об'єднань, які забезпечують місцеву підтримку та легітимність таких наративів. Таким чином, інформаційна стратегія Росії є не лише інструментом дестабілізації, але й формою гібридної війни, яка загрожує інформаційній безпеці країн ЄС [119, с. 4-9].

Адекватно розуміючи цю загрозу, Європейський Союз розробив загальний підхід до протидії російській пропаганді. В рамках цього підходу одним з найважливіших заходів стало створення у 2015 році оперативної групи East StratCom Task Force. Діяльність групи охоплює моніторинг та аналіз дезінформації, а також підвищення обізнаності щодо шкідливого впливу маніпулятивної інформації. Наразі найважливішим інструментом цієї робочої групи у боротьбі з фейковими новинами та підвищенні медіаграмотності є платформа EUvsDisinfo [81, с.47].

Ухвалення Плану дій проти дезінформації у 2018 році та Плану дій з розвитку європейської демократії у 2020 році відкрило новий етап у боротьбі з дезінформацією. Ці документи запровадили низку ініціатив, спрямованих на захист демократичних процесів та підвищення прозорості медіа-середовища. Особливу увагу було приділено створенню Системи швидкого оповіщення, яка дозволить країнам ЄС ефективно обмінюватися інформацією про загрози дезінформації. Це сприяло зміцненню спільної стратегії ЄС з протидії пропаганді [77, с. 48-54].

Варто зазначити, що системний підхід ЄС базується не лише на обмежувальних заходах, а й на підвищенні медіаграмотності. Виховання критичного мислення у громадян є важливою складовою стратегії, покликаної зробити суспільство менш вразливим до маніпуляцій.

Спроможність країн ЄС протидіяти дезінформації варіюється, але саме в країнах Балтії ця діяльність найбільш виражена. Латвія, Литва та Естонія закрили проросійські ЗМІ, які виступали джерелами пропагандистських повідомлень. У свою чергу, були запроваджені програми, спрямовані на залучення російськомовних меншин до об'єктивних джерел інформації. Таким чином, країни Балтії є репрезентативним прикладом того, як ефективно поєднувати захисні заходи з проактивною роботою зі ЗМІ [140, с. 54-58].

Не менш ефективні стратегії були розроблені в скандинавських країнах, таких як Швеція та Фінляндія. Велику увагу там приділяють підвищенню рівня медіаграмотності громадян, а також розробляють кризові сценарії протидії дезінформації. Ці країни інвестують у розвиток критичного мислення, впроваджуючи освітні програми для всіх вікових категорій, що робить суспільство менш вразливим до інформаційних атак [78, с. 7-11].

Цікавий досвід також надходить з Центральної та Східної Європи: у Чехії створено спеціалізований центр з виявлення фейкових новин для забезпечення можливості швидкого реагування у випадку інформаційних загроз. Польща активно працює над підвищенням медіаграмотності та розвитком інформаційних кампаній. Їхні зусилля спрямовані на підвищення стійкості громадян до впливу дезінформації, що є важливим елементом загальноєвропейської стратегії [78, с. 11- 17].

Серед країн ЄС, які найбільш продуктивно протидіють російській пропаганді, можна сказати, що досвід Литви може слугувати прикладом для наслідування у сфері протидії дезінформації. Литва розпочала масштабну «інформаційну війну», спрямовану на блокування кількох проросійських телеканалів, які поширюють дезінформацію та антиєвропейські наративи. Це не лише відповідь на пропагандистські атаки, але й частина захисту інформаційного

простору держави. Однією з родзинок цієї ініціативи є фінансування фактчекінгових платформ, що дозволяє оперативно перевіряти інформацію та поширювати її серед громадян. Такий підхід підвищує рівень довіри до об'єктивних медіа та формує стійкість громадян до маніпулятивної інформації. Саме литовський досвід може слугувати прикладом того, як державна політика, спрямована на прозорість та підвищення медіаграмотності, може суттєво посилити інформаційну безпеку. Іншим цікавим прикладом є Швеція, яка зосередилася на розвитку критичного мислення серед своїх громадян. У зв'язку з цим було розроблено національну навчальну програму, орієнтовану на всі вікові групи. Цей підхід має на меті підвищити стійкість широкої громадськості до дезінформації шляхом розвитку навичок аналізу інформації та критичного сприйняття. Ця програма є невід'ємною частиною освітньої системи, що включає теоретичний і практичний огляд. Шведська концепція підкреслює важливість освітніх заходів, які захищають суспільство від пропаганди, водночас акцентуючи увагу на демократичних цінностях [78].

Ще одним важливим елементом у боротьбі з дезінформацією є активне громадянське суспільство. У Східній Європі громадські організації дуже активно проводять інформаційні кампанії, які показують справжнє обличчя війни в Україні та інші факти російської агресії. Діяльність такого типу дає альтернативний доступ до правдивої інформації та допомагає спростовувати фейки, поширювані прокремлівськими ЗМІ. Участь неурядових організацій підкреслює роль, яку може відігравати співпраця державних органів з громадянським суспільством у протидії дезінформації, адже така синергія дозволяє досягти більш ефективних результатів.

Хоча деякі дії є успішними, існує низка проблем і викликів у стратегії ЄС щодо дезінформації: зокрема, брак координації між урядами та громадянським суспільством. У деяких країнах, які недостатньо залучають організації громадянського суспільства, уряд не отримує належних результатів від антидезінформаційної діяльності. Це знижує ефективність загальної стратегії. Відсутність належних спільних платформ для обміну інформацією між

державними органами та неурядовими організаціями призводить до збоїв у координації та створює бар'єри для проведення комплексної інформаційної політики [120].

Іншою важливою проблемою є нерівномірне фінансування інформаційних кампаній у різних країнах. Багатші держави можуть реалізовувати більш масштабні програми, тоді як менш забезпечені країни мають більш обмежені можливості. Як наслідок, виникає нерівність у рівні інформаційної безпеки всередині ЄС. Наприклад, недостатнє фінансування платформ фактчекінгу в деяких країнах може зробити їхніх громадян особливо вразливими до пропаганди [122, с. 21-25].

Боротьбу з дезінформацією значно ускладнює загальний низький рівень довіри до традиційних ЗМІ в багатьох країнах. Соціальні мережі, будучи для більшості населення основним джерелом інформації, перетворилися на надзвичайно сприятливий ґрунт для поширення фейкових новин. Високий рівень довіри до онлайн-платформ у поєднанні з обмеженим контролем над їхнім контентом перетворює ці канали на головну арену для маніпулятивних кампаній. Це ще більше ускладнює для держав регулювання інформаційного простору без обмеження свободи слова [155, с. 356-363].

Для того, щоб зробити заходи ЄС проти дезінформації ще більш ефективними, необхідно виділяти кошти на ініціативи з перевірки фактів і відповідні дослідження. Збільшення ресурсів матиме зворотний ефект у розробці нових технологічних рішень для перевірки інформації проти новітніх форм маніпуляцій, таких як дипфейки. За фінансової підтримки інформаційні кампанії також зможуть охопити та залучити більше громадян [155, с. 363-365].

Більше того, саме в цьому напрямку інтеграція інформаційної безпеки в шкільні програми стане реально працюючим інструментом у майбутньому. Необхідно навчати критичному мисленню та медіаграмотності, щоб нові покоління були менш вразливими до маніпуляцій. Заняття з аналізу інформації органічно впишуться в шкільну програму і стануть основою для більш свідомого, самокритичного суспільства [78].

Наступним важливим аспектом посилення таких контрзаходів, безумовно, є зміцнення міжнародної співпраці в рамках ЄС шляхом створення спільних платформ для обміну досвідом та інформацією між країнами-членами, що дозволить краще координувати зусилля, які докладаються різними країнами. Особливо слід відзначити такі країни, як Литва та Швеція, чий досвід протидії дезінформації вже є досить успішним. Більше того, співпраця з міжнародними структурами дозволить сформувати певну глобальну стратегію у боротьбі з маніпулятивною інформацією [78].

У висновку, протидія російській пропаганді вже стала одним з найсерйозніших завдань для Європейського Союзу в рамках сучасної гібридної війни. Маніпулятивна інформація впливає на європейський інформаційний простір і загрожує не лише окремим державам, а й єдності Союзу в цілому. Тому на основі аналізу національного досвіду різних країн можна дійти висновку, що успіху в боротьбі з дезінформацією можна досягти лише за умови системної роботи на рівні ЄС у поєднанні з місцевими ініціативами, адаптованими до національного контексту.

Найвищий рівень активності та координації у протидії пропаганді спостерігається серед країн Балтії - Латвії, Литви та Естонії. Останнє можна пояснити історичним досвідом відносин з Росією, але точніше - цілеспрямованою державною політикою: блокуванням проросійських ЗМІ, фінансуванням платформ для перевірки фактів, налагодженням контактів з меншинами, які мають джерела правдивої інформації. Такий підхід якраз і є основою стійкості суспільства до інформаційних атак і може слугувати прикладом для інших країн ЄС.

Просвітницькій роботі приділяється належна увага у скандинавських країнах, таких як Швеція та Фінляндія. Розробка та впровадження навчальних програм з розвитку критичного мислення підвищує обізнаність громадян і робить їх менш вразливими до маніпуляцій. Всі ці заходи формують основу для інвестицій у довгострокові проекти з освіти та розвитку демократичних цінностей.

У Центральній та Східній Європі яскравими прикладами країн, які активно розбудовують інструменти боротьби з дезінформацією, є Чехія та Польща. У Чехії уряд створив спеціальний центр для виявлення фейкових новин. У випадку Польщі - зосереджується на просуванні медіаграмотності за допомогою інформаційних кампаній. Таким чином, державна підтримка та структурний підхід мають тут велике значення, а це означає, що все це має велике значення.

Водночас відсутня координація між урядовими структурами та громадянським суспільством, фінансування інформаційних кампаній погано збалансоване, а рівень довіри до традиційних медіа є низьким. Безумовно, це чіткий заклик до більш скоординованих дій на рівні Союзу та більшої співпраці між країнами-членами. Швидкість, з якою пропаганда адаптується до нових технологій, включаючи краплинні канали та алгоритмічне таргетування, свідчить про потребу в інноваціях у сфері протидії дезінформації.

Ці проблеми вимагають збільшення фінансування фактчекінгової діяльності на національному та загальноєвропейському рівнях, включення уроків інформаційної безпеки до шкільних програм, створення спільних баз для обміну досвідом. Також необхідна розбудова механізмів міжнародної співпраці з урахуванням успішних практик окремих країн ЄС. Литовська програма «Інформаційна війна» та шведські освітні програми можуть стати гарним прикладом для інших країн.

Висновки до розділу III

Третій розділ детально розкриває наслідки російської пропаганди на громадську думку в країнах Європейського Союзу, а також аналізує дієвість існуючих механізмів протидії. З'ясовано, що вплив дезінформації проявляється у зростанні суспільної поляризації, втраті довіри до демократичних інститутів і формуванні антиєвропейських настроїв. Особливо небезпечним є таргетований характер цієї пропаганди, яка використовує слабкі місця окремих соціальних груп.

Основну увагу приділено діям Європейського Союзу, зокрема розробці законодавчих ініціатив, таких як Закон про цифрові послуги (DSA) та Кодекс

протидії дезінформації. Ці інструменти спрямовані на підвищення прозорості медіаплатформ, видалення шкідливого контенту та залучення до боротьби з фейками таких гравців, як соціальні мережі та громадянське суспільство. Незважаючи на успіх окремих заходів, виявлено низку слабких місць: нерівномірність фінансування між країнами-членами ЄС, брак координації між урядовими структурами та НУО, а також недостатня підготовка кадрів у сфері моніторингу дезінформації.

Розділ також акцентує увагу на національних практиках боротьби з пропагандою. Наприклад, у Литві та Естонії були впроваджені ефективні локальні програми медіаграмотності, тоді як у країнах Західної Європи спостерігається обмежений прогрес у цьому напрямі.

Не всі країни ЄС мають однаковий рівень підготовки та ресурсів для реалізації цих ініціатив. Багато зусиль концентруються на західноєвропейських державах, у той час як країни Центральної та Східної Європи часто залишаються на периферії уваги.

Швидкість поширення дезінформації значно перевищує здатність урядів і платформ оперативно реагувати, що створює прогалини в захисті інформаційного простору.

Значна частина заходів покладається на соціальні мережі та технічних гігантів, які не завжди зацікавлені в посиленні регулювання через комерційні інтереси.

Для підвищення ефективності боротьби з дезінформацією необхідно посилити підтримку локальних ініціатив у регіонах, які найбільше потерпають від інформаційних загроз, особливо в країнах Східної Європи. Зміцнення національних програм і залучення громадських організацій дозволить адаптувати заходи до специфічних потреб місцевих громад, що є ключовим для побудови стійкості до маніпуляцій. Фінансова та методична допомога повинна стати основою для впровадження ефективних освітніх і комунікаційних кампаній.

Не менш важливим є вдосконалення технологічної інфраструктури. Європейському Союзу слід інвестувати у створення незалежних платформ для моніторингу й аналізу дезінформації, які не залежатимуть від інтересів великих технічних корпорацій. Такі платформи сприятимуть точнішій оцінці ризиків, забезпечать більш прозорий обмін інформацією та зможуть оперативно виявляти нові загрози. Це особливо актуально в умовах стрімкого розвитку цифрових технологій, які часто випереджають наявні регуляторні механізми.

Посилення міжнародної співпраці також є важливим кроком. Спільні зусилля країн ЄС і міжнародних організацій сприятимуть створенню глобальних стандартів протидії дезінформації. Об'єднання ресурсів, досвіду та знань дозволить забезпечити більш ефективну координацію заходів на міжнародному рівні, створюючи надійний бар'єр проти транснаціональних інформаційних атак.

Нарешті, важливо посилити відповідальність соціальних медіа-платформ за поширення шкідливого контенту. Впровадження жорсткіших санкцій, таких як значні штрафи та обов'язкові зовнішні аудити, стимулюватиме компанії до більш активної участі у боротьбі з дезінформацією. Водночас необхідно розробляти інтерактивні програми для громадянського суспільства, які сприятимуть залученню населення до процесу виявлення та нейтралізації фейкових повідомлень, що зробить інформаційний простір ЄС більш безпечним і стійким.

Хоча заходи ЄС вже демонструють позитивний вплив, їхня ефективність значною мірою залежить від вдосконалення координації, фінансування та інтеграції національних і міжнародних зусиль. З огляду на глобальну природу інформаційних загроз, необхідно зробити боротьбу з дезінформацією пріоритетним напрямом у політиці ЄС.

ВИСНОВКИ

На основі проведеного дослідження, спрямованого на аналіз стратегій та інструментів російської пропаганди та дезінформації в ЄС, були зроблені певні висновки. Визначено, що дезінформація є навмисно викривленою та оманливою інформацією, яка стосується важливих суспільних питань і поширюється з метою маніпуляції громадською думкою, введення в оману політичних опонентів або конкурентів, а також для створення загрозливих наслідків для суспільства в цілому. Сьогодні термін «дезінформація», який історично виник у військовій сфері, трансформувався, і тепер стосується загроз, пов'язаних з інформаційною безпекою на глобальному рівні, що особливо помітно на тлі відкритої військової агресії Росії проти України.

Військова дезінформація зазвичай спрямована на стратегічне введення супротивника в оману стосовно складу, бойової готовності та тактичних планів армії. У сучасних умовах ці підходи адаптовані до мас-медіа, і формують основи маніпуляцій громадською свідомістю на міжнародній арені. Проведений аналіз показує, що методів пропаганди існує безліч, і їх можна класифікувати за ідеологічними типами, властивими різним режимам. Нині гостро стоїть питання розробки єдиних міжнародних стандартів щодо визначення і трактування поняття «дезінформація», оскільки її вплив вже давно виходить за межі окремих держав і становить виклик для світової спільноти.

Що стосується «пропаганди», то її специфічними рисами є, по-перше, здатність серйозно впливати на масову свідомість населення і громадську думку. По-друге, це використання різноманітних технологій політичної пропаганди, розроблених в Україні та за кордоном, які мають значний вплив на процес інформаційної війни.

Поняття «пропаганда» має багатогранні визначення, оскільки підходи до її розуміння й аналізу значно різняться. Класичні концепції, запропоновані такими дослідниками як Гарольд Лассуел та Уолтер Ліппман, розглядають пропаганду як інструмент, який має на меті впливати на думки і поведінку мас. Теоретичні моделі Жака Еллюля та Леонарда Дуба додають виміри впливу пропаганди не

лише як явища, що формує суспільні погляди, але й як засіб культурного й ідеологічного домінування. Більш сучасні дослідники, серед яких Ентоні Пратканіс, Елліот Аронсон і Лео Богарт, зосереджують увагу на психологічних механізмах пропагандистського впливу, аналізуючи, як ретельно підготовлені повідомлення можуть викликати певні емоційні та поведінкові реакції у аудиторії.

Таким чином, дослідження пропаганди об'єднує широкий спектр підходів — від аналізу тексту та символів до вивчення їхньої здатності змінювати поведінкові моделі. Цей комплексний підхід дає змогу краще зрозуміти, як стратегічно подана інформація впливає на суспільну свідомість, формуючи не лише певні уявлення про реальність, а й впливаючи на способи мислення та особисті переконання.

Щодо впливу пропаганди на свідомість людей встановлено, що суб'єктами маніпулювання громадською думкою зазвичай виступають певні групи (уряди, інші державні інституції, політичні партії) або окремі особи (партійні лідери, релігійні організації, керівники бізнес-структур тощо). Таке маніпулювання здійснюється настільки майстерно, що у багатьох людей виникають потреби, бажання і цілі, які не збігаються з їхніми реальними потребами і бажаннями. У сучасних медіа-технологіях однією з найпоширеніших форм впливу на суспільну свідомість є «маніпуляція».

Також, були визначені особливості інформаційної війни в сучасному світі, зокрема на нашу думку, інформаційна війна є соціально-політичним явищем, і в політичному аспекті є продовженням домінуючої ідеологічної основи державної політики в умовах політичного (військово-політичного та економічного) конфлікту з метою формування соціальної єдності суспільства та визначення інформаційного захисту його ідентичності та світогляду, і здійснюється за допомогою індустріальних засобів інформаційних технологій комплексу механізмів інформаційно-психологічного впливу на соціум всередині держави або на суспільство жителів країн-суперників.

Інформаційна війна як явище має деструктивний вплив на розвиток інформаційного суспільства та сприяє розвитку практично всіх пріоритетних сфер життєдіяльності, наприклад, через вплив маніпулятивних технологій, що використовуються в інформаційній війні, на світову політику. Глобальні тенденції розвитку державно-правових явищ вимагають не тільки вдосконалення форм і методів державного управління, а й розробки нових стратегій, спрямованих на забезпечення інформаційної безпеки держав.

Були визначені цілі російської пропаганди в Європі, зокрема це енергетичне домінування та посилити економічний вплив Росії в Європі. Це досягається через спроби Росії і надалі конфліктувати з європейськими державами, виправдання війни в Україні, переконуючи країни ЄС в тому, що російська армія захищала свій народ від нацизму, повернула свої історичні території.

Щодо тем теми російської пропаганди в ЄС, то загалом це спроби повернути втрачені сфери впливу, розгорнувши гібридний наступ на західну цивілізацію, і нині це створення різних наративів проти України та Заходу в міру розгортання подій.

Встановлено, що інформаційний вплив російської пропагандистської машини можна звести до таких основних груп: провокації та дезінформація російської розвідки за участі неурядових організацій та ЗМІ, що фінансуються російською владою та спецслужбами; проведення та публікація тенденційних досліджень у російських наукових, дослідницьких та академічних установах; офіційні заяви представників державних структур та високопосадовців; висвітлення спеціальних подій та провокацій за участю силового (військового) апарату Росії; участь спеціально підготовлених груп людей у провокаціях та їхнє висвітлення; заяви іноземних політиків та громадських діячів («лідерів думок» для певних фокус-груп); інформаційний вплив на рівні міжнародних організацій та міжнародних конференцій; використання спеціальних каналів комунікації, таких як книги, фільми, спеціально структуровані телепрограми, пам'ятники,

позитивні образи минулого тощо; створення та просування різноманітних рейтингів; діяльність «лідерів думок» в інформаційному полі.

У сучасному інформаційному просторі поширене явище "інформаційного шуму", коли величезний обсяг контенту ускладнює відокремлення значущих даних від непотрібної або навмисно спотвореної інформації. Це створює додаткові можливості для маніпуляцій, оскільки аудиторія може бути дезорієнтована в потоці повідомлень.

Варто також зазначити, що внутрішні кризи в Європейському Союзі самі по собі стають джерелами нестабільності. Економічні та соціальні виклики, політичні розбіжності між країнами-членами або їхніми громадянами — все це створює зручний контекст для російських медіа, які активно використовують ці теми для підсилення своїх меседжів. Зрештою, суперечливість глобальних політичних процесів і відсутність чітких цивілізаційних орієнтирів додатково посилюють вплив таких кампаній.

Розглянувши стратегії та інструменти російської пропаганди та дезінформації в межах Європейського Союзу, ми дійшли кількох важливих висновків. По-перше, інформаційний вплив Росії в Європі має певні успішні чинники, серед яких розвиток мультикультурності та плюралізму поглядів, що сприяють появі проросійських альтернативних точок зору як всередині ЄС, так і за його межами. Широкий розвиток інформаційно-комунікаційних технологій забезпечив додаткові канали для посилення впливу через налагоджені інформаційні мережі. Крім того, у сучасному інформаційному просторі спостерігається явище «інформаційного шуму», яке ускладнює відокремлення важливих даних від маси непотрібної інформації, що активно використовується проросійськими медіа для підтримки своїх наративів.

Європейський Союз вживає кроків для протидії російській пропаганді, як-от резолюція Європарламенту 2016 року, що офіційно визнала RT та Sputnik пропагандистськими організаціями. Однак ці заходи поки не забезпечують єдиного координаційного механізму, що суттєво знижує ефективність зусиль окремих держав-членів у боротьбі з дезінформацією. Крім того, дезінформація є

важливим питанням для європейських політиків, і хоча такі дії, як розвиток фактчекінгу та медіаграмотності, є значущими, їх вплив стає відчутним лише у середньо- та довгостроковій перспективі.

Дезінформація загрожує політичному дискурсу через таке явище, як «упередженість підтвердження», коли людина схильна вірити в інформацію, яка підтримує її переконання. Це ускладнює боротьбу з фейковими новинами, адже їх спростування часто лише посилює їх сприйняття. Ефективною альтернативною стратегією для політиків та медіа може бути створення позитивних наративів, що здатні завоювати увагу громадськості ще на початковій стадії обговорення подій.

До початку повномасштабного вторгнення Росії Україна вже реалізувала низку заходів для захисту інформаційного простору. Ці кроки включали посилення державних комунікацій, створення єдиного інформаційного голосу, а також налагодження співпраці з міжнародними організаціями та зарубіжними урядами.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Білодід, О. С. (ред.). (1973). Словник української мови. (Т. 4: І-М). Київ: Наукова думка.
2. Бурковиський П. Слабо управляемый хаос. URL: http://www.osvita.mediasapiens.ua/monitoring/ru_zmi/slabo_upravlyaemyy_khaos/ (дата звернення: 28.10.2024).
3. Бурковський П. Російська пропаганда про події в Україні: тенденції 2014–2016 років. Media Sapiens. 2017. URL: http://www.osvita.mediasapiens.ua/trends/1411978127/rosiyska_propaganda_pro_podii_v_ukraini_tendentsii_20142016_rokiv/. (дата звернення: 28.10.2024).
4. В ЄС назвали п'ять недоліків своєї боротьби з фейками і пропагандою. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/news-eu-borotba-fake/29739793.html> (дата звернення: 28.10.2024).
5. Гацкова, К. (2016). Відкрита чи закрита інформація? Соціологічні дослідження в часи зовнішньої агресії. Соціологічні читання пам'яті Наталії Паніної і Володимира Ядова. Виступи та есе. За наук. ред. Є. І. Головахи та О. Г. Стегнія. Київ: Ін-т соціології НАН України, 43-39.
6. Гуз А.М. Історія захисту інформації в Україні та провідних країнах світу : навчальний посіб. Київ: КНТ, 2007. 260 с.
7. Дезінформація / В. П. Капелюшний // Енциклопедія Сучасної України [Електронний ресурс] / Редкол. : І. М. Дзюба, А. І. Жуковський, М. Г. Железняк [та ін.] ; НАН України, НТШ.К. : Інститут енциклопедичних досліджень НАН України, 2007. URL: <https://esu.com.ua/article-21273> (дата звернення: 26.10.2024).
8. Дезінформація. URL: http://librarychl.kr.ua/kn_in/informatoria/inf-d.php (дата звернення: 26.10.2024).
9. Дружить с Путиным, за деньги и так (12.08.2014) [Електронний ресурс] - Режим доступу до ресурсу: <http://www.svoboda.org/a/26524465.html>.
10. Енциклопедія сучасної України. URL:

<https://esu.com.ua/chapter/Політика> (дата звернення: 26.10.2024).

11. Енциклопедія сучасної України. URL: https://esu.com.ua/search_articles.php?id=21273 (дата звернення: 26.10.2024).

12. ЄС чекає від міністрів порад, як запобігати дезінформації перед виборами до Європарламенту. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/news-mogherini-propaganda-fake-news/29721836.html> (дата звернення: 28.10.2024).

13. Зайко, Л. Я. (2019). Мас-медіа як чинник формування суспільної свідомості: соціально-філософський аналіз. (Дис. канд. філос. наук). Житомирський державний університет імені Івана Франка, Житомир. URL: http://eprints.zu.edu.ua/30374/1/dys_Zajko.pdf

14. Зарубежный эшелон Кремля – тайное оружие рашистов в Европе (27.01.2015) [Електронний ресурс] - Режим доступу до ресурсу: <http://sprotyv.info/ru/news/11955-zarubezhnyy-eshelon-kremlya-taynoe-oruzhie-rashistov-v-evrope>.

15. Зозуля О. Фейк як інструмент інформаційної війни. URL: <https://yur-gazeta.com/publications/practice/inshe/feyk-yak-instrument-informatsiynoyi-viyni.html> (дата звернення: 28.10.2024).

16. Информационные войска: наступать и контратаковать. (11.03.2017) [Електронний ресурс] - Режим доступу до ресурсу: <https://news-front.info/2017/03/11/informatsionnye-vojska-nastupat-i-kontratakovat-aleksandr-rodzhers/>.

17. Исследовательский институт «Диалог цивилизаций» открылся в Берлине (01.07.2016) [Електронний ресурс] - Режим доступу до ресурсу: <https://ria.ru/world/20160701/1455973919.html>.

18. Іванченко І.С. Забезпечення інформаційної безпеки держави. Київ : ПВП «Задруга», 2013. 170 с.

19. Климчук О.О., Кравченко Р.М. Кібервійна у сучасних умовах. Інформаційна безпека. Людина. Суспільство. Держава. 2011. № 1 (5). С. 78–84.

20. Короход Я. Д. Інформаційно-психологічні війни – зброя ХХІ Актуальні проблеми політики. 2013. Вип. 50. С. 299-307.

21. Кремлёвские зазеркальные войны (10.04.2015) [Електронний ресурс] - Режим доступу до ресурсу: <https://www.theguardian.com/global/2015/apr/10/kremlin-hall-of-mirrors-peter-pomerantsev-long-read-russian-translation/>
22. Лиллекер, Д. (2010). Политическая коммуникация. Ключевые концепты: пер. с англ. Харьков: Гуманитарный центр.
23. Литва закликала партнерів по ЄС посилити боротьбу з російською пропагандою. URL:<https://www.dw.com/uk> (дата звернення: 27.10.2024).
24. Ліпкан В.А., Максименко Ю.Є., Желіховський В.М. Інформаційна безпека України в умовах євроінтеграції: навч. посібник. Київ : КНТ, 2006. 280 с.
25. Любарський С.В. Місце та роль мережевої розвідки в моделях інформаційного протиборства. Збірник наукових праць ВІТІ НТУУ «КПІ». 2013. № 1. С. 31–39.
26. «Мирні пропозиції» Ілона Маска. Де ми вже це чули? URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/elon-musk-ukraine-putin/32064873.html>
27. Морозов А.М. От физической к психологической войне. Эволюция форм войны в процессе развития цивилизации. URL: <http://psyfactor.org/biowar.htm>.
28. П'ять гучних заяв Путіна про історію України URL: https://www.bbc.com/ukrainian/politics/2014/11/141110_putin_on_history_ukraine_vc.
29. ПАРЄ прийняла резолюцію про протидію російській пропаганді. URL: <https://www.eurointegration.com.ua/news/2018/04/25/7080993> (дата звернення: 28.10.2024).
30. Пильний Лавров і переодягнені американці (19.01.2017) [Електронний ресурс] - Режим доступу до ресурсу: <http://nv.ua/ukr/opinion/panfilov/pilnij-lavrov-i-pereodjagneni-amerikantsi-497518.html>.
31. Пишут специальные люди: Залищук раскрыла масштабы путинской

пропаганды в Европе (14.10.2016) [Електронний ресурс] - Режим доступу до ресурсу: <https://www.obozrevatel.com/abroad/28374-zalischuk-raskryila-masshtabyi-propagandistkoj-seti-kremlya-v-evrope.htm/>

32. Полтораки, В.А. (2000). Социология общественного мнения. К.; Д.: Центр «Социополис».

33. Почепцов Г.Г. Информационные войны. Москва : Рефл-бук ; Киев : Ваклер, 2000. 576 с.

34. Почепцов, Г. (2015). Сучасні інформаційні війни. К.: Вид. дім «Києво-Могилянська академія».

35. Почепцов, Г. Г. (1999). Як ведуться таємні війни. Психологічні операції в сучасному світі. Рівне: ППФ «Волинські обереги»

36. Почепцов, Г.Г. Розпізнавання пропаганди та мови ненависті. URL: http://osvita.mediasapiens.ua/trends/1411978127/raspoznawanie_propagandy_i_yazyka_nenavisti/ (дата звернення: 26.10.2024).

37. Правила поведінки у Facebook, або як убезпечити свої персональні дані в соціальних мережах. URL: <http://yur-gazeta.com/publications/practice/zahist-intelektualnoyi-vlasnosti-avtorskepravo/pravila-povedinki-u-facebook-abo-yak-ubezpechiti-svoyi-personalni-dani-v-socialnih-merezhah.html> (дата звернення: 27.10.2024).

38. Пропаганда від бога. Як російська церква вирішувала долю України (29.05.2017) [Електронний ресурс] - Режим доступу до ресурсу: https://espreso.tv/article/2017/05/29/moskovskyy_patriarkhat_i_yikh_agenturna_mer ezha_vplyvu, (дата звернення 22.10.2024)

39. Протидія пропаганді та дезінформації напередодні виборів до Європейського парламенту. URL: http://nbuviap.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=4131:protidiya-propagandi-ta-dezinformatsiji-naperedodni-viboriv-do-evropejskogo-parlamentu-2&catid=71&Itemid=382 (дата звернення: 27.10.2024).

40. Протидія російській інформаційній агресії: спільні зусилля задля захисту демократії. Аналітичний звіт. Київ: Телекритика, 2015. 77 с. URL:

https://issuu.com/mediasapiens5/docs/telekritika_analytics_2015_3189a68f08ce75/8?ff=true&e=16771330/12375326 (дата звернення: 28.10.2024).

41. Путин: RT ломає монополію англосаксонських СМІ (11.06.2013) [Електронний ресурс] - Режим доступу до ресурсу: <https://vz.ru/news/2013/6/11/636789.html>.

42. Путин: інструктаж для істориків. URL: <https://www.svoboda.org/a/26675801.html>

43. Рекомендації з протидії пропаганді: тактичні, стратегічні, довгострокові (Центр аналізу європейської політики СЕРА). URL : http://ms.detector.media/trends/1411978127/rekomendatsii_z_protidii_propagandi_taktichni_strategichni_dovgostrokovi_tsentr_analizu_evropeyskoj_politiki_sera/ (дата звернення: 28.10.2024).

44. Розвідка США виявила спробу втручання РФ, Китаю та Ірану у вибори до Конгресу. URL: <https://glavcom.ua/world/observe/rozvidka-ssha-viyavila-sprobu-vtruchannya-rf-kitayu-ta-iranuu-vibori-do-kongresu-555334.html> (дата звернення: 27.10.2024).

45. Російська агресія проти України: правда і вигадки, причини і наслідки / П.П. Гай-Нижник (керівник проекту, упоряд. і наук. ред.); авт. кол.: П.П. Гай-Нижник, І.Й. Краснодемська, Ю.С. Фігурний, О.А. Чирков, Л.В. Чупрій. Київ : «МП Леся», 2018. 435 с.

46. Рум'янцева, С. В. (2017). Медіатехнології у виборчому процесі: світові тенденції та українська практика. (Дис. канд. політ. наук). Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, Харків. URL: http://dspace.univer.kharkov.ua/bitstream/123456789/15076/3/rumyanceva_disser.pdf.

47. Саприкін О. Інформаційна експансія, інформаційна війна та інформаційна атака у засобах масової інформації на прикладі Євро-2012 Вісник Книжкової палати. 2013. № 1. С. 40-43. 11.

48. Семен Н.Ф. Російські інтернет-ресурси як чинник інформаційної війни проти України: дис. ... канд. наук із соц. комун. : 27.00.01 / Дніпровський

національний університет імені Олеся Гончара, Дніпро, 2018. 260 с.

49. Семен Н.Ф. Російські інтернет-ресурси як чинник інформаційної війни проти України: дис. ... канд. наук із соц. комун.: 27.00.01 / Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, Дніпро, 2018. 260 с.

50. Сколько стоит российская информационная война (04.11.2015) [Електронний ресурс] - Режим доступу до ресурсу <https://prportal.com.ua/Peredovitsa/skolko-stoit-rossiyskaya-informacionnaya-voyna>

51. Сліди пригожинських маніяків (23.01.2023). Взято з <https://www.ukrinform.ua/rubric-ato/3657636-slidi-prigozinskihmaniakiv-vagner-ak-instrument-rosijskoi-ekspansii-u-sviti.html>.

52. Смольц С. П. Інформаційна війна як чинник формування суспільного буття Вісник Національного технічного університету України “Київський політехнічний інститут”. Філософія. Психологія. Педагогіка. 2011. № 3. С. 70-74.

53. Сняли с автобуса: Эстония отказала российским пропагандистам во въезде (29.09.2016) [Електронний ресурс] - Режим доступу до ресурсу: <https://www.obozrevatel.com/abroad/78160-snyali-s-avtobusa-estoniya-otkazala-rossijskim-propagandistam-vo-vezde.htm>.

54. Соціологічна енциклопедія: укл. В. Г. Городяненко. (2008). К.: Академвидав.

55. Стадник А. Г. (2017). Використання пропаганди в процесі інформаційних війн: її сутність, механізми і технології впливу на громадську думку. Грані, 20, вип.5(145), 10-16

56. Стаття Владимира Путина «Об историческом единстве русских и украинцев URL: <http://kremlin.ru> > news. Цитаты Свободы URL: <https://www.svoboda.org/a/26891202/lbl0lbi56583.html>

57. Сунь-дзи. Мистецтво війни. Видавництво Старого Лева. Львів, 2015, 112с

58. Ткачук П.П. та ін. Інформаційна війна і національна безпека : монографія. Львів : НАСВ, 2015. 265 с.

59. Тодоров І.Я. Російська інвазія в Україну: пропагандистський та

інформаційний виміри. Рец. на «Слова та війни: Україна в боротьбі з кремлівською пропагандою / За ред. А. Кулакова. Київ: КІС, 2017. 132 с.» Науковий вісник Ужгородського університету: серія: Історія / відп. за вип. Н.П. Керецман. 2018. № 1 (38). С. 125–126.

60. У кого цілить роспропаганда: вивчаємо, аналізуємо, протидіємо URL: <https://armyinform.com.ua/2022/08/02/u-kogo-czilyt-rospropaganda-vyvchayemo-analizuyemo-protydiyemo/>

61. У Польщі створили Центр із протидії російській пропаганді (29.04.2017) [Електронний ресурс] - Режим доступу до ресурсу: <http://informer.news/u-polschi-stvoryly-tsentr-iz-protydiji-rosijskij-propahandi/>.

62. У Фінляндії розпочав роботу центр по боротьбі з гібридними загрозами. URL: <https://dt.ua/WORLD/u-finlyandi-yi-rozpochav-robotu-centr-po-borotbi-z-gibridnimi-zagrozami-253391.html> (дата звернення: 27.10.2024).

63. Українська контррозвідка ефективно протидіє диверсантам та агентам російських спецслужб. URL: <https://ssu.gov.ua/ua/news/1/category/2/view/1221> (дата звернення: 28.10.2024).

64. Фільтр про російську пропаганду в Східній Європі: Угорщині, Румунії, Молдові, Сербії (2022). Url: <https://filter.mkip.gov.ua/rosijska-propaganda-v-krayinah-shidnoyi-yevropy/>.

65. Фісун А.О. Генеза поняття «інформаційна війна». Гілея. 2011. № 49. С. 534–538.

66. Хорошко В.О., Хохлачова Ю.С. Інформаційна війна. ЗМІ як інструмент інформаційного впливу на суспільство. 2016. Т. 22. Частина 1: Безпека інформації. DOI: 10.18372/2225-5036.22.11104.

67. Цисар. М.С. Вплив російської пропаганди на громадську думку в Європейському Союзі: сучасні виклики // XVII Міжнародна науково-практична конференція студентів та молодих вчених «Актуальні проблеми міждержавних відносин». Чернівці, 30 листопада 2023. С. 295-298

68. Чем Россия угрожает миру (06.05.2016) [Електронний ресурс] - Режим доступу до ресурсу: <https://defence-ua.com/index.php/statti/publikatsiji->

partneriv/270-chem-rossiya-ugrozhaet-miru.

69. Шведа Ю.Р. Політичні партії. Енциклопедичний словник. Львів. Астролябія, 2005. 488 с.

70. Шевців М. Б., Гончарук К. А. Пропаганда як соціально-правове явище: проблеми розуміння. Актуальні проблеми історико-правової та міжнародно-правової науки. Південно-український часопис. Випуск 1. 2019 С. 119–122.

71. Шумка А. В. Черник П. П. Інформаційно-мережева війна – нова форма міждержавного протиборства початку ХХІ ст. Військово-науковий вісник. 2013. Вип. 19. С. 243-255.

72. Якщо поглянути на Францію, то вона готує новий закон для протидії фейкам на виборах. Пропаганду забанять у Google. URL: <https://www.eurointegration.com.ua/articles/2018/03/20/7079007> (дата звернення: 27.10.2024).

73. "Rassemblement National" [National Rally] – Global Security, 2024 [Електронний ресурс] - Режим доступу до ресурсу: <http://www.globalsecurity.org/military/world/europe/fr-parties-fn.html>

74. Adams J. The Next World War. Computers Are the Weapons and the Front Line Is Everywhere. New York, 1998. 368 p.

75. Arquilla J. Ronfeldt D. Cyber war is Coming! Comparative Strategy 2 (April-June 1993). URL: <http://www.rand.org/pubs/reprints/RP223.html>.

76. Bacon, E. (2015). Putin's Crimea Speech, 18 March 2018: Russia's Changing Public Political Narrative. Journal of Societ and Post-Soviet Political and Society, 1(1), 13–36 [in English].

77. Behbudzade Z. Analysis of the EU Countermeasures vis-à-vis Russia's Information Influence Activities in the Western Balkans. 2020.

78. Bokša M. Russian Information Warfare in Central and Eastern Europe: Strategies, impact, countermeasures. German Marshall Fund of the United States, 2022.

79. Carrión J (2022) Estamos ante la Primera Guerra Mundial Digital. Inspirar

- y Transgredir, 17.
https://comunicacion.gumilla.org/wpcontent/uploads/2022/09/com_98_17-20.pdf.
80. Chifu, I., Nantoi, O., and Sushko, O. (2010). The perception of Russia in Romania, Republic of Moldova and Ukraine. București: Editure Curtes Veche, 395 p. [in English].
81. Chyzhova O. THE EUROPEAN PARLIAMENT AS A TARGET AND A TOOL IN RUSSIAN INFORMATION AND MANIPULATION CAMPAIGNS // Ukraine Analytica. 2023. № 01 (30). C. 46–56.
82. Čížik, T. (2018). Russian Information Warfare in Central Europe. In Čížik, T. (ed.) Information Warfare: New Security Challenge in Europe, 8–31. Bratislava: Centre for European and North Atlantic Affairs (CENAA) [in English].
83. Claire Wardle, Hossein Derakhshan. Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making (2nd edn, CoE 2008). URL: <https://rm.coe.int/information-disorder-report-version-august-2018/16808c9c77> (дата звернення: 26.10.2024).
84. Czechs set up unit to counter perceived propaganda threat from Russia (20.10.2016) [Електронний ресурс] - Режим доступу до ресурсу: <http://www.reuters.com/article/us-czech-security-russia-idUSKCN12K22V?il=0>.
85. Danciu, V. (2023). Disinformation and the balance of power or the reason why Russian information warfare is rampant in democratic states. The Conservative, January 25. Retrieved from: <https://www.theconservative.online/disinformation-and-the-balance-of-power-or-the-reason-why-russian-information-warfare-is-rampant-in-democratic-states> [in English].
86. Das rechte Netz des Kreml (25.11.2014) [Електронний ресурс] - Режим доступу до ресурсу: [online.de/nachrichten/ausland/id_71911458/wladimir-putin-sucht-die-naehe-zu-europas-rechten.html](https://www.zeitungonline.de/nachrichten/ausland/id_71911458/wladimir-putin-sucht-die-naehe-zu-europas-rechten.html).
87. DiSenso Maj David J. IW Cyberlaw The Legal Issues of Information Warfare Airpower Journal. Summer 1999. P. 85-102.
88. Disinformation and freedom of opinion and expression: Report of the Special Rapporteur on the promotion and protection of the right to freedom of opinion

and expression, Irene Khan (2021). URL: <https://undocs.org/A/HRC/47/25> (дата звернення: 26.10.2024).

89. Doob, L. W. (1948). Public opinion and propaganda. New York: Henry Holt & Co. P. 390.

90. Dutsyk Diana Twilight of Russian Journalism. Propaganda-2014. URL: <https://ms.detector.media/articles/post/12343/2015-01-15-twilight-of-russian-journalism-propaganda-2014/> (дата звернення: 28.10.2024).

91. EBU: Operating Eurovision and Euroradio, Market Insights Trust in Media 2021 Public Version, с. 33.

92. EU Code of Practice on Disinformation. URL: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/code-practice-disinformation> (дата звернення: 26.10.2024).

93. Europa Press Internacional (2022, 24 octubre). La UE lanza una nueva herramienta para combatir el auge de la desinformación rusa por la agresión a Ucrania. <https://www.europapress.es/internacional/noticia-ue-lanza-nuevaherramienta-combatirauge-desinformacion-rusa-agresion-ucrania-20221024131117.html> Accessed 14/07/2022.

94. European Agenda on Security [Електронний ресурс] - Режим доступу до ресурсу: https://ec.europa.eu/home-affairs/what-we-do/policies/european-agenda-security_en.

95. European Commission (2018b) Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions: Tackling Online Disinformation: a European Approach COM/2018/236 final. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52018DC0236> Accessed 15/07/2022.

96. European Commission (2022) Press release Ukraine: Sanctions on Kremlin-backed outlets Russia Today and Sputnik Brussels, 2 March 2022. https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_22_1490 Accessed 15/07/2022.

97. European Commission and High Representative on Foreign Affairs and

Security Policy (2018) Joint Communication to the European Parliament, the European Council, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions: Action Plan against Disinformation (JOIN(2018) 36. final). Brussels, 5. 12. 2018. <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/action-plan-against-disinformation> Accessed 15/07/2022.

98. European Commission, Digital Services Act: Application of the Risk Management Framework to Russian disinformation campaigns, PN/2022/022, Brussels 2023 c. 7.

99. European Commission, The Strengthened Code of Practice on Disinformation 2022, Brussel 2022/

100. European Court of Auditors, Special Report Disinformation affecting the EU: tackled but not tamed, Brussel 2021, c. 4.

101. Facebook launches fake news filter in France (06.02.2017) [Электронный ресурс] - Режим доступа до ресурсу: <https://www.theverge.com/2017/2/6/14520172/facebook-fake-news-filter-france-election>.

102. Figure of the week: 54,000, EUvsDiSiNFO, URL: euvdisinfo.eu/figure-of-the-week-54000/, (дата звернення: 28.10.2024).

103. Freelon D, Wells C (2020) Disinformation as political communication. *Political Commun* 37(2):145–156. <https://doi.org/10.1080/10584609.2020.1723755>.

104. García-Vivero G, López-García X (2021) La verificación de datos en Europa. Análisis de 5 iniciativas europeas: Maldita. es, Newtral, Pagella Política, Les Décodeurs y BBC Reality Check. *adComunica: Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación* 21:235–264. <https://doi.org/10.6035/2174-0992.2021.21.12>.

105. Garth S. Jowett and Victoria O'Donnell. *Propaganda and Persuasion*. 2012. P. 43. URL: <https://hiddenhistorycenter.org/wp-content/uploads/2016/10/PropagandaPersuasion2012.pdf>. (дата звернення: 26.10.2024).

106. Gómez, R. (2023, February 15). Russian disinformation in Romania:

mantras and biases as a method of seduction. Retrieved from: <https://www.theconservative.online/russian-disinformation-in-romania-mantras-and-biases-as-a-method-of-seduction> [in English].

107. Górká, S., Gosu, A., Manea, O., Rebegea, C. & Chorabik, Z. (2018). The historical and current state of Romanian-Russian relations. Brussels: New Direction – The Foundation for European Reform, 66 p. [in English]

108. Griffin, M. (2010). Media images of war. *Media, War & Conflict*, 3(1), 7–41 [in English].

109. Gross, P. (2020, June 11). PART II: Pursuing Wickedness: Russia's Disinformation and Propaganda in Romania. Retrieved from: <https://gjia.georgetown.edu/2020/06/11/part-ii-pursuing-wickedness-russiasdisinformation-and-propaganda-in-romania/> [in English].

110. Grüne kritisieren Russlandzentren der Unis Innsbruck und Salzburg - derstandard.at/2000057342067/Gruene-kritisieren-Russlandzentren-der-Unis-Innsbruck-und-Salzburg (11.05.2017) [Електронний ресурс] - Режим доступа до ресурсу: <http://derstandard.at/2000057342067/Gruene-kritisieren-Russlandzentren-der-Unis-Innsbruck-und-Salzburg>.

111. Harris, G., & Berenson, A. (2008, April 6). Drug makers near old goal: A legal shield *New York Times*, <http://www.nytimes.com>.

112. Havlíček, P., Yeliseyeu, A. (eds.) (2021). Disinformation Resilience Index in Central and Eastern Europe in 2021. Warsaw: EAST Center, 270 p. [in English].

113. Hench, J. B. (2010). Books as weapons: Propaganda, publishing, and the battle for global markets in the era of World War II. Ithaca, NY: Cornell University Press.

114. Holt K (2020) Right-wing Alternative Media. Routledge, New York.

115. How the Kremlin's Disinformation Machine Is Targeting Europe (16.02.2017) [Електронний ресурс] - Режим доступа до ресурсу: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2017-02-16/how-the-kremlin-s-disinformation-machine-is-targeting-europe/>

116. Hutchings, S., & Szostek, J. (2015). Dominant narratives in Russian

political and media discourse during the Ukraine crisis. In Pikulicka-Wilczewska, A., Sakwa, R. (Eds.). *Ukraine and Russia: People, politics, propaganda and perspectives*, 183–196. Bristol, UK: E-International Relations. Retrieved from: <https://www.e-ir.info/2015/04/28/dominant-narratives-in-russian-political-and-media-discourse-during-the-crisis/> [in English].

117. J. Mickle Sproul. *Channels of propaganda*, Bloomington, IN: Eric/Edinfo Press, 1994.

118. Jacques Ellul. *The conditions for the existence of propaganda. Propaganda*. New York, 1973. P. 92. URL: https://monoskop.org/images/4/44/Ellul_Jacques_Propaganda_The_Formation_of_Mens_Attitudes.pdf.

119. Janda J., Víchová V., Richter M., Sharibzhanov I., Fišer J. *Overview of Countermeasures by the EU28 to the Kremlin's Subversion Operations*. European Values, 2017.

120. Juhász K. European Union defensive democracy's responses to disinformation // *Journal of Contemporary European Studies*. 2024. C. 1–20.

121. Julia Davis, Head of RT Margarita Simonyan describes Russia's covert operations to continue the Kremlin's info-wars..., Twitter (X), URL: <https://x.com/JuliaDavisNews/status/1514040178591117317?s=20>, (дата звернення: 28.10.2024)/

122. Karpchuk N. The russian federation propaganda narrative // *Toruńskie Studia Międzynarodowe*. 2021. T. 1. № 14. C. 19–30.

123. *Kremlin's Millions* (27.08.2015) [Електронний ресурс] - Режим доступу до ресурсу: <https://en.rebaltica.lv/2015/08/kremlins-millions/>.

124. Lange-Ionatamišvili E. *Analysis of Russia's information campaign against Ukraine*. URL: <https://www.stratcomcoe.org/analysis-russias-information-campaign-against-ukraine> (дата звернення: 28.10.2024).

125. Lasswell H. D. *The Theory of Political Propaganda*. *The American Political Science Review*. Vol. 21, no. 3. P. 627. URL: <https://www.jstor.org/stable/1945515>.

126. Libicki M. What is Information Warfare? URL: <http://www.iwar.org.uk/iwar/resources/ndu/infowar/a003cont.html>
127. Lucas E. Winning the Information War: Techniques and Counter-Strategies in Russian Propaganda / E. Lucas, P. Pomeranzev. – Washington: Center for European Policy Analysis, 2016. – 64 c.
128. McLuhan M. Understanding media: the extension of man. / Marshall McLuhan. – N.Y., 1965
129. Milosevich-Juaristi M (2017) El poder de la influencia rusa: la desinformación. RealInstituto Elcano. Estudios internacionales y estratégicos, 20. <https://media.realinstitutoelcano.org/wp-content/uploads/2017/01/ari7-2017-milosevichjuaristipoder-influencia-rusa-desinformacion.pdf>.
130. Miskimmon, A. & O'Loughlin, B. (2017). Russia's Narratives of Global Order: Great Power Legacies in a Polycentric World. *Politics and Governance*, 5(3), 111–120 [in English].
131. Morejón-Llamas N, Martín-Ramallal P, Micaletto-Belda J (2022) Twitter content curation as an antidote to hybrid warfare during Russia's invasion of Ukraine. *Prof Inform* 31(3):e310308. <https://doi.org/10.3145/epi.2022.may.08>.
132. New Package of EU Sanctions Targeting Russian State-Controlled Channels, European Platform of Regulatory Authorities, URL: www.epra.org/news_items/new-package-of-eusanctions-targeting-russian-state-owned-channels, (дата звернення: 01.12.2023).
133. OECD (2022). Disinformation and Russia's war of aggression against Ukraine: Threats and governance responses. OECD Policy Responses on the Impacts of the War in Ukraine. <https://www.oecd.org/ukraine-hub/policy-responses/disinformation-and-russia-s-war-of-aggression-against-ukraine-37186bde/> Accessed 17/12/2022.
134. Ördén H (2020) Deferring substance: EU policy and the information threat. In: Petersen KL, Rønn KV (eds) *Intelligence on the Frontier Between State and Civil Society*. Routledge, New York, p. 111–127.

135. OSCE Representative on Freedom of the Media, Joint declaration on freedom of expression and «fake news», disinformation and propaganda (3 March 2017). URL: <https://www.osce.org/files/f/documents/6/8/302796.pdf> (дата звернення: 26.10.2024).

136. Rebegea, C. (2017, March 23). The Black Sea as a Battleground for the Information Warfare: a View from Bucharest. The Black Sea Strategy Papers [in English].

137. Regulation (EU) 2022/2065 of The European Parliament and of The Council of 19 October 2022 on a Single Market for Digital Services and amending Directive 2000/31/EC (Digital Services Act), Article 52.

138. Richard Alan Nelson, A Chronology and Glossary of Propaganda in the United States. Westport, Conn. and London: Greenwood Press, 1996. 336 pp. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/08821127.1997.10731916>.

139. Rivas-de-Roca R, García-Gordillo M (2022) Understanding the European Public Sphere: a review of pending challenges in research. Eur Polit Soc 23(3):380–394. <https://doi.org/10.1080/23745118.2021.188496>.

140. Romanova T. A., Sokolov N. I., Kolotaev Y. Y. Disinformation (fake news, propaganda) as a threat to resilience: approaches used in the EU and its member state Lithuania // Baltic region. 2020. T. 12. № 1. С. 53–67.

141. Rone J (2021) The return of the state? Power and legitimacy challenges to the EU's regulation of online disinformation. In: Haggart B, Tusikov N, Scholte JA (eds) Power and Authority in Internet Governance. Routledge, New York, p. 171–194.

142. RT France closes after EU sanctions, Moscow vows retaliation, Deutsche Welle, URL: www.dw.com/en/rt-france-closes-after-eu-sanctions-moscow-vows-retaliation/a-64478353, (дата звернення: 28.10.2024).

143. Rúas-Araújo J, Pérez-Curiel C, López-López PC (2020) New challenges and threats for journalism in the post-truth era: fact-checking and the fake news combat. In: Toural-Bran C, et al., (eds) Information visualization in the era of innovative journalism. Routledge, New York, p 154–160.

144. Rubin, B. (1973). Propaganda and public opinion: Strategies of

persuasion. Columbus, OH: Xerox Education.

145. Rumer, E. & Sokolsky, R. (2022, May). Russia's National Security Narrative: All Quiet on the Eastern Front. Retrieved from: <https://carnegieendowment.org/2022/05/23/russia-s-national-security-narrative-allquiet-on-eastern-front-pub-87185> [in English].

146. Shentov, O., Stefanov, R., Galev, T. (eds.) (2021). Countering Kremlin's media influence in Europe. Patterns of anti-democratic messaging, disinformation responses, and resilience assets. Center for the Study of Democracy <https://csd.bg/publications/publication/countering-kremlins-media-influence-in-europe/> [in English].

147. Simons, G. (2006). The Use of Rhetoric and the Mass Media in Russia's War on Terror. *The Journal of Post-Soviet Democratization*, 14(4), 579–600 [in English].

148. Stokes B. Europeans Face the World Divided. Many question national influence and obligations to allies, but share desire for greater EU role in global affairs [Электронный ресурс] / B. Stokes, R. Wike, J. Poushter // Pew Research Center. – 2016. – Режим доступа до ресурсу: <http://www.pewglobal.org/files/2016/06/Pew-Research-Center-EPW-Report-FINAL-June-13-2016.pdf>.

149. Szostek J (2020) What happens to public diplomacy during information war? Critical reflections on the conceptual framing of international communication. *Int J Commun* 14:2728–2748. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/13439/3092>.

150. Terracino, J.B., & Matasick, C. (2022, November 3). Disinformation and Russia's War of Aggression Against Ukraine: Threats and Governance Responses, OECD Policy Responses: Ukraine. Talking the Policy Challenges. Retrieved from: <https://read.oecd.org/10.1787/37186bde-en?format=pdf> [in English].

151. The Bear in Sheep's Clothing. Russia's Government-Funded Organisations in the EU / V.Vojtiškova, V. Novotny, H. Schmid-Schmidsfelden, K. Potapova. – Brussels: Wilfried Martens Centre for European Studies, 2016. – 84 с.

152. The Bucha massacre: How to deflect attention in Poland, EUvsDiSiNFO, URL:euvsdisinfo.eu/the-bucha-massacre-how-to-deflect-attention-in-poland/ (дата

звернення: 28.10.2024)

153. The National Defense Strategy 2020–2024. Together for a Safe and Prosperous Romania in a World Marked by New Challenges. The official website of the President of Romania. Retrieved from: https://www.presidency.ro/files/userfiles/National_Defence_Strategy_2020_2024.pdf [in English].

154. Tibrigan, N. (2022). Russia's new information war is digital nationalism. Retrieved from: <https://dcnglobal.net/posts/article/russias-new-information-war-is-digital-nationalism> [in English].

155. Torichnyi V., Biletska T., Rybshchun O., Kupriyenko D., Ivashkov Y., Bratko A. INFORMATION AND PROPAGANDA COMPONENT OF THE RUSSIAN FEDERATION HYBRID AGGRESSION: CONCLUSIONS FOR DEVELOPED DEMOCRATIC COUNTRIES ON THE EXPERIENCE OF UKRAINE // TRAMES: A Journal of the Humanities & Social Sciences. 2021. T. 25. № 3.

156. Trading Economics (2023). Romania Exports By Country. Retrieved from: <https://tradingeconomics.com/romania/exports-by-country> [in English].

157. <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+REPORT+A8-2016-0290+0+DOC+XML+V0//EN>.

158. Tuñón J, Oleart Á, Bouza-García L (2019) Actores Europeos y Desinformación: la disputa entre el factchecking, las agendas alternativas y la geopolítica. *Revista Comunicación* 18:245–260. <https://doi.org/10.26441/RC18.2-2019-A12>

159. Ventsel, A., Hansson, S., Madisson, M.-L., & Sazonov, V. (2021). Discourse of Fear in Strategic Narratives: The Case of Russia's Zapad War Games. *Media, War & Conflict*, 14(1), 21–39 [in English].

160. Vermietertagebuch - Alexander Raue, Gefährlich: Lager mit Uran-Munition in Ukraine explodiert!, YouTube, URL: <https://youtu.be/jf1dMj621m4?si=FK--fwnEVuyaglj1>, (дата звернення: 28.10.2024).

161. Vizoso Á, Vaz-Álvarez M, López-García X (2021) Fighting Deepfakes:

Media and Internet Giants' Converging and Diverging Strategies Against Hi-Tech Misinformation. *Media Commun* 9(1):291–300. <https://doi.org/10.17645/mac.v9i1.3494>.

162. Wagner A, Degli-Esposti S (2022) Verdad, desinformación y verificación: contexto de estudio y contribución al debate. *Dilemata* 38:5–12. <https://www.dilemata.net/revista/index.php/dilemata/article/view/412000503>.

163. Wagnsson C, Hellman M (2018) Normative power Europe caving in? EU under pressure of Russian information warfare. *JCMS: J Common Market Stud* 56(5):1161–1177. <https://doi.org/10.1111/jcms.12726>.

164. Waisbord S (2018) Truth is what happens to news: on journalism, fake news, and post-truth. *Journal Stud* 19(13):1866–1878. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2018.1492881>.

165. Walter Lippmann. The world outside and the pictures in our heads. Public opinion. 2004. P. 6. URL: <https://www.gutenberg.org/cache/epub/6456/pg6456.html>.

166. Willey, M. M. (1935). Communication agencies and the volume of propaganda. *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 179, P. 195.

167. Words and Wars: Ukraine facing Kremlin propaganda. K.: KIC, 2017. 124 p. URL: <https://www.civic-synergy.org.ua/wp-content/uploads/2018/04/Words-and-Wars.-Ukraine-Facing-Kremlin-Propaganda.pdf>. (дата звернення: 28.10.2024).

168. Yoshihara T. Chinese Information Warfare: A Phantom Menace or Emerging Threat? Strategic Studies Institute, U.S. Army War College. 43 p.

169. Yurcik W. Information Warfare: Legal and Ethical Challenges of the Next Global Battleground URL: https://www.researchgate.net/publication/2831747_Information_Warfare_Legal_and_Ethical_Challenges_of_the_Next_Global_Battleground.

170. Zwalczenie w UE rosyjskiej dezinformacji na temat Ukrainy, The Polish Institute of International Affairs, URL: <https://www.pism.pl/publikacje/zwalczenie-w-ue-rosyjskiejdezinformacji-na-temat-ukrainy>, (дата звернення: 28.10.2024)

ДОДАТКИ

Додаток А

Ознаки маніпулятивно-психологічного підходу

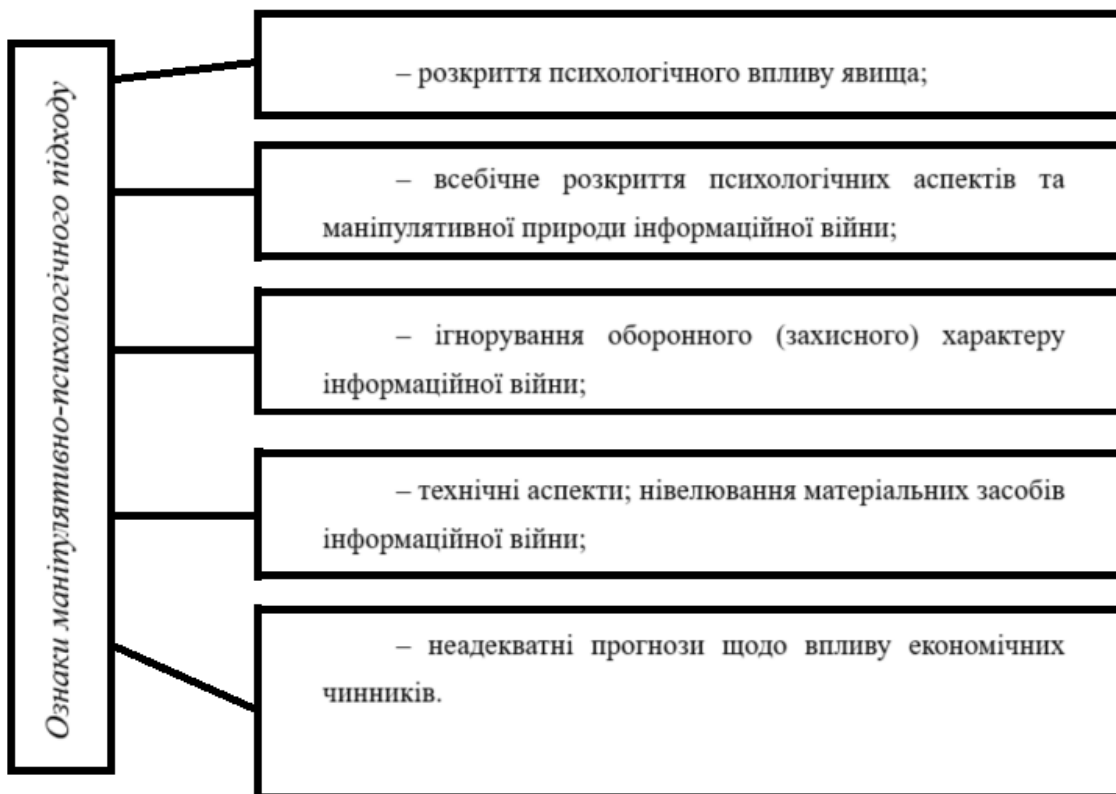


Рисунок 1.1 – Ознаки маніпулятивно-психологічного підходу. Джерело: [24]

Особливості військового-прикладного підходу

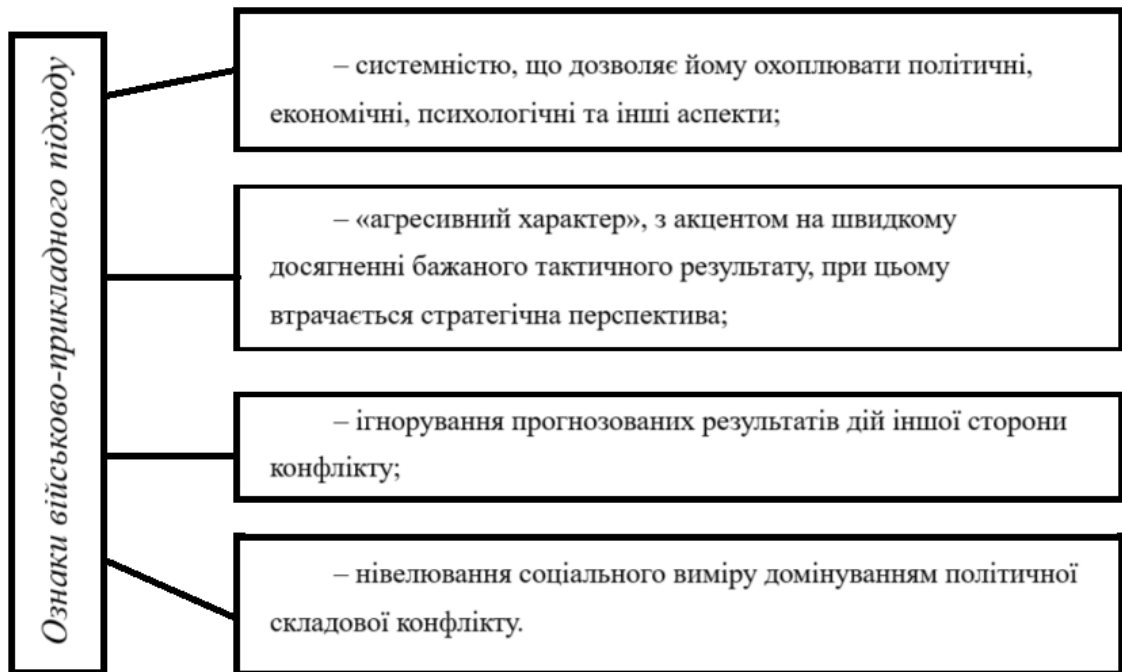


Рисунок 1.2 – Особливості військового-прикладного підходу

Джерело: [19]

Особливості віртуально-кібернетичного підходу

Рисунок 1.3 – Особливості віртуально-кібернетичного підходу. Джерело: [24]

Компоненти комплексного підходу

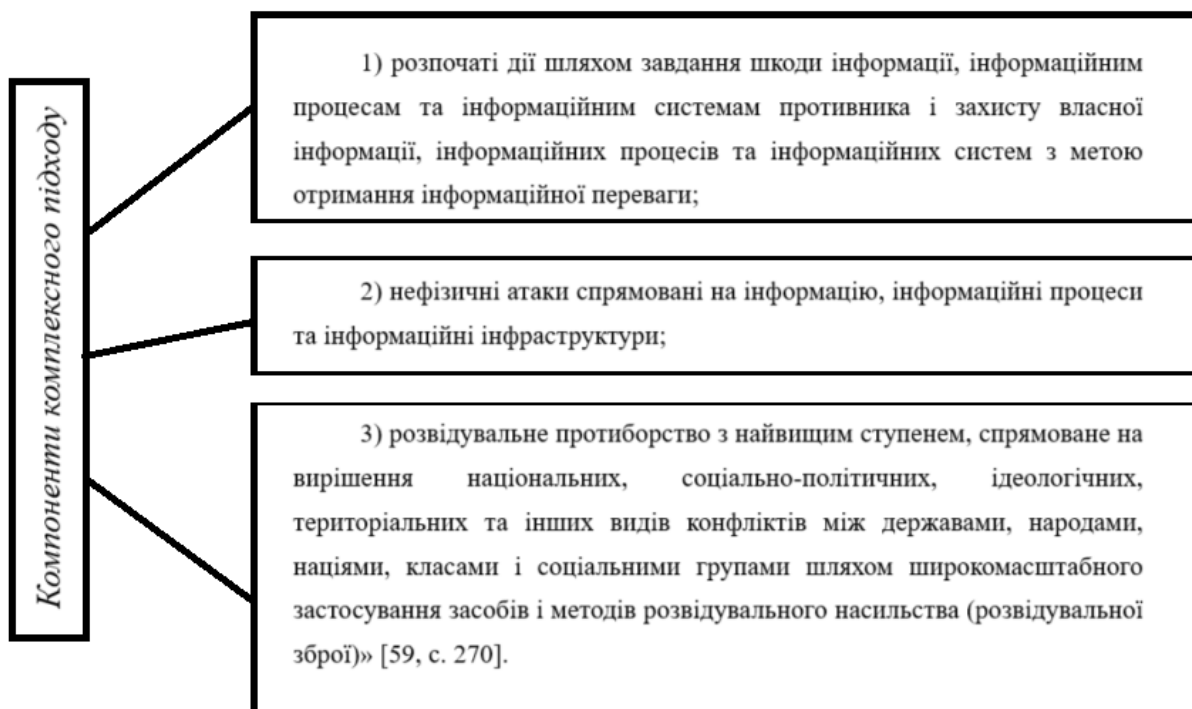


Рисунок 1.4 – Компоненти комплексного підходу. Джерело: [24]

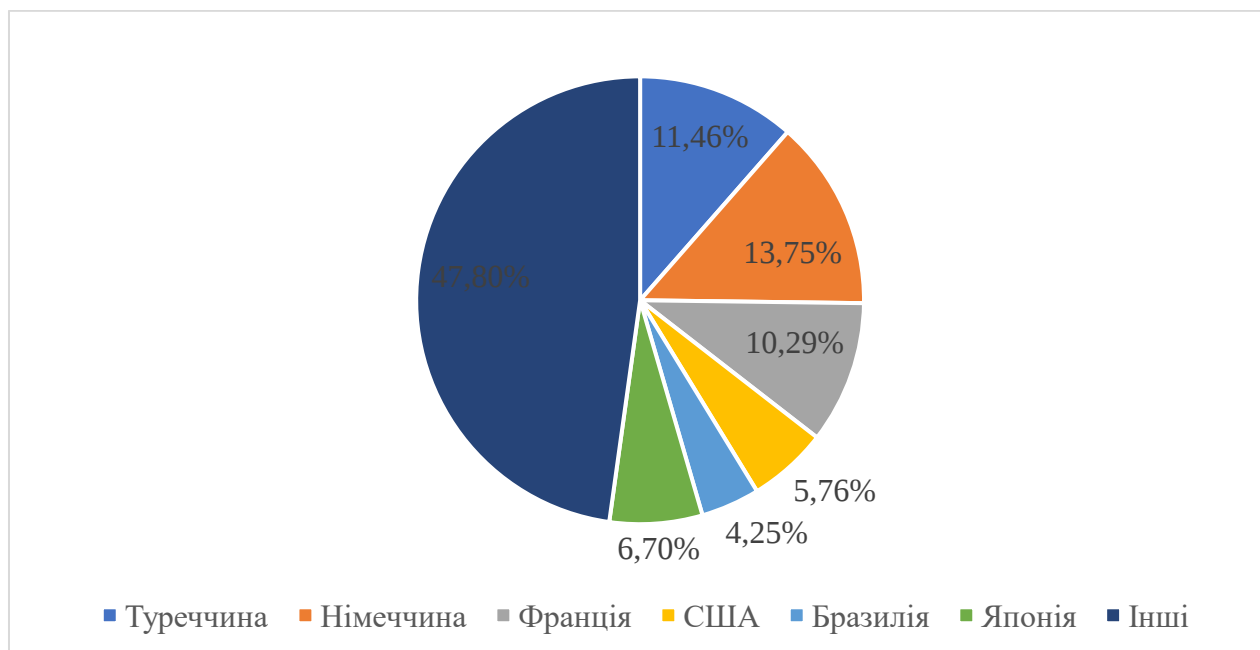
Інтернет-аудиторія каналу RT

Рис. 2.1 – Інтернет-аудиторія каналу RT. Джерело: [115]

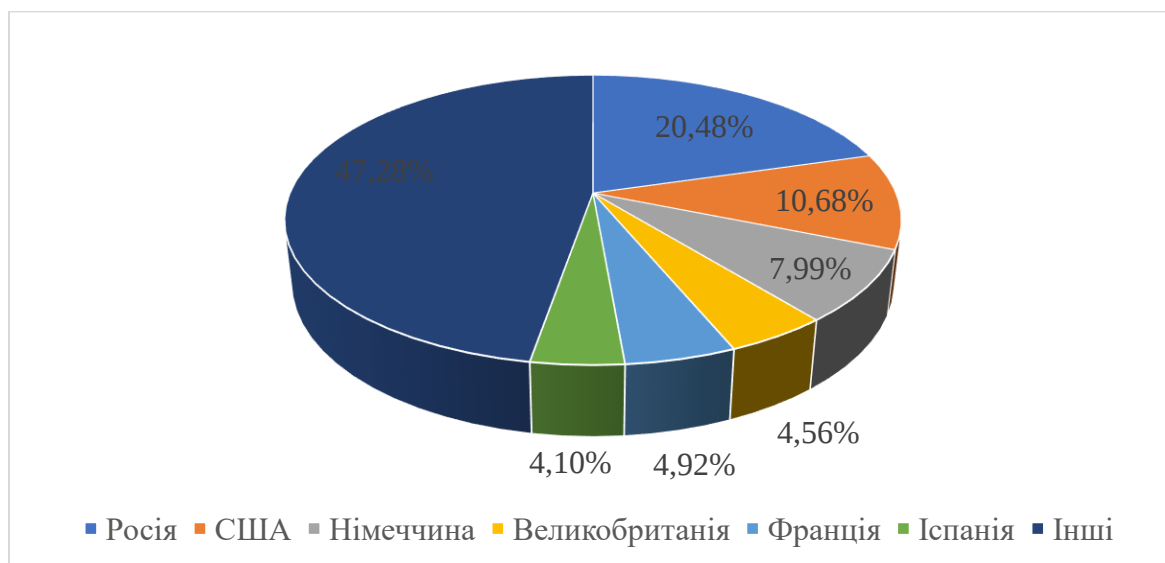
Інтернет-аудиторія каналу Sputnik

Рис. 2.2 – Інтернет-аудиторія каналу Sputnik. Джерело: [115]

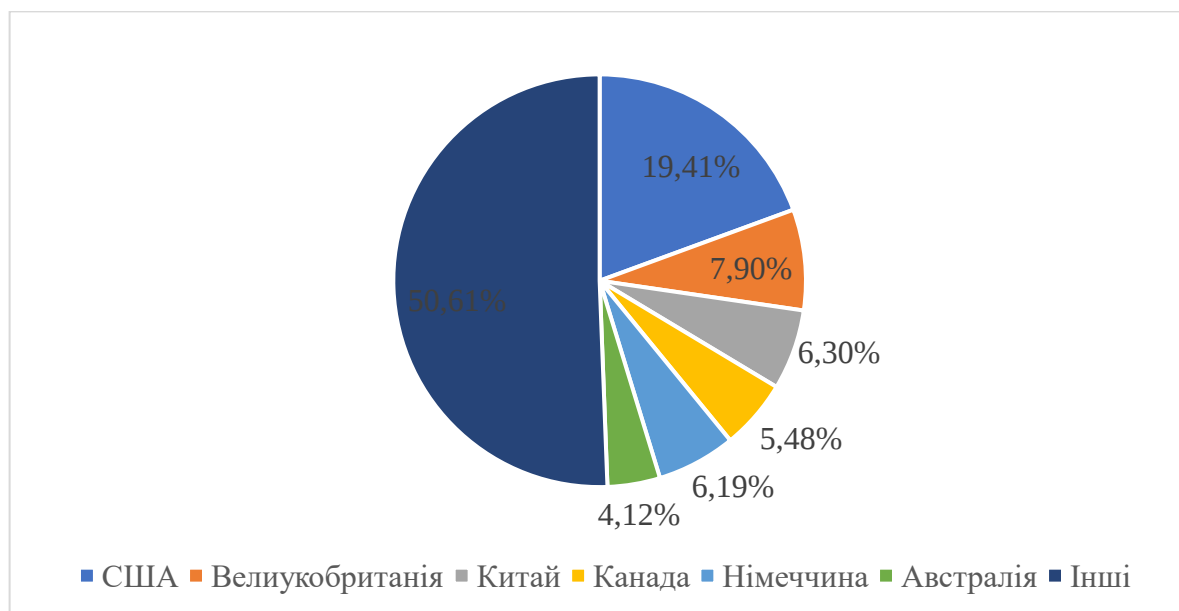
Аудиторія філії російського агентства ТАСС на Заході

Рис. 2.3 – Аудиторія філії російського агентства ТАСС на Заході. Джерело: [115]

SUMMARY

This study analyzes the large-scale and strategic influence of Russian propaganda and disinformation in the European Union, especially in the context of their escalation after the annexation of Crimea in 2014 and further events until 2024. The paper emphasizes the complexity of the mechanisms used by Russia, which uses both traditional and digital media to destabilize political systems, undermine trust in democratic institutions, and promote an alternative ideological narrative.

The author analyzes the tactics that were utilized in these campaigns in this study. For example, there are explanations on how Russia utilizes social divides, reinterprets historical and cultural occurrences, and leverages social platforms to disseminate particular messages. These actions harm the EU's institutions in the long run and deepen societal divisions.

The information influence of Russia in Europe has certain successful factors, including the development of multiculturalism and pluralism of views, which facilitate the emergence of pro-Russian alternative perspectives both within and beyond the European Union. The extensive development of information and communication technologies has provided additional channels for strengthening influence through established information networks.

The first section explores the methodological foundations of propaganda and disinformation by looking at definitions and historical contexts. The chapter highlights the nature of these events and their transformation into tools of influence, in the modern digital age. It explores the distinctions between misinformation, disinformation and malinformation providing an understanding of their impact, on opinion. In the following chapter it delves into the European Unions initiatives to counter disinformation campaigns through the analysis of structures, advancement of literacy initiatives and establishment of strategic alliances. Despite the progress that has been achieved far in research endeavors's quests, for knowledge and understanding; several challenges persist—such as the rapid propagation of misinformation on digital platforms; disparities in resource allocation, among member nations; and insufficient levels of public awareness and understanding when it comes to media consumption.

The second section is dedicated to the EU's institutional efforts to create mechanisms against disinformation across the member-states. Alongside with legislative initiative, such as the Code of Conduct on Countering Disinformation it describes what different member-states are facing specifically. It also examines what educational initiative were implemented and how they are aimed at raising level of media literacy, an expanded conceptualization that includes ability to critically analyze messages from different sources. The section emphasizes the achievements and shortcomings of these initiatives.

Despite the challenges faced, such as rapid technological development and vast spread of disinformation by the Russian affiliated media, EU has successfully implemented tools to monitor and adapt for them.

Particular attention is paid to intergovernmental cooperation and the importance of creating common standards and approaches to overcome the challenges posed by disinformation. The chapter also analyzes the effectiveness of these efforts in ensuring the stability of the EU's information space.

The third section focuses on the impact of geopolitical events, such as the war in Ukraine and the crises in the Middle East, on the changing information landscape in the EU. The section emphasizes the role of disinformation in shaping public opinion, creating negative narratives and spreading distrust between governments and citizens.

It also analyzes the interaction of traditional and digital media in spreading disinformation, in particular through social platforms that allow targeted influence on different social groups. The economic aspects of the problem are also explored, including the losses due to the undermining of confidence in the investment climate and reputational risks for EU countries.

The economic aspects of the problem are also explored, including the losses due to the undermining of confidence in the investment climate and reputational risks for EU countries.

At the same time, the research explores what the EU is doing to fight back. It looks at things like new laws, programs to teach digital skills, and stronger partnerships between countries. But it also mentions the challenges, such as how quickly technology

changes, unequal resources in different EU countries, and the need to help people better understand these problems.

One of the main strengths of this research is that it brings together ideas from different areas, like political communication, sociology, and technology. It gives practical advice on how to improve media literacy, update rules and regulations, and work with other countries. These ideas can help make societies stronger against the challenges of disinformation today.

The conclusion emphasizes that countries need to act together and be prepared to stop disinformation. By focusing on both technology and social issues, the study shows how to protect democratic values and make the EU stronger in dealing with the complex information challenges of the modern world.

Having examined the strategies and tools of Russian propaganda and disinformation within the European Union, we have come to several important conclusions. First, Russia's information influence in Europe has some successful factors, including the development of multiculturalism and pluralism of views, which contribute to the emergence of pro-Russian alternative points of view both inside and outside the EU.

The widespread development of information and communication technologies has provided additional channels for strengthening influence through established information networks. In addition, in the modern information space, there is a phenomenon of “information noise” that makes it difficult to separate important data from the mass of unnecessary information that is actively used by pro-Russian media to support their narratives.

The European Union has taken steps to counter Russian propaganda, such as a 2016 European Parliament resolution that officially recognized RT and Sputnik as propaganda organizations. However, these measures do not yet provide a unified coordination mechanism, which significantly reduces the effectiveness of individual member states' efforts to combat disinformation. Furthermore, disinformation is an important issue for European policymakers, and while actions such as fact-checking

and media literacy are important, their impact becomes noticeable only in the medium to long term.

Disinformation threatens political discourse through the phenomenon of “confirmation bias,” where people tend to believe information that supports their beliefs. This makes it difficult to combat fake news, as refuting it often only reinforces its perception. An effective alternative strategy for politicians and the media could be to create positive narratives that can capture the public's attention at the initial stage of the discussion.

Before Russia's full-scale invasion, Ukraine had already implemented a number of measures to protect its information space. These steps included strengthening state communications, creating a unified information voice, and establishing cooperation with international organizations and foreign governments.