МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЧЕРНІВЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ЮРІЯ ФЕДЬКОВИЧА

Факультет історії, політології та міжнародних відносин
Кафедра міжнародних відносин та суспільних комунікацій

ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ ЯК ЗАСОБУ ВПЛИВУ РОСІЙСЬКОЇ ПРОПАГАНДИ НА ГРОМАДЯН КРАЇН-ЧЛЕНІВ ЄС

Кваліфікаційна робота

Рівень вищої освіти – другий (магістерський)

Виконала:
студентка 6 курсу, 604 групи
Дузяк Вікторія Ігорівна
Керівник:
кандидат політичних наук,
доцент **Макух-Федоркова І.І.**

До захисту допущено
на засіданні кафедри
протокол №____ від _____ 2025 р.
Зав. кафедрою _____ проф. Макар В.Ю.

Чернівці – 2025

Анотація

У кваліфікаційній роботі розкривається актуальна проблема використання соціальних мереж як інструмента впливу російської пропаганди на громадян країн-членів ЄС. Вона досліджує теоретико-концептуальні основи вивчення пропаганди. Аналізується джерельна база та ключові механізми поширення дезінформації у цифровому просторі. Окреслено методи маніпулятивного впливу, а також роль алгоритмів соціальних мереж у просуванні проросійських наративів. Робота висвітлює сучасні виклики інформаційній безпеці, європейські підходи до протидії пропаганді та перспективи покращення стійкості медіапростору ЄС.

Ключові слова: *російська пропаганда, соціальні мережі, Європейський Союз, дезінформація, інформаційна безпека, цифрові загрози, політичні кризи.*

Summary

The qualification work addresses the pressing issue of using social media as a tool of influence for Russian propaganda targeting citizen of EU member states. It explores the theoretical and conceptual foundations for studying propaganda. The work analyzes the source base and key mechanisms for spreading disinformation in the digital space. It outlines methods of manipulative pro-Russian narratives. The paper sheds light on contemporary challenges to information security, European approaches to countering propaganda, and prospects for enhancing the resilience of the EU's media landscape.

Keywords: *Russian propaganda, social media, European Union, disinformation, information security, digital threats, political crises.*

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

_____ Дузяк В.І.

(підпис)

ЗМІСТ

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ 4

ВСТУП 5

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИКО-КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ ПРОПАГАНДИ 11

1.1 Концептуально-теоретичні підходи до вивчення явища пропаганди 11

1.2 Характеристика джерельної бази дослідження 24

Висновки до розділу 1 30

РОЗДІЛ 2 РОСІЙСЬКА ПРОПАГАНДА В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ: МЕХАНІЗМИ ТА ВПЛИВ 33

2.1 Соціальні мережі як інструмент маніпулятивного впливу Росії на населення ЄС 33

2.2 Методи і технології поширення російської пропаганди 42

2.3 Вплив кремлівської дезінформації на політичні кризи в ЄС 51

Висновки до розділу 2 62

РОЗДІЛ 3 ПРОТИДІЯ РОСІЙСЬКІЙ ПРОПАГАНДІ У ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРІ ЄС 65

3.1 Сучасні виклики у цифровому протистоянні ЄС та Росії 65

3.2 Європейський досвід у боротьбі із дезінформацією у соціальних мережах 72

3.3 Перспективи розвитку механізмів захисту інформаційного простору ЄС 81

Висновки до розділу 3 91

ВИСНОВКИ 94

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ 99

ДОДАТКИ 112

SUMMARY 119

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ

ЄС	Європейський Союз
США	Сполучені Штати Америки
НАТО	North Atlantic Treaty Organization – Організація Північноатлантичного договору
RAND	Аналітичний дослідницький центр у США
EEAS	European External Action Service – Європейська служба зовнішніх дій
OECD	Organization for Economic Co-operation and Development – Організація економічного співробітництва та розвитку
NATO StratCom COE	NATO Strategic Communications Centre of Excellence - Центр передового досвіду НАТО зі стратегічних комунікацій
СРСР	Союз Радянських Соціалістичних Республік
ЗМІ	Засоби масової інформації
РФ	Російська Федерація
IRA	Internet Research Agency – «Агентство інтернет-досліджень» (російська фабрика тролів)
RT	Russia Today – російський пропагандистський міжнародний телеканал
ЗМК	Засоби масової комунікації
G7	Group of Seven – Група семи
ШІ	Штучний інтелект
DSA	Digital Services Act – Акт про цифрові послуги Європейського Союзу
VLOP	Very Large Online Platform – Дуже велика онлайн- платформа
VPN	Virtual Private Network – Віртуальна приватна мережа
EDMO	European Digital Media Observatory – Європейська обсерваторія цифрових медіа
GADMO	German- Austrian Digital Media Observatory – Німецько-австрійська обсерваторія цифрових медіа
DEFACTO	Digital Media Observatory for Fact-checking – Платформа цифрового моніторингу та фактчекінгу

ВСТУП

Актуальність дослідження. У сучасному глобалізованому світі цифрові війни стали невід'ємною частиною міжнародних відносин, а інформація – потужним інструментом геополітичного впливу.

Російська пропаганда є однією із наймасштабніших і найскладніших загроз для демократичного суспільства. Завдяки цифровій революції та активній популяризації соціальних мереж відбулося глибоке переосмислення способів споживання інформації, що відкрило нові можливості для швидкого розповсюдження дезінформації.

Архітектура соціальних мереж, яка створена для стимуляції вірусного поширення контенту, перетворила їх на небезпечний інструмент маніпулювання інформаційними потоками. У таких умовах дезінформаційні атаки стали не епізодичним явищем, а системною стратегією, яка спрямована на формування паралельної інформаційної реальності. Метою є підміна фактів на емоційно заряджені конструкти, які здатні впливати на прийняття рішень як окремими людьми, так і цілими спільнотами.

Актуальність становить не лише інтенсивність сучасних цифрових атак, а й стрімке ускладнення медіасередовища. Екосистема соціальних мереж функціонує як багаторівнева структура, у якій користувачі є як і споживачами, так і виробниками та ретрансляторами контенту. Така поліцентричність створює сприятливу основу для прихованого поширення маніпулятивних повідомлень, які здатні формувати хибне уявлення про реальну громадську думку.

Росія цілеспрямовано використовує медіаплатформи як стратегічний інструмент впливу на європейську суспільну думку. За допомогою ретельно спланованих інформаційних операцій вона впливає на політичні процеси та соціальну стабільність у країнах-членах ЄС.

Зокрема, особливо активно пропагандистська машина активується під час кризових періодів та виборчих кампаній, коли суспільство є найбільш вразливим. Такі кампанії зазвичай супроводжуються поширенням взаємовиключних, але емоційних повідомлень, які спрямовані на руйнацію довіри до офіційних джерел інформації, підсилення відчуття хаосу, створення ілюзії масовості проросійських настроїв у суспільстві.

У цьому контексті російські пропагандисти особливо успішно експлуатують соціальні мережі з низьким рівнем модерації, де проросійські наративи можуть поширюватися тривалий час без виявлення. Такі платформи стали для Москви зручним полем для формування альтернативних інформаційних ланцюгів, які змінюють реальні суспільні настрої штучно створеними наративами.

Російська стратегія складається як з відкритої пропаганди, так і прихованого впливу через мережі ботів та тролів. Кремль прагне посилити політичну поляризацію, підірвати довіру суспільства до національних урядів та демократичних інституцій ЄС, посіяти розбрат та панічні настрої. Усе це ускладнюється сучасними технологіями, які дозволяють російським пропагандистам діяти непомітно, маскуючи свої мережі під реальних користувачів, громадські організації та експертні спілки.

Така гібридна стратегія методів, коли традиційні інструменти пропаганди поєднуються із алгоритмічними мережами ботів, значно посилює загрози для інформаційної стійкості ЄС. Формування штучного вигляду широкого суспільного консенсусу через фейкові акаунти створює викривлене відчуття реальності та підживлює поляризаційні настрої.

Однією із центральних проблем, що підкреслює актуальність дослідження, є неспроможність соціальних мереж ефективно протидіяти пропагандистському впливу. Алгоритми медіа платформ, розроблені для персоналізації контенту та утримання уваги користувачів, сприяють створенню «інформаційних бульбашок»

із безконтрольним поширенням дезінформації. У результаті, дезінформація отримує більш широкий вплив, аніж традиційні новини, а критичне мислення аудиторії часто відходить на другий план. Масштабне використання мікротаргетингу дозволяє пропагандистам точно визначати цільову аудиторію, яка є найбільш вразливою до маніпуляцій і ефективно впливати на них .

Сучасні медіа платформи не лише швидко поширюють контент, а й також підсилюють його за допомогою алгоритмів рекомендацій, які орієнтовані на емоційну реакцію користувачів.

Незважаючи на законодавчі зусилля Європейського Союзу, модерація контенту все ще залишається недосконалою. Здатність пропагандистів швидко адаптуватися, використовувати новітні технології та мігрувати на менш регульовані платформи створює щоразу нові виклики для європейської інформаційної безпеки.

Особливо це прослідковується через швидке зростання ролі закритих або напівзакритих соціальних мереж, де контроль за поширенням контенту є мінімальним, а можливості для інформаційних атак – максимальні. У таких середовищах навіть найпотужніші системи модерації часто виявляються безсилими.

Аналіз сучасного інформаційного впливу Москви вимагає міждисциплінарного підходу, який поєднує політичну науку, соціологію, інформаційні технології та психологію споживання медіа. Без цього стає неможливим виявлення нових стратегій пропаганди та розробка комплексних методів захисту аудиторії та зміцнення стійкості демократичних процесів.

Таким чином, у сучасну епоху комплексне дослідження використання Росією соціальних мереж як інструменту пропаганди є надзвичайно актуальним. Воно дозволяє не лише зрозуміти основну специфіку інформаційних операцій, а й проаналізувати вразливості європейського цифрового простору.

Окрім того, провести оцінку перспективи подальшого розвитку механізмів протидії російській пропаганді. Зрештою, дослідження здатне сприяти формуванню довгострокових стратегій інформаційної безпеки, які враховують як технологічний розвиток, так і поступове ускладнення форм гібридних загроз.

Мета дослідження полягає у комплексному аналізі використання Росією соціальних мереж для впливу на населення ЄС.

Завдання дослідження:

В процесі дослідження вирішувалися наступні завдання:

1. Характеристика концептуально-теоретичних засад вивчення явища пропаганди.
2. Дослідження соціальних мереж як інструменту пропагандистської діяльності Росії.
3. Визначення ключових методів та механізмів впливу на європейську суспільну думку.
4. Аналіз впливу кремлівської дезінформації на конкретні політичні кризи та процеси в країнах ЄС.
5. Оцінка ефективності існуючих механізмів протидії російській пропаганді на рівні Союзу та окремих платформ.
6. Розробка рекомендацій для посилення стійкості інформаційного простору ЄС.

Об'єкт дослідження: російська пропаганда як ключовий інструмент впливу Російської Федерації на інформаційний простір.

Предметом дослідження є механізми, методи та наслідки використання соціальних мереж як засобу поширення російської пропаганди в медіапросторі ЄС.

Методологія дослідження

Під час дослідження були використані такі методи:

1. Контент-аналіз – застосовувався для вивчення пропагандистських наративів, ключових ідей та стилістичних особливостей.

2. Компаративний (порівняльний) – використовувався для зіставлення стратегій поширення російської пропаганди на різних платформах та порівняння заходів із протидії у кількох країнах ЄС.

3. Узагальнення – характеристика загальних тенденцій та закономірностей кремлівського інформаційного впливу.

4. Метод побудови сценаріїв – визначення перспектив розвитку механізмів захисту медіапростору Союзу.

Наукова новизна дослідження зумовлена комплексним аналізом сучасних механізмів і тактик російської пропаганди, визначенням ефективних напрямів протидії та розробці рекомендацій для захисту європейського медіапростору. Особливої уваги набуває поєднання теоретичних підходів із практичною оцінкою реальних випадків. Це дозволяє точніше визначити закономірності функціонування пропагандистських мереж у цифровому середовищі.

Практичне значення полягає у тому, що на основі результатів дослідження можна сформувати комплексні підходи ЄС та його інституцій до протидії російським інформаційним операціям у соціальних мережах. Отримані висновки можуть слугувати основою для удосконалення політики у сфері стратегічних комунікацій, регулювання медіаплатформ, підвищення рівня медіграмотності та зміцнення демократичних інститутів до зовнішніх втручань. Окрім того, дослідження може бути корисним для фахівців з інформаційної безпеки та цифрової дипломатії, які працюють над виявленням, нейтралізацією та попередженням російського впливу в європейському інформаційному просторі.

Апробація результатів дослідження була здійснена під час виступу на Щорічній студентській науковій конференції Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича 12-15 травня 2025 року. Факультет історії, політології та міжнародних відносин. Підсекція міжнародних відносин,

суспільних комунікацій та регіональних студій. В. Дузяк «Російська пропаганда у соціальних мережах: європейський досвід протидії» [7, с.124-125].

Структура роботи складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків. Загальний обсяг роботи становить 123 сторінки, з яких основного тексту – 83 сторінки.

РОЗДІЛ 1
ТЕОРЕТИКО-КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ ПРОПАГАНДИ

1.1 Концептуально-теоретичні підходи до вивчення явища пропаганди

Пропаганда є однією із найдавніших форм соціальної комунікації та впливу, однак її системне наукове осмислення розпочалось лише на початку XX століття. Поштовхом стала Перша світова війна, яка продемонструвала безпрецедентну силу організованого інформаційного впливу на мобілізацію населення, демонізацію ворога та підтримання бойового духу. Цей етап ознаменував перетворення пропаганди з епізодичного політичного інструменту на перманентну та інституціолізовану державну функцію.

Відтоді теоретичне вивчення пропаганди пройшло тривалу та багатовимірну еволюцію, розгортаючись у руслі політологічних, соціологічних, психологічних та комунікаційних студій. Було породжено низку ключових наукових шкіл та підходів, які й досі окреслюють межі сучасного розуміння пропаганди. Тож аналіз концептуально-теоретичних засад вивчення пропаганди дозволяє осягнути внутрішню логіку впливу маніпулятивних процесів та оцінити їх наслідки для суспільства.

Одним із перших завдань у вивченні пропаганди полягає у визначенні самого поняття та чіткому розмежуванні його із суміжними термінами.

Класичне визначення пропаганди, яке було запропоноване Леонардом Дубом, пояснює її як «спробу вплинути на особистість та контролювати поведінку людей за допомогою сугестії» [38].

Гарт Джоветт та Вікторія О'Доннелл у їх фундаментальній роботі «Пропаганда та переконання» (Propaganda and persuasion) наводять більш розгорнуте роз'яснення феномену. «Пропаганда – це навмисна, систематична спроба сформувати сприйняття, маніпулювати пізнанням та спрямовувати поведінку для досягнення мети, яка сприяє бажаним намірам пропагандиста»

[49]. Дослідники підкреслюють, що ключовими рисами тут є навмисність та системність дій одностороннього спрямування комунікації, де інтереси пропагандиста завжди переважають над бажанням аудиторії. Утопічна модель переконання, на відміну від пропаганди, передбачає двосторонній процес. Під час нього обидві сторони комунікації мають рівні можливості для аргументації та зміни своїх позицій. Інформування має на меті об'єктивне представлення фактів без навмисного наміру схилити аудиторію до певної точки зору.

Зв'язки з громадськістю, хоч і використовують певні методи переконання аудиторії, спрямовані на побудову взаємовигідних стосунків та діалогу. В той час як пропаганда орієнтована виключно на нав'язування конкретних наративів. У практиці ці межі часто розмиваються, що створює «сірі зони», де звичайне інформування трансформується у маніпуляцію.

Для класифікації пропаганди її прийнято поділяти на «білу», «сіру» та «чорну». Перша – пропаганда, яка походить із конкретного перевіреного джерела, її зміст переважно правдивий і спрямований на побудову довіри. «Сіра» пропаганда є суміжним поняттям: її джерело поширення не завжди ідентифікується або є сумнівним, а сама інформація може комбінувати суміш правди, напівправди та брехні. Остання із класифікації, «чорна» пропаганда, є повністю із оманливого джерела та поширює відверту брехню та вигадки [49, с.16-18].

Досвід Першої світової війни став певним зламом, який ознаменував перетворення пропаганди на усталену та чітко сформовану форму державної політики. У той час у США був створений Комітет громадської інформації, що очолювався Джорджем Крілом, який зібрав журналістів, митців та науковців для створення військового настрою [36].

Комітет використовував усі тогочасні канали комунікації. У проведенні військової кампанії він залучав пресу, плакати, кіно та масштабну мережу із 75 000 волонтерів-ораторів. Вони були відомі як «чотирихвилинні люди», які

виступали перед аудиторією з короткими патріотичними промовами по всій країні [36].

У Великій Британії були створені схожі установи, які називалися Бюром воєнної пропаганди і Міністерством інформації та виконувала схожі функції. Тим не менш, їх діяльність була спрямована вже не лише на внутрішню аудиторію. Так вони проводили інформаційні кампанії і у нейтральних країнах, зокрема США, та мали на меті залучити їх у війну на стороні свого блоку – Антанти.

У той час були введені у практику та активно відпрацьовані ключові наративи та техніки пропаганди. Велика Британія демонізувала образ німців перед американцями, апелювала до моральних цінностей, зокрема боротьби за демократію та свободу, та поширювала перебільшені або сфабриковані історії про звірства [74]. Ці кампанії довели свою успішність та продемонстрували урядам потенціал та силу масової комунікації для управління громадською думкою. Це заклало основу для подальшого розвитку теорії пропаганди.

Одним із перших теоретиків, хто систематизував вивчення пропаганди, є американський політолог Гарольд Лассвел. Його книга, що була опублікована у 1927 році «Техніки пропаганди у світовій війні» (Propaganda Technique In The War) стала класичним аналізом методів під час конфлікту. Лассвел розглядав пропаганду як необхідний інструмент для керування сучасним суспільством. Він стверджував, що в епоху демократії, де прямий примус обмежений, пропаганда є єдиним альтернативним способом для мобілізації мас [58].

Гарольд Лассвел запропонував знамениту модель комунікації, яка стала фундаментальною основою для подальших досліджень. «Хто говорить? Що говорить? Яким каналом? Кому говорить? З яким ефектом?» [59]. Ця формула розділила складний процес комунікації на окремі аспекти, що значно спростило його подальший системний аналіз (Рис. А) [57].

Ще одним новатором у формуванні теорії та практики пропаганди став Едвард Бернейс, який був племінником Зигмунда Фройда та одним із засновників

сучасної науки зв’язків з громадськістю. У своїй ґрунтовній праці «Пропаганда» (Propaganda) 1928 року дослідник стверджував, що маніпуляція громадсько думкою є не лише можливою, а і абсолютно необхідною для функціонування демократії [29]. Бернейс ввів термін «інженерія згоди», який описував процес використання знань психології людини для формулювання бажань та переконань мас [29].

Він стверджував, що «свідоме та інтелектуальне маніпулювання організованими звичками та думками мас є важливим елементом демократичного суспільства» і цим процесом має керувати освічена еліта, «невидимий уряд» [29].

Підхід Едверда Бернейса значною мірою зосереджений на комерційній та корпоративній пропаганді, яка приховувалася під виглядом зв’язків з громадськістю. На відміну від більш політизованого наукового аналізу Лассвела.

Фундаментальний внесок у вивчення пропаганди як загального соціального явища зробив французький філософ та соціолог Жак Еллюль. У праці «Пропаганда: Формування людських установок» (Propaganda. The Formation of Men's Attitudes) він висунув одну із найвпливовіших та, водночас, песимістичних теорій [39]. Дослідник стверджував, що у сучасному технологічному суспільстві пропаганда стає все більш неминучим та всеохоплюючим процесом. Вона перестає бути тільки державним чи партійним інструментом, натомість набуваючи рис частини загальної соціальної структури [39].

Жак Еллюль вирізняв два основні типи пропаганди : політичну та соціологічну. Політична пропаганда є її традиційною формою та використовується урядами чи політичними угрупованнями для досягнення конкретних цілей. Натомість, соціологічна пропаганда є набагато глибшим та непомітним явищем. Вона проявляється через поширення певного способу життя, системи цінностей та ідеології через усі можливі соціальні інститути: освіту, медіа, розваги, технології. Її метою є інтеграція особистості в суспільство так, щоб вона прийняла усі існуючі норми як природні та єдино можливі [39, 62-64].

Дослідник також ввів поняття «пре-пропаганди», яким описує процес створення сприятливих умов і установок для аудиторії. У наслідку це робить її більш сприйнятливою до подальших пропагандистських повідомлень. У загальному, це означає створення певного світогляду, стереотипів та наративів, які згодом активуються та підсилюються прямою пропагандою.

Еллюль розрізняв агітаційну та інтеграційну пропаганду. Перша наділяється революційним характером, яка емоційно спрямована на мобілізацію мас для руйнування пануючого порядку. Інтеграційна ж , навпаки, є раціоналізованою та спрямована на стабілізацію і підтримку існуючої системи [39, 70-75].

Дослідник вважає, що пропаганда не може бути успішною без підтримки сучасних медіа, які створюють постійний потік інформації та обмежують час на її якісний аналіз. Важливою ознакою є те, що пропаганда апелює не до конкретної брехні, а до міфу – цілісної картини світу, яка надає сенс її існуванню. За Еллюлем, індивід є не стільки жертвою, як співучасником, який прагне знайти відповіді на складні питання та відчути себе частиною соціуму.

Практичним втіленням теоретичних розробок стали конкретні техніки пропаганди, які були систематизовані Інститутом аналізу і пропаганди (Institute for Propaganda Analysis), який діяв у США наприкінці 1930-тих років. Цей інститут визначив сім основних прийомів, які й досі залишаються актуальними. Першим з них є «навішування ярликів», що означає використання негативно забарвлених словосполучень для дискредитації опонента без використання доказів.

Другим є «сяючі узагальнення» (Glittering Generalities). Цей прийом характеризується використанням позитивно забарвлених та абстрактних понять для асоціації своєї позиції із загальноприйнятими цінностями.

Наступний прийом – «перенесення». Пропагандисти намагаються перенести престиж або повагу від однієї авторитетної особи, інституту чи

символу на власну ідею чи продукт. Четвертим є «свідчення», коли використовуються цитати або підтримка відомих осіб, які мають вплив на громадську думку.

Наступним поширеним прийомом є «свої хлопці». Це спроба представити себе чи свою ідею як близьку до простого народу, його інтересів та цінностей. «Гра в натовпі» або «загальний вагон» передбачає створення хибного враження про масовість тієї чи іншої дії, апелюючи до бажання людей бути частиною більшості.

«Підтасовування карт» є одним із найбільш використовуваних прийомів до цього часу. Пропагандисти вибірково представляють факти та аргументи, де наголошується лише на позитивних аспектах своєї позиції, а негативні – замовчуються або спотворюються.

Варто зауважити, що всі ці техніки рідко використовуються поодинці. Зазвичай вони комбінуються в рамках широкої пропагандистської стратегії, яка укріплюється міфами та символами, які резонують з культурним кодом цільової аудиторії.

Психологічні та когнітивні основи пропаганди є ключовою сферою досліджень. Це пояснює чому люди схильні вірити маніпулятивним повідомленням. Наукові здобутки Даніеля Канемана та Амосва Тверські про людські когнітивні упередження продемонстрували схильність людського мислення опиратися не на раціональний аналіз інформації, а на швидкі та інтуїтивні «розумові скорочення». Вони допомагають швидко приймати рішення, але, водночас, роблять нас особливо вразливими до маніпуляцій [50].

Пропагандистські стратегії активно використовують когнітивні евристики. Зокрема евристику доступності: людська свідомість схильна сприймати більш правдивою ту інформацію, що легше пригадати. Також евристику афекту, яка полягає в тому що наші емоційні реакції впливають на наші судження. Загалом, емоції відіграють центральну роль у пропаганді. Інформаційні повідомлення, які

викликають страх, гнів чи надію і гордість, обробляються швидше та запам’ятовуються краще, аніж нейтрально забарвлені.

Теорія «встановлення порядку денного», яка була розроблена Максвеллом Маккомбсом та Дональдом Шоу, стверджує, що медіа не можуть вказувати людям що думати. Проте вони надзвичайно успішні у вказуванні про що думати, визначаючи пріоритетність тем у суспільній свідомості [65, с. 176-187]. Із цим тісно пов’язана теорія фреймінгу, яка показує, що спосіб подачі інформації впливає на її інтерпретацію. Тобто один і той самий факт, поданий у різних контекстах, може викликати абсолютно різну реакцію. Наприклад, протестний рух можна представити як «боротьбу за свободу», так і як «порушення громадського порядку».

Інші важливі теорії масової комунікації також дають змогу глибше зрозуміти структурні механізми, на основі яких просувається пропагандистський вплив. Теорія двоступеневого потоку інформації, запропонована Полом Лазарсфельдом та Еліу Кацем, поставила під сумнів уявлення про прямий та всемогутній влив медіа. Натомість вони показали, що інформація від медіа спочатку потрапляє до «лідерів думок», а вже від них, через міжособистісні канали, поширюється на решту населення [52]. Тож ця теорія підкреслює важливість неформальних комунікативних каналів у процесі циркуляції пропагандистських наративів.

Важливим науковим здобутком у теорії масової комунікації стала «спіраль мовчання» Елізабет Ноель-Нойман [69]. Згідно цієї теорії, люди, які вважають власну думку відмінною від більшості, схильні приховувати її, боячись соціальної ізоляції. А це, у свою чергу, створює враження, що домінуюча точка зору є більш поширеною і змушує мовчати ще більше інакодумців. Пропагандисти можуть використовувати цей механізм задля штучного створення видимості масової підтримки певної ідеї чи наративу .

Концепція «щеплення», розроблена Вільямом Магуайром, пропонує підхід для протидії пропаганді [66]. Подібно до вакцинації, людині можна «прищепити» стійкість до певного переконання, якщо заздалегідь підготувати її зі слабкими та спростованими контраргументами. Це стимулює її власні когнітивні захисні механізми та робить менш вразливими до подальших інформаційних атак.

Модель «ймовірності свідомої обробки інформації» Річарда Петті та Джона Качіоппо пояснює, що люди обробляють інформацію двома шляхами. Перший – центральний, який передбачає вдумливий аналіз аргументів. Другий – периферичний, який полягає в побудові оцінки на основі таких поверхневих сигналів, як привабливість джерела, емоційність передачі інформації та кількість аргументів [71]. Пропаганда переважно націлена саме на периферичний шлях, адже він вимагає менше когнітивних зусиль від аудиторії.

Критичні та структурні підходи до вивчення пропаганди зміщують фокус з психології індивідуума на аналіз владних відносин та економічних структур, які лежать в основі всього інформаційного виробництва. Найвідомішою у цьому напрямі є «пропагандистська модель» Едварда Германа та Ноама Хомського , представлена у книзі «Виробництво згоди: Політична економія мас» (Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media) [45]. Згідно неї, дослідники стверджують, що навіть у демократичних структурах медіа все одно функціонують як пропагандистська система.

Це відбувається завдяки п’ятьом «фільтрам», які обмежують інформацію. Першим є розмір, власність та орієнтація на прибуток медіа-корпорацій. Великі медіа належать корпораціям, які мають власні економічні інтереси, що впливають на ту інформацію, яку вони поширюють.

Другим є реклама як основне джерело заробітку. Медіа часто потрапляють у залежність від рекламодавців і уникають контенту, який може бути дискредитуючим для них.

Третій – залежність від джерел інформації. Журналісти переважно надають інформацію із офіційних джерел, які можуть надавати її готовою для використання, але вигідною для себе.

Четвертим є негативна реакція («flak»). Під цим поняттям розуміється організований тиск на медіа із боку різних впливових груп. Антикомунізм або ідеологія «спільного ворога» є п'ятим «фільтром». Так у медіа можуть використовуватися панівна ідеологія для мобілізації суспільства та дискредитації будь-якої альтернативної точки зору [45].

«Пропагандистська модель» показує, що структурні чинники теж можуть впливати на служіння медіа інтересам панівних еліт. Цей підхід також перегукується із теоріями італійського марксиста Антоніо Грамші про культурну гегемонію. Він підкреслював, що панування, яке досягається через ненасильницьке поширення ідеології панівного класу, стає «здоровим глуздом» для всього суспільства [43]. Французький філософ Луї Альтюссер також розвинув цю думку у своїй концепції «ідеологічних державних апаратів» (релігія, освіта, сім'я, медіа), які на відміну від репресивних апаратів, забезпечують самостійне відтворення панівної ідеології та добровільну покору [26].

Детальний аналіз провідних наукових шкіл та підходів дає змогу усвідомити багатовимірність теоретичного осмислення феномену пропаганди. Функціоналістський підхід, започаткований Гарольдом Лассвелом та його колегами, розглядав пропаганду як невід'ємний елемент управління суспільством. Ця традиція, що панувала в американській науці в середині XX століття, зосереджувалася на функціях пропаганди в соціальному аспекті.

Праці Інституту аналізу пропаганди систематизували пропагандистські техніки та також належать до цього напряму, оскільки їхньою метою було навчити громадян розпізнавати маніпуляції для кращого функціонування демократичного суспільства.

Єльська програма дослідження комунікації та зміни установок під керівництвом Карла Говланда є яскравим прикладом соціально-психологічного підходу [47]. Дослідники Єльської школи аналізували фактори, які пов’язані із джерелом (довіра та привабливість), повідомленням (структура та емоційність) та аудиторією (певні риси рівень освіти). Експерименти довели, що джерела із високим рівнем довіри є більш переконливими, а емоційні повідомлення можуть бути ефективними лише до певної межі, після якої починають викликати захисні реакції суспільства [47]. Цей підхід забезпечив емпіричну базу для багатьох теорій переконання та пропаганди.

На противагу цьому, теорія Франкфуртської школи розглядала пропаганду в контексті панування та ідеології. Теодор Адорно та Макс Горкгаймер у праці «Діалектика Просвітництва» (Dialectic of Enlightenment: Philosophical Fragments) ввели поняття «культурної індустрії» [46]. Вони стверджували, що в капіталістичному суспільстві культура масового виробництва стає інструментом ідеологічного контролю. Вона стандартизує мислення, нав’язує суспільству хибні потреби та позбавляє особистість критичного мислення та здатності до опору. Культурна індустрія, за їх теорією, є формою тотальної соціологічної пропаганди, яка робить людей пасивними споживачами, які нездатні виробити альтернативу існуючому порядку.

Не менш важливими є риторичний та символічний підходи. Американський філософ та літературознавець Кеннет Берк розглядав комунікацію як символічну дію. Він виділяє важливим процес ідентифікації [33]. Тобто промовець намагається переконати аудиторію шляхом демонстрації спільних інтересів, цінностей чи ідентичності. З цієї точки зору пропаганда є стратегічним використанням символів для створення ідентифікації між пропагандистом та аудиторією. Або, навпаки, «роз’єднання» аудиторії та опонента.

Берк аналізував як риторичні фігури, метафори та наративи використовуються для структурування загального сприйняття реальності.

Розвиваючи цю ідею, він вказав на центральну роль дії механізму «цапа-відбувайла» у пропаганді. Паради, мітинги та церемонії створюють відчуття єдності та колективної солідарності. Тоді як призначення «цапа-відбувайла» дозволяє спільноті очиститися від внутрішніх суперечностей, переклавши усю провину на зовнішнього або внутрішнього ворога. Такий механізм є надзвичайно потужним та ефективним для мобілізації групи проти «Іншого» [33]. Цей підхід підкреслює, що пропаганда працює не завжди через пряму брехню, а часто через тонке маніпулювання мовою та символами, які формують суспільне світобачення.

Не менш важливим є інституційний вимір пропаганди. Вона є організованою діяльністю, яка спирається на багато потужних інститутів. Головним актором у цій сфері історично залишається держава. Важливою частиною пропагандистського апарату є урядові відомства, спеціалізовані агенції та державні медіа. Політичні партії також активно використовують пропаганду для мобілізації електорату та дискредитації опонентів. Навіть релігія та система освіти можуть виконувати функції соціологічної пропаганди через транслювання певних цінностей та установок.

У XX столітті важливу роль почали відігравати спеціалізовані аналітичні центри (think tanks), які часто впливають на громадську думку та процес прийняття рішень. Особливою формою інституціолізованої державної пропаганди є публічна та культурна дипломатії. Хоч її прихильники і наголошують на відмінності від «чорної пропаганди», її кінцевою метою залишається просування національних інтересів та формування позитивного іміджу країни закордоном.

Такі функції виконує Британська Рада, німецький Інститут імені Гете та французький Альянс Франзес. Вони просувають національну мову та культуру, організовують виставки та освітні обміни. Хоч ця діяльність має значну культурну цінність, вона також є інструментом «м’якої сили», створюючи сприятливе середовище для досягнення зовнішньополітичних цілей держави [70]. Тож це є

яскравим прикладом концепції «соціологічної пропаганди» Жака Еллюля, яка діє повільно, але при цьому системно та довгостроково [39].

Соціологія знань та ідеології пропонує ще один важливий аспект для розуміння пропаганди. Карл Маннгейм у праці «Ідеологія та утопія» (Ideology and Utopia: An Introduction to the Sociology of Knowledge) розрізняв «партикулярне» та «тотальне» поняття ідеології [63].

Партикулярна ідеологія є свідомим спотворенням фактів в інтересах певної групи. Тотальна ідеологія це вже цілісна структура мислення, світогляд цілої епохи чи класу, який визначає те, що взагалі може вважатися фактом. Пропаганда може діяти на обох рівнях, поширюючи як і свідому брехню, так і підтримувати цілісну картину світу, в межах якої певні ідеї сприймаються як природні та самоочевидні.

Пітер Бергер та Томас Лукман у праці «Соціальне конструювання реальності» розвинули цю ідею, показавши як суспільство через мову та соціальну взаємодію створює реальність. Пропаганда втручається в цей процес, намагаючись нав’язати свою версію соціальної реальності через її легітимізацію у медіа [28].

Модернізація та технологізація суспільства мали вирішальний вплив на розвиток пропаганди. Поширення масової грамотності в XIX-XX століттях створило аудиторію для друкованої пропаганди (газет, листівок, брошур). Поява радіо, а згодом і кіно, революціонізувала пропаганду та дозволила звертатися безпосередньо до великої кількості людей, оминаючи традиційні канали міжособистісної комунікації.

Після завершення Холодної війни пропагандистські технології зазнали значних трансформацій. Пряма ідеологічна конфронтація поступилася місцем більш витонченим формам впливу. Спостерігалося активне зростання індустрії зв’язків з громадськістю, політичного консалтингу і лобізму. Ці галузі зробили техніки пропаганди ще більш професійними та адаптували їх до потреб

корпорацій і політичних кампаній. Комерціалізація медіа зробила їх ще більш вразливими до сенсаційності та менш здатними до глибокого аналізу, що створює сприятливе середовище для поширення маніпулятивних повідомлень.

Етичні та правові дилеми, пов'язані із пропагандою, стають дедалі гострішими та нагальними. Основний конфлікт розгортається між фундаментальною цінністю свободи слова та правом суспільства на захист від шкідливої інформації. Надмірне державне регулювання медіа-простору може бути використане для придушення опозиції та обмеження плюралізму думок, що є загрозою для демократії. Цю проблему вивчав Юрген Габермас у теорії комунікативно дії та публічної сфери [44].

Для нього ідеальна публічна сфера це простір раціональної дискусії, який вільний від спотворень через владу та гроші. Пропаганда є формою такого спотворення, яке руйнує можливість досягнення консенсусу через аргументацію [44].

Сучасні дослідницькі підходи, узагальнюючи у собі напрацювання класичних теорій, зосереджуються на кількох фундаментальних напрямах. По-перше, це аналіз ролі міфу, ідентичності та колективної пам'яті у пропагандистських процесах. Вчені досліджують яким чином наративи звертаються до глибинних культурних символів та історичних травм, активуючи їх для суспільної мобілізації.

Другим ключовим напрямом є вивчення феномену довіри. Її підрив до державних інституцій та медіа інтерпретуються як одна з провідних стратегічних цілей сучасної деструктивної пропаганди. Також значного розвитку набувають дослідження взаємозв'язку між пропагандою та суспільною поляризацією. У центрі уваги виступає процес поглиблення вже наявних соціальних розколів, коли політичні розбіжності перетворюються на форму ворожнечі.

Водночас зростає інтерес до концепції суспільної стійкості до інформаційних маніпуляцій. Цей напрям зміщує акцент із технічного блокування

шкідливого контенту на розвиток здатності соціуму критично сприймати інформацію, розпізнавати маніпулятивні впливи та протидіяти ним. Це вимагає комплексних зусиль, які охоплюють підвищення медіаграмотності, підтримку незалежних медіа та зміцнення демократичних інститутів.

Таким чином, теоретичні надбання класичних досліджень пропаганди не втрачають своєї актуальності, а слугують надійним фундаментом для розуміння та протидії маніпулятивним викликам сучасності.

1.2 Характеристика джерельної бази дослідження

Джерельна база дослідження теми російської пропаганди у соціальних мережах, її механізмів, еволюції та впливу на громадян країн-членів Європейського Союзу є надзвичайно широкою та охоплює різні типи матеріалів. Під час дослідження було використано як і класичні теоретико-комунікаційні праці, так і сучасні аналітичні звіти міжнародних організацій, дані цифрової статистики, розслідування впливових медіа, наукові статті, монографії та нормативно-правові документи ЄС.

Комплексний характер проблеми, який інтегрує політичну комунікацію, інформаційну безпеку, когнітивні процеси та технологічні аспекти цифрових платформ зумовлює необхідність залучення багатовимірних джерел, які дозволяються відтворити явище пропаганди в усій її багатошаровості.

Першу фундаментальну складову джерельної бази становлять класичні роботи з теорії масової комунікації та пропаганди. Вони створюють концептуальне підгрунтя для розуміння походження і природи маніпулятивного впливу, трансформації моделей комунікації та її взаємодії між медіа та аудиторією.

Такі праці, як «The Structure and Function of Communication in Society» Г. Лассвела [59], «Propaganda.Its psychology and technique» Л. Дуба [38], «How we advertised America» Дж. Кріла [36], «Propaganda: The formation of man’s attitudes»

Ж. Еллюля [39], а також класичні тексти Е. Бернейса [29] формують теоретичну основу, яка дозволяє осмислити пропаганаду як соціальну технологію впливу, засіб створення масових настроїв та інструмент владної комунікації.

Праці М. Хоркгаймера та Т. Адорно, які присвячені критиці індустрії культури [46], а також робота Юргена Габермаса щодо структурної трансформації публічної сфери [44] дозволяють глибше інтерпретувати механізми занепаду публічного дискурсу, що особливо важливо в умовах дезінформаційних кампаній у цифровому середовищі.

Важливим доповнення є й наукові здобутки К. Мангейма про ідеологію та утопію, які допомогають збагнути структуру світоглядного впливу та конструювання ідентичностей, що використовується пропагандистською машиною [63].

Значну частину теоретичної бази також становлять класичні емпіричні моделі комунікації. Теорія фреймінгу та «agenda-setting» Маккомбса та Шоу [65], концепції двоступеневої комунікації Каца і Лазарсфельда [52], «спіраль мовчання» Ноель-Нойман [69], емпірична модель переконання МакГвайра [66], елебораційна ймовірнісна модель [66], а також когнітивні дослідження Канемана [50] дозволяють проаналізувати механізми, через які повідомлення російської пропаганди адаптуються до психологічних вразливостей аудиторії. А також як вони опираються на когнітивні упередження, емоційні реакції та соціальні норми. Комбінування цих моделей створює теоретичну основу для пояснення алгоритмічної експлуатації користувацьких вподобань у одному із ключових інструментів сучасної пропаганди - соціальних мережах.

Другий блок джерел становлять наукові статті, дослідження та звіти аналітичних центрів, які пропонують сучасні емпіричні дані про діяльність російської пропаганди у Європі. Зокрема, дослідження RAND Corporation, представлені в таких роботах, як «The Russian «Firehose of Falsehood» Propaganda Model» [35] та інші аналітичні звіти, демонструють системність та

технологічність російської дезінформаційного процесу. Вони підкреслюють її багатоканальність, інтенсивність та циклічність явища.

Ці звіти пояснюють як високий обсяг, швидкість і масштабованість дезінформації створюють ефект перевантаження аудиторії та ускладнюють її здатність до критичного аналізу інформації.

Дослідження Оргета і Галего для Elcano Royal Institut аналізує втручання Москви у каталонську кризу та демонструє багатовимірність пропагандистського впливу, який включає фальсифікацію наративів, розпалювання конфліктів та експлуатацію соціальних розколів [67].

Додаткову частину джерельної бази становлять наукові публікації про цифрові інформаційні операції, алгоритмічну маніпуляцію та пропаганду. Звіти, які присвячені діяльності бот-мереж, зокрема стаття «Bots, #Strongerln and Brexit» [72] та матеріали про маніпуляції під час референдуму щодо виходу Британії із ЄС, демонструють масштаби ферм ботів, які активно використовуються росіянами.

Сюди ж належать матеріали про виборчі маніпуляції у Східній Європі та Німеччині, подані у публікації «Hacking, propaganda and electoral manipulation», які доповнюють картину використання технологій інформаційного втручання [86].

Третій важливий блок джерел складають документи міжнародних організацій та інституцій ЄС, які дозволяють відтворити нормативний та політичний вимір боротьби з дезінформацією.

Звіти Європейської служби зовнішніх дій (EEAS), включно з «1st EEAS Report on Foreign Information Manipulation and Interference Threats» [23] та спільною доповіддю ЄС щодо дезінформації, описують конкретні випадки іноземних інформаційних втручань, надають аналітичні огляди тактик і наративів, які просуваються у європейському інформаційному просторі.

Матеріали EUvsDisinfo доповнюють ці дані каталогізацією російських фейків і поясненням механіки їх поширення.

Нормативна складова джерельної бази охоплює Кодекс практики щодо дезінформації 2018 року, оновлений Кодекс 2022 року, Digital Services Act (Регламент 2022/2065) [77] та інші документи, які формують правове поле функціонування цифрових платформ та визначають обов'язки онлайн-посередників.

Ці джерела дозволяють осмислити регуляторні механізми, які спрямовані на обмеження маніпулятивних інформаційних операцій, підвищення прозорості алгоритмів та відповідальності платформ за контент. Доповіді Європейського парламенту щодо захисту демократії, включно з аналітичними записками про загрози виборчим процесам і зовнішнім впливам, підсилюють нормативний вимір.

Важливою складовою є також аналітичні огляди OECD, які відстежують зв'язок між російською дезінформацією та війною проти України. Вони висвітлюють роль соціальних мереж у поширенні воєнних наративів, аналізують реакцію цифрових платформ і демонструють обмеження існуючих механізмів модерації. Окремий інтерес становлять технічні звіти Федерального відомства з охорони Конституції Німеччини, які присвячені операції «Doppelgänger», яка використовувала мережу фейкових веб-сайтів та акаунти у соціальних мережах для імітації європейських медіа [40].

Наступним великим блоком джерел є публікації у ЗМІ та журналістські розслідування, які фіксують конкретні прояви російської пропаганди окремих країнах ЄС. Стаття Bloomerg про вплив проросійських мереж під час протестів «жовтих жилетів» у Франції [64], матеріали NPR про використання діпфейків, [25] аналітичні статті Detector Media щодо російського впливу на фермерські протести в Європі [10]. Усе це дозволяє реконструювати конкретні випадки, в

яких російські інформаційні операції використовували соціальні конфлікти ЄС як точку входу для дестабілізації.

Окрему категорію становлять цифрові статичні ресурси, наприклад DataReportal (Digital 2025) [53], [54], що забезпечують кількісні показники використання соціальних мереж у Європі. Ці дані дозволяють визначити структурні передумови поширення дезінформації. Сюди входить рівень поширення соціальних мереж, часові рамки користування ними, популярність платформ серед різної цільової аудиторії. Актуальність цих показників має особливе значення, адже пропагандистські операції завжди взаємодіють із платформною архітектурою та її аудиторною структурою.

Також у джерельну базу ввійшли наукові статті та дисертаційні дослідження українських та європейських авторів, які зосереджуються на феномені російської дезінформації та інформаційних війн. Зокрема, стаття у Folium, публікації в наукових журналах України та Польщі, аналітичні огляди на тему політичних маніпуляцій та соціальної інженерії дозволяють поєднати локальний та глобальний аспект. Окрім того, продемонструвати як єдині пропагандистські процеси проявляються у різних регіонах Європи.

Деякі із джерел виступають певними сполучниками між теорією та сучасною практикою пропаганди. Наприклад, ідеї Джозефа Ная щодо «м’якої сили» стають важливою концептуальною опорою для аналізу того, як Москва намагається компенсувати брак реальної м’якої сили створенням привабливого іміджу через маніпуляції [70]. Праці Луї Альтюссера про ідеологічні апарати держави також дозволяють розглянути російську пропаганду як системний компонент авторитарної політичної структури, а не як сукупність окремих інформаційних атак [26].

При аналізі джерел значну увагу також приділено матеріалам про сучасні цифрові загрози, мережі ботів та фейкові акаунти. Звіти Meta пояснюють тактику видалення координованих російських мереж, демонструють географію операцій

та їх зв’язок із Кремлем [68]. Матеріали NATO StratCom COE розкривають понятійно-категоріальний апарат цифрової пропаганди, що дозволяє стандартизувати термінологію дослідження [30].

Деякі джерела зосереджені на міждисциплінарних підходах до аналізу пропаганди. Сюди входить поєднання соціології, психології, лінгвістики, політичної науки та медіастудій. До цього належать роботи Бергера та Лукмана про соціальне конструювання реальності, які стаються ключем до розуміння того, як пропаганда змінює не просто уявлення про події, а саму структуру соціальної реальності, в якій живе людина [28]. Це дозволяє розуміти російські кампанії не лише як інструмент впливу, а як інструмент зміни світогляду.

Також джерельну базу складають архівні матеріали, які дають змогу простежити історичну еволюцію прийомів пропаганди та порівняти їх із сучасними цифровими технологіями. Хоч і зовнішні форми пропаганди трансформуються, тим не менш, зберігається її структурна логіка: вплив на емоції і маніпуляція стереотипами. Окрім того, використання псевдоавторитетності та інформаційного шуму, багатоканальності впливу та системності створення альтернативної реальності.

Окрему роль у дослідженні відіграють національні та міжнародні індекси стійкості до дезінформації, такі як Disinformation Resilience Index PRISM, які дозволяють оцінити рівень інформаційного захисту окремих країн ЄС та порівняти їх спроможність протистояти зовнішнім інформаційним атакам [51].

Таким чином, джерельна база дослідження характеризується міждисциплінарним характером, багаторівневістю та широкою географією. Вона охоплює декілька ключових аспектів.

По-перше, це класичні теоретико-комунікаційні праці, які формують концептуальні підходи до розуміння явища пропаганди. По-друге, сучасні аналітичні звіти провідних центрів досліджень політичної комунікації та інформаційної безпеки, таких як RAND, OECD, EEAS, StratCom COE). По-третє

– нормативно-правові документи ЄС, які визначають законодавчі рамки протидії дезінформації. Також сюди входять емпіричні дослідження медіа поведінки та статичні дані, а також журналістські розслідування і медіапублікації. Значною частиною є академічні статті та дослідження щодо впливу інформаційних операцій на політичні процеси у Європі.

Тож поєднання таких різнопланових джерел забезпечує можливість створення комплексної реконструкції російських інформаційно-психологічних операцій у соціальних мережах. Завдяки цьому дослідження має надійну теоретичну базу і багаті емпіричні дані, які дозволяють глибоко проаналізувати трансформації інформаційного простору Європейського Союзу в умовах цифрових загроз.

Висновки до розділу 1

Аналіз теоретико-методологічних засад вивчення феномену російської пропаганди в соціальних мережах та характеристика джерельної бази дослідження дозволили сформувати цілісне уявлення про багатовимірну природу його явища та його глибоку вкоріненість у сучасному інформаційному просторі ЄС.

У межах підрозділу 1.1 було окреслено ключові концепції та наукові підходи, які лежать в основі розуміння пропаганди як соціальної технології, інструменту конструювання реальності та методу впливу на масову свідомість. Було виявлено, що російська пропаганда є продовженням класичних моделей маніпулятивної комунікації. Водночас вона набуває нової функціональної наповненості у цифрову добу, коли інформаційні процеси прискорюються, а соціальні мережі стають головним середовищем руху дезінформаційних наративів.

Обґрунтування використаних теоретичних рамок дозволило вибудувати аналітичну парадигму, яка здатна пояснити специфіку алгоритмічного підсилення

контенту, психоемоційного моделювання інформаційних повідомлень та використання когнітивних вразливостей користувачів.

Теоретична частина розділу засвідчила, що класичні роботи Г. Лассвела, Ж. Еллюля, Е. Бернейса, Л. Дуба та інших мислителів не втрачають актуальності і сьогодні. Вони фіксують фундаментальні закономірності маніпулятивної комунікації, які підлаштовуються під стрімкі технологічні зміни та трансформуються.

Сучасні моделі переконання, зокрема теорія фреймінгу, «спіраль мовчання», когнітивні концепції Канемана та МакГвайра, надали можливість збагнути як цифрові платформи підсилюють пропагандистські меседжі, роблячи їх майже невідворотними для реципієнта. Водночас ідеї Ю. Габермаса про деградацію публічної сфери, думки М. Хоркгаймера і Т. Адорно щодо стандартизації культурного продукту і концепція соціального конструювання реальності П. Бергера дали змогу інтерпретувати російську інформаційну експансію як процес системного руйнування довіри, раціонального дискурсу та критичного мислення суспільства.

Аналіз джерельної бази підтвердив, що російська пропаганда є розгалуженою системою впливу, яка постійно адаптується до технологічних, політичних і соціальних умов ЄС.

Аналітичні звіти RAND, EEAS, NATO StratCom COE та OECD дозволили відтворити системність та багатоканальність російських інформаційних операцій. При цьому, демонструючи як вони охоплюють централізовані державні засоби масової комунікації, мережеві структури та псевдогромадські ініціативи.

Журналістські розслідування, а також матеріали Detector Media надали емпіричні свідчення того, як російські операції інтегруються в локальні соціальні та політичні конфлікти в країнах ЄС, підсилюючи протестні емоції.

Значну роль у формуванні суцільного бачення проблеми відіграли нормативно-правові документи Європейського Союзу, зокрема Кодекс практики

щодо дезінформації та Digital Services Act, які задають регуляторні критерії для платформ, визначають механізми прозорості алгоритмів і встановлюють відповідальність для них.

Матеріали EUvsDisinfo стали важливим ресурсом для систематизації російських пропагандистських кампаній та аналізу тактичних схем їхнього поширення. Статичні дані DataReportal забезпечили розуміння структурних передумов, які зумовлені високою цифровою поширеністю в європейських суспільствах, що створює сприятливі умови для швидкого масштабування пропаганди.

Проаналізовані джерела дозволили встановити, що сучасні інформаційні операції Москви у соціальних мережах ЄС є не хаотичним процесом, а стратегічно спрямованим на підрив єдності Союзу, послаблення підтримки України та дискредитацію демократичних інституцій. Вони поєднують у собі класичні прийоми з цифровими інструментами. Теоретична і джерельна база заклала основу для подальшого дослідження механізмів функціонування пропаганди у соціальних мережах , їхньої структурної логіки та наслідків для інформаційної безпеки.

РОЗДІЛ 2
РОСІЙСЬКА ПРОПАГАНДА В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ: МЕХАНІЗМИ ТА ВПЛИВ

2.1 Соціальні мережі як інструмент маніпулятивного впливу Росії на населення ЄС

В цифрову епоху, коли інформаційні потоки пронизують усі рівні суспільного буття, соціальні мережі трансформувалися в один із найвпливовіших інструментів формування світоглядних установок та політичних орієнтирів. Соціальні мережі давно перестали виконувати лише розважальну функцію, натомість набувши стратегічного та навіть цивілізаційного значення. У XXI столітті вони є важливою ланкою у військовій сфері, ставши об’єктом та знаряддям сучасного виду протистояння – інформаційно- психологічної війни. Це війна не гарматами, а алгоритмами, де замість військ - когнітивні маніпуляції і контроль над інформаційним простором.

Характер конфліктів сучасності кардинально змінився, виходячи далеко за межі традиційного фізичного поля битви. Сучасна війна все більше характеризується гібридністю, де традиційні військові дії доповнюються або повністю замінюються складними когнітивними кампаніями. Соціальні мережі сьогодні виступають не лише каналами комунікації, а радше аренами потужного інформаційного протиборства. Їх унікальні переваги : високі охоплення, миттєва швидкість поширення інформації, надпотужні можливості таргету, зробили соцмережі незамінним інструментом для формування суспільної думки та дестабілізації противників.

Останній звіт Digital 2025 засновника компанії «Kepios» Саймона Кемп підкреслює щорічне стрімке зростання користувачів соціальних мереж. Так від від 2015 року до 2025 року кількість активних користувачів зросла від 28% до 63,9% від загального населення (Рис.Б) [53]. Окрім того, 34.5% використовують

соціальні мережі саме для отримання актуальних новин про події у світі, а 21.9% – для поширення та обговорення їх між собою (Рис.В) [53]. Наведені статичні дані підтверджують, що соціальні мережі стали важливим джерелом отримання інформації та побудови суспільної думки щодо подій у світі.

Інформація завжди була важливою складовою війни, від листівок, що скидалися за лінією фронту, до регулярних пропагандистських передач по радіо. Поява соціальних мереж запустила своєрідний процес революції та «квантового» стрибка, що зробило поширення інформації ще більш ефективним та масштабним. Комунікаційна модель «від одного до багатьох» через традиційні засоби масової інформації почали втрачати свою актуальність, натомість соціальні мережі сприяли поширенню інформації за типом «від багатьох до багатьох». Ці фактори створюють сприятливе середовище для операцій впливу на суспільну свідомість, оминаючи такі інституційні бар'єри, як журналісти чи редактори. Тож інформація може прямо та безпосередньо впливати на цільову аудиторію без будь-яких обмежень.

Варто підкреслити, що контент не транслюється односторонньо, а активно інтегрується в суспільне життя. Ним діляться, його обговорюють і активно поширюють між собою реальні користувачі. Це створює нову проблему. Така динаміка дає маніпулятивним та пропагандистським наративам вигляд достовірності та більшої переконливості, аніж інформація, що поширюється через відкрито контрольовані державою джерела.

Одним із найбільш трансформаційних ефектів соціальних мереж є демократизація засобів комунікації – вони не лише надають платформу для діяльності держав, але і дають можливість будь-яким особам брати участь у формуванні наративів для впливу на суспільну думку в глобальному масштабі. З одного боку, це дозволяє кожному бути частиною інформаційного простору і розширює можливість спільнот, але з іншого – піддає їх вищому ризику впливу психологічних операцій. Контроль над інформацією зменшився, тому часто

користувачі навіть не усвідомлюють коли стають жертвами пропагандистського впливу.

Потужність дії соціальних мереж зумовлена їх алгоритмічною специфікою. Платформи розроблені для максимального залучення користувачів шляхом поширення контенту, що викликає у користувачів сильні емоційні реакції. Пропагандисти часто намагаються змусити аудиторію хвилюватися, відчувати обурення і страх. Такі емоції завжди спонукають аудиторію до дій, зокрема до активного поширення та коментування. Таким чином, наративна інформація стрімко заповнює медіа простір, а суспільство стає вразливим до маніпуляцій.

Також алгоритми соціальних мереж, хоч і запрограмовані на те, щоб максимально залучати та утримувати аудиторію, створюють певні «інформаційні бульбашки». Тобто коли користувачі неодноразово взаємодіють із контентом, що просуває вже їх існуючі переконання та погляди, платформи рекомендують ще більше такого контенту, обмежуючи від альтернативних думок.

На практиці це також означає те, що саме емоційно забарвлений контент, який найчастіше використовують пропагандисти, матиме більше шансів стати вірусним. В результаті, цей самопідсилюючий цикл ускладнює протидію маніпулятивним наративам, оскільки правдива інформація часто не проникає в уже створені ізольовані «бульбашки», де процвітає брехня.

Пропаганда – явище не нове. З часом вона лише набирала обертів та пристосовувалася до умов сучасності. Тим не менш, основна її мета залишається незмінною – здійснення прихованого впливу на людську свідомість та нав’язування певної, потрібної точки зору. Історично, найбільш масове використання пропаганди спостерігається у тоталітарних та авторитарних режимах. Такими прикладами є пропагандистська діяльність нацистського режиму у Німеччині, радянської влади СРСР, а зараз керівництва Росії з ідеєю «руського миру» [8].

Ще у своїх дослідженнях Гарольд Лассвел виокремлював два види пропаганди: внутрішню та зовнішню [60]. Проте сучасні дослідження ділять російську пропагандистську стратегію на три частини впливу [12]. Перша – пропаганда для власного народу, друга – для суспільства опонента і третя – вплив на нейтральну сторону. Тож варто розуміти, що російська пропаганда є багатосторонньою та всеохоплюючою.

Російська Федерація десятиліттями активно розвиває власну пропагандистську стратегію та виокремлюється своїм великим історичним досвідом застосування інформаційних операцій. Як згадувалося раніше, вони беруть свій початок ще з радянських часів, коли російська влада мала на меті маніпулювати світовими подіями через власний вплив на суспільну думку у інших країнах. Москва вміло трансформувала досвід з часів холодної війни під потреби цифрової сучасності. Російська стратегія багатостороння, характеризується глибоким розумінням психологічних вразливостей сучасної аудиторії.

Дослідники зазначають, що російська пропаганда складається з декількох етапів [6]. Спершу відбувається підготовча пропаганда, що включає у себе створення сприятливого середовища для поширення потрібної ідеї, перевірка рівня довіри до дезінформативних новин, вивчення пануючих суспільних настроїв та дестабілізація свідомості. Далі йде етап активної пропаганди, тобто безпосередній вплив на користувачів та спонукання до певних дій. Після цього – приховування слідів шляхом замовчування чи заперечення свого прямого втручання в інформаційний простір.

Російська Федерація продемонструвала здатність створювати і поширювати наративи, що ефективно просувають її геополітичні інтереси. До своєї інформаційної кампанії вона залучає не лише офіційні державні ЗМІ, а і форуми, окремі особисті сторінки «інфлюенсерів» та навіть спеціальні троль-ферми. Таким чином, Кремль створює видимість всебічної підтримки та відчуття

народного консенсусу. Росія також особливо вправна у виявленні та ефективному використанні «больових точок» для суспільства, провокуючи його через загальне невдоволення.

Ефективність російської стратегії зумовлена не лише цими факторами. Головна стратегічна перевага Москви – гнучке та індивідуальне застосування методів впливу в різному арсеналі соціальних мереж. Перехід РФ до цифрової сфери був не стихійним, а радше обдуманою та спланованою еволюцією, яка базувалася на столітньому досвіді пропаганди. Тож розуміння того, як Російська Федерація почала використовувати соціальні мережі як вид інформаційної зброї є ключовим для усвідомлення величі сучасної загрози для Європейського Союзу.

Перехід російської пропаганди у цифрову площину особливо яскраво можна простежити зі середини 2000-х років, коли Росія відчувала себе оточеною «кольоровими революціями» у країнах-сусідках [21]. Кремль вважав, що такі вираження демократичної волі організовані Заходом, в тому числі із використанням соціальних мереж для цього.

Із цього постала чітка стратегічна ціль: опанувати нові цифрові інструменти як для оборонних цілей, так і для просування свого впливу у європейському медіапросторі. Так Росія усвідомила, що алгоритми більшості соціальних мереж відкривають безпрецедентні можливості. Якщо телебачення вже втрачало свою актуальність і у ньому було легко розпізнати пропаганду, то соціальні мережі дозволяли створити цілу власну екосистему непомітного впливу.

Поступово Росія почала створювати свої канали поширення пропаганди, такі як Інтернет-дослідницьке агентство (IRA) та низку інших троль-ферм. Хоч і спочатку їх діяльність спрямовувалася на контроль російського медіапростору, з часом вплив швидко почав поширюватися на іноземну аудиторію. Пропагандисти створювали величезні мережі фейкових акаунтів у соціальних мережах для поширення певних наративів. Окрім того, вони проникали у онлайн-спільноти та

провокували дискусії щодо чутливих соціальних та політичних питань у країнах ЄС.

Присутність російського впливу можна виявити майже в усіх найпопулярніших соціальних мережах, тим не менш найактивніше Росія працює у платформах, які мають найбільший потенціал масштабування і таргетування інформації. Вибір платформи визначається самою метою пропагандистської кампанії, будь то формування чіткого циклу новин у реальному часі чи введення мемів для посилення поляризації суспільної думки. Тим не менш, найактивніше Кремль використовує Facebook, X, YouTube, Instagram та TikTok. Кожна із них відіграє як і окрему, так і взаємодоповнюючу роль у загальній стратегії.

Facebook, як одна із найбільших соціальних мереж у світі з мільярдами користувачів, залишається ключовим інструментом для більшості інформаційних операцій впливу. Його величезна європейська аудиторія робить його важливим вектором для поширення пропаганди серед широких верств населення. Згідно звіту Сімона Кемпа «Digital 2025: top social platforms in 2025», Facebook є третім у списку лідерів серед залучення користувачів (рис. Г) [54].

Російська стратегія у Facebook багатостороння, поєднує як і відкриту пропаганду, так і приховані маніпуляції. Окрім того, Москва залучає усі можливі інструменти, починаючи від офіційних каналів (таких як RT та Sputnik), закінчуючи цілими мережами персональних акаунтів та груп, що просувають проросійські наративи.

Російські пропагандисти відзначаються своєю особливою гнучкістю та здатністю пристосовуватися. Вони невпинно створюють та розвивають спільноти, які зосереджені навколо дуже суперечливої та емоційної тематики. Так вони можуть варіюватися від відверто політичних тем, зокрема антиімміграція, євроскептицизм, питання національного суверенітету, до більш буденних аспектів. Тим не менш, чи то питання політики, чи екології, мета пропагандистів одна – створити розкол у суспільстві.

Алгоритми Facebook створили сприятливі умови для поширення російської пропаганди [16]. Росія активно використовує потужні рекламні інструменти соціальної мережі.

Важливим аспектом є також відносно низька вартість рекламних кампаній, але при цьому із високим рівнем таргетованості. Російські організації використовують мікротаргетинг для точкового впливу на окремі сегменти суспільства, індивідуально підбираючи наративи під їх «больові точки». Таким чином, вони розпалюють соціальне напруження щодо складних питань: раса, релігія, вибори та інші. Такий механізм дозволяє пропагандистам обходити цензуру традиційних засобів масової інформації та доставляти потужні, поляризуючі повідомлення безпосередньо до вразливої аудиторії.

Таку діяльність, зокрема, було помічено у серпні 2023 року до березня 2024 [42]. Тоді було закуплено таргетовану рекламу на німецьку та французьку аудиторію із метою впливу на політичні і соціальні погляди громадян.

Якщо у Facebook російські зусилля зосереджуються на створенні та популяризації пропагандистських спільнот, то у X вони намагаються захоплювати обговорення у реальному часі та формувати наративи навколо актуальних новин. Специфічні особливості X, а саме його швидкість та вплив на різну цільову аудиторію, роблять його вдалою платформою для маніпуляторів інформацією.

Основними інструментами пропаганди у X є ботнети та троль-ферми. Головною спеціалізацією ботнетів є штучне підвищення популярності певної інформації. Так конкретний наратив потрапляє у вкладку «тренди», створюючи помилкове враження великої підтримки аудиторією. Також часто їх використовують для інформаційної атаки на конкретну людину та активного поширення спаму на її акаунті. За допомогою астротурфінга боти намагаються придушити альтернативну думку, яка часто є протилежною до проросійської, та домінувати в інформаційному просторі [13].

Ефективним доповненням до ботів є троль-акаунти, що зазвичай керуються централізованими троль-фермами, наприклад IRA (Інтернет-дослідницька агенція). Вони, у свою чергу, займаються більш складними та продуманими операціями. Зокрема, через проникання в онлайн-дискусії між європейськими користувачами вони сіють розбрат, відволікають від активної критики російської політики та намагаються дискредитувати надійні джерела інформації.

Особливо тролі активізуються протягом виборчого процесу чи інших критичних подій, аби настільки заплутати інформаційний потік, щоб користувачі не могли знайти правдиву інформацію. Їх мета – не переконати усіх в проросійській точці зору, а радше створити хаос та підірвати суспільну довіру до ЗМІ та урядових інституцій.

Ще однією найбільш популярною соціальною мережею є Instagram. У ньому переважає візуальний контент, тому там пропагандисти діють більш замасковано. Пропаганда у Instagram часто поширюється через популярних лідерів думок, яким довіряють і чий контент є привабливим для глядачів. Тому користувачі часто стають жертвами маніпуляцій, адже сприймають проросійські наративи справжньою точкою зору блогера. Таким чином, доведені спроби маніпулювання думкою громадян під час виборчих процесів у Польщі, Німеччині та Франції [41].

Окрім того, функції Stories та Reels дозволяють пропагандистам створювати швидкий та цікавий контент, що зацікавлює аудиторію та спонукає до активного поширення між собою. Хештеги також значно просувають та піднімають охоплення таких публікацій. Тож візуальна та емоційна складова Instagram робить соціальну мережу особливо ефективною для формування проросійської суспільної думки.

YouTube, як провідна платформа для обміну відео, відіграє не менш важливу роль у пропагандистській стратегії Росії. Візуальна сила цієї соціальної мережі є надзвичайно ефективним засобом для маніпуляцій емоціями [3]. Окрім

того, за допомогою відеоматеріалів пропагандисти можуть подати складну інформацію у зрозумілішій та доступнішій формі для кожного. Варто зауважити, що російські державні ЗМІ вклали значні кошти для створення своєї потужної присутності на YouTube. Їх контент часто поєднує напівправду, конспірологічні теми та вирвані з контексту уривки. Російські геополітичні наративи зображують Європейський союз як занепадаючу структуру, контрольовану іноземними державами.

Найбільшу загрозу становить алгоритм рекомендацій. Він розроблений таким чином, щоб користувачі якнайдовше затримувалися на платформі через постійну генерацію контенту, який вони найчастіше дивляться. Так потрапивши на одне проросійке відео, глядач може бути втягнутий у цілу низку такого контенту, ставши жертвою маніпуляцій.

Швидке зростання популярності TikTok серед молоді відкрило для Росії новий інформаційний фронт [15]. Його унікальний алгоритм та спеціалізація на коротких, переважно гумористичних вірусних відео, відкрив російським пропагандистам нові можливості. Вплив Росії у TikTok не так полягає в просуванні конкретної інформації, як у формуванні настроїв у суспільстві.

Російські операції у TikTok адаптовані під його специфіку. Пропагандисти просувають короткі та гумористичні відео, використовують популярні аудіозаписи та меми. Наприклад, такий контент може містити популярний комічний аудіозапис, щоб висміяти європейського лідера. Такі відео не є інформаційно перенасиченими, вони створені для легкого розуміння та активного поширення аудиторією між собою. Основною метою у TikTok є довгострокове ідеологічне формування європейської суспільної думки.

Отже, соціальні мережі давно перестали бути лише платформою для розваги, натомість ставши потужним засобом формування громадської думки. Завдяки їх алгоритмам, які аналізують поведінку та вподобання користувачів, вони стають ефективною зброєю у руках російських пропагандистів.

Російська стратегія впливу у соціальних мережах багатостороння, адаптується під алгоритми конкретної платформи. Facebook є своєрідною основою для російської пропаганди. Пропагандисти, створюючи спільноти, намагаються культивувати активні обговорення суперечливих тем. Згодом, вони поступово починають вводити дезінформацію з метою поляризації думок аудиторії. Великі охоплення та функції мікротаргетингу сприяють поширенню проросійських мотивів на різноманітну цільову аудиторію.

Х активно використовується для втручання у обговорення актуальних подій в реальному часі. Ботнети та троль-ферми активно залученні у просування проросійських наративів. Головною метою є створення інформаційного хаосу для домінування у медіапросторі.

Для просування довготривалої візуальної пропаганди активно використовується YouTube та Instagram. Окрім того, через TikTok, який зараз особливо активно набирає популярності, Москва впливає на користувачів через гумористичні відео.

Таким чином, соціальні мережі допомагають Росії створювати стійку інформаційну екосистему впливу. Москва, часто непомітно, інтегрує свої наративи у європейський простір та посилює поляризацію суспільної думки. Тож зважаючи на це, інформаційні маніпуляції у соціальних мережах є сучасною загрозою для стабільності та цілісності Європейського Союзу.

2.2 Методи і технології поширення російської пропаганди

Ефективність російської пропаганди залежить не лише від самої інформаційної наповненості. В першу чергу, важливою є методика та технологічна різноманітність поширення пропагандистських наративів. Для усвідомлення складності російської пропагандистської машини необхідно розуміти специфічний арсенал інструментів російських маніпуляцій в медіапросторі. Це не лише поширення неправдивої інформації. Росія застосовує

цілий спектр когнітивних маніпуляцій, які включають у себе психологічні тактики та новітні технології для різностороннього впливу на людський світогляд.

Методи, які активно застосовує Росія, є сучасною версією радянських «активних заходів», які вміло адаптовані до швидкості та масштабності теперішнього медіапростору. Тим не менш, основна ідея залишається незмінною: сіяти розбрат, підривати довіру до демократичних інститутів та створювати реальність, переповнену суперечливою інформацією.

Загалом, можна виокремити чотири методи до яких найчастіше вдається російська пропаганда [14] . Першим є «гнилий оселедець». Його суть полягає у навішуванні брудного та неправдивого обвинувачування. Тут не потрібні докази, ціллю є спровокувати публічне обговорення та скандал. Другим методом є «40 на 60» - пропагандисти подають 60% істинної інформації та 40% дезінформації. Завдяки попередньо створеній довірі брехня діє набагато ефективніше.

Наступним у методології є «велика брехня». Пропагандисти вигадують настільки масштабну та абсурдну вигадку, що у неї складно не повірити. Людина, під впливом сильних емоцій, гірше здатна до критичного аналізу інформації та не реагує на логічні спростування. Зокрема, таким прикладом є відомий російській наратив про «розп’ятого хлопчика» українськими військами, яка викликала великий резонанс у медіапросторі [3].

Четвертим популярним методом російської пропаганди є метод «абсолютної неочевидності». Він, хоч і не дає миттєвий ефект, проте забезпечує надійний результат. Тут пропагандисти подають потрібну думку як сталий факт, без жодних підтверджень. Він простий, проте ефективний, адже людська психіка автоматично прагне приєднатися до думки більшості.

Росія часто використовує стратегію, що базується на невпинному потоці неправди у медіапростір. Пропагандисти намагаються активно поширювати інформацію у великому обсязі, через усі можливі канали водночас, при цьому

регулярно повторюючи її. В результаті це перевантажує аудиторію і погіршує її здатність відрізняти правду від брехні. Головним завданням є створити таку кількість інформаційного шуму, аби максимально забруднити медіасередовище.

В основі російської методології лежить принцип «відбілювання ідеї». Тобто наратив, розроблений Кремлем, рідко поширюється на аудиторію у його початковій формі. Натомість він проходить цілу екосистему інформаційної трансформації для кращого сприйняття користувачами соціальних мереж.

Процес може розпочатися із будь-якого сумнівного твердження, опублікованого на маловідомому блозі. Згодом ця інформація підхоплюється та вводиться в активний обіг мережею ботів та тролів. Далі, досягнувши певної популярності та підтримки цього твердження серед аудиторії, воно може з'являтися у державних ЗМІ із видимістю журналістської достовірності. Наприклад, на початку 2014 року німецькі медіа активно поширювали російську дезінформацію про звірства в Україні.

Також в українських ЗМК часто транслювалися російські наративи про те, що ЄС планує відмовляти у наданні віз молодим чоловікам. Така тенденція була настільки частою, що українському генеральному штабу довелося опубліковувати офіційні спростування цієї брехні [35, с. 4]. Таким чином, через свідоме чи несвідоме поширення наративу авторитетними особами, він легітимізується. У цьому процесі інформація втрачає своє істинне походження та сприймається як справжня частина внутрішньої дискусії.

Методи російської пропаганди розроблені так, щоб суспільству було складно визначити чи є інформація маніпулятивною. Методологія включає у себе безліч психологічних прийомів. Зокрема, Росія часто зміщує фокус уваги із своїх проблем на недоліки інших держав. Вона відволікає спільноту від критики своєї політики, створюючи хибну моральну рівність між діями Російської Федерації та західних країн. Росія використовує як і відверту дезінформацію (повністю

оманливий контент), так і малінформацію (справжню інформацію, проте вирвану з контенксту для заподіяння шкоди).

Дезінформаційні кампанії можуть використовуватися для створення брехливого контенту для розпалювання антиіммігрантських настроїв, в той час як мілінформаційні – для витоку документів у політично чутливий момент виборчого процесу ЄС. Загалом, основною метою є посилення відчуття недовіри до демократичних інституцій, послаблення соціальної згуртованості та спроба зробити суспільство більш вразливим до наступних маніпуляцій.

Для розуміння складності системи поширення російської пропаганди у соціальних мережах варто детальніше виокремити її основні методи та технології.

Основою російської пропаганди є концепція «потік неправди». Ця модель дещо відрізняється від традиційної пропаганди, яка раніше часто прагнула бути переконливою, але при цьому достовірною. «Потік неправди», натомість, характеризується двома ключовими особливостями: великим обсягом інформації та різностороннім, швидким і безперервним поширенням її. Основна мета не стільки переконати аудиторію в конкретній тезі, як перевантажити її потоком інформації, яка є суперечливою, емоційно зарядженою та сенсаційною.

Постійний потік інформації використовується для досягнення кількох передбачуваних психологічних ефектів. По-перше, пропагандисти використовують людську схильність ототожнювати знайому інформацію з істиною. Тобто навіть неправдиве повідомлення буде здаватися більш правдоподібним, якщо воно часто повторюється на різних платформах. Такий прийом опирається на «ефект ілюзорної правди», коли людина вважає достовірним те твердження, з яким стикалася раніше.

Дані дослідження корпорації RAND свідчать, що люди схильні вважати, що інформація з кількох джерел базується на різних точках зору і тому заслуговує на більшу увагу [35].

По-друге, постійний потік інформації перевантажує та заплутує споживачів настільки, що в результаті вони виснажуються і дезорієнтуються. Так їм стає важче відрізняти факти від вигадок. Для людського сприйняття ключовим є перше враження, яке залишається особливо стійким у свідомості. Тож обираючи між двома різними фактами, людина схильна обрати те, яке зустрічалося раніше. Наступним завданням пропагандистів є закріпити вже існуюче «перше враження» для досягнення абсолютної віри.

В глобальному сенсі когнітивне перевантаження також призводить до повної ізоляції від публічного дискурсу або замикання у інформаційні бульбашки, які підтверджують вже існуючі їх переконання. Люди часто піддаються ефекту «упередженості підтвердження» [35]. Тобто, незалежно від якості аргументів, вони схильні вважати більш надійними саме ті твердження, які резонують їх сталій думці.

По-третє, сам обсяг неправдивої інформації робить перевірку фактів майже неможливим завданням. До того, як одна із брехні буде спростована, вже з'являться десятки інших вигаданих історій. Таким чином, цей метод підриває поняття об'єктивної істини, створює переконання, що усі джерела є однаково ненадійними та упередженими.

Також варто виокремити метод зараження або впливу на «стадний інстинкт». Люди схильні сприймати будь-яке джерело достовірним, якщо інші також вірять у нього. Особливо сильним цей ефект є при умові дефіциту інформації для об'єктивної оцінки надійності джерела. Окрім того, дослідження підкреслили певну закономірність людської психіки. Якщо обсяг інформації є невеликим, реципієнти схильні вірити експертній думці, в той же час, якщо він є об'ємним – надають перевагу повідомленням від інших користувачів [35].

Окрім великого обсягу та постійного повторення інформації пропагандисти зосереджують особливі зусилля навколо тактик психологічних маніпуляцій. Вони

націлені як на емоційні, так і на більш раціональні здібності аудиторії для підвищення привабливості та вірусності дезінформації.

Перш за все, пропагандисти маніпулюють страхом. Страх є ефективним інструментом для привернення уваги та виклику сильних миттєвих реакцій. Російські дезінформаційні кампанії часто побудовані на перебільшенні різноманітних загроз. Наприклад, напередодні виборчого процесу у ЄС активно поширювалися численні неправдиві повідомлення про насильницькі злочини, які скоєні біженцями або мігрантами.

Для переконливішого ефекту до таких повідомлень додавалися графічні зображення або емоційні свідчення свідків. Така кампанія мала на меті посилити тривогу та схилити суспільну думку на користь націоналістичних та антиєвропейських кандидатів. Цей метод використовуються не лише під час окремих подій. Часто його застосовують протягом тривалого часу, що створює відчуття постійної кризи та робить суспільство більш вразливим.

Окрім цього російські пропагандисти намагаються націлювати пропаганду на конкретні зовнішні групи та очорняти їх репутацію. Наприклад, це можуть бути етнічні меншини, іноземні уряди чи окремі політичні актори. Такий метод сприяє соціальному розколу. Наприклад, під час пандемії коронавірусу російська дезінформація пов’язувала поширення вірусу з мігрантами та звинувачувала лідерів ЄС у цьому. Таким чином, Кремль посилює суспільну напругу та підбурює до ворожого ставлення в реальному житті.

Ще однією найпоширенішою тактикою є гумор та інформація, що є особливо емоційно забарвленою. Це пояснюється тим, що історії, які викликають гнів, горе чи обурення, запам’ятовуються людиною набагато краще. Тож російські пропагандисти часто використовують особисті історії окремих людей, шокуючі зображення та відеоролики, які викликатимуть в аудиторії співчуття чи обурення. Також для надання правдивості та емоційної ваги дезінформативним твердженням застосовуються фальшиві свідчення або інтерв’ю реальних людей.

Російські пропагандисти активно використовують інтернет-меми як новітню зброю інформаційної війни. Їхня роль давно перестала обмежуватися лише розважальною функцією. Вони часто відображають погляди людей на певні події, впливають на свідомість, тому можуть служити ефективним інструментом пропаганди.

Дослідники навіть виділяють окремий тип – політичні інтернет-меми, що характеризуються яскравим відображенням реакції спільноти на певну політичну подію та мають семіотичне походження [11]. Так за допомогою, на перший погляд, гумористичного контенту Росія намагається дискредитувати певних політичних акторів та загострити поляризацію суспільної думки.

Перед поширенням будь-якої маніпуляції, пропагандисти проводять детальний аналіз, так званий «комунікаційний аудит» [55]. Вони діють за чіткою структурою:

1. Планування інформаційного впливу на аудиторію;

2. Визначення потенційних каналів поширення дезінформації;

3. Збір засобів та даних про цільову аудиторію, на яку буде застосовуватися маніпуляція;

4. Адаптація наративу до реципієнта;

5. Організація операції з інформаційного впливу.

Таким чином, пропагандисти поширюють контент, який би резонував різним сегментам аудиторії, підбираючи те, що відповідало б їх світогляду. Такий аналіз дозволяє визначити групи реципієнтів, їх вразливості та в подальшому підготувати до сприйняття необхідного контенту. Також пропагандисти часто повторюють таргетовані повідомлення, які підсилюють популярні теорії змови та антиурядові настрої, допоки вони не починають сприйматися аудиторією як істинний факт.

Стратегічні методи поширення російської пропаганди є безпосередньо пов’язаними із технологіями. Розвиток автоматизації, штучного інтелекту та

аналітики великих даних змінив ландшафт інформаційної війни, надавши пропагандистам додаткові інструменти особливої потужності та точності.

Так Росія активно використовує ботнети – величезні мережі автоматизованих акаунтів у соціальних мережах, які активуються для штучного посилення значення інформації у медіапросторі. Боти активно працюють чи не у всіх популярних соцмережах : Facebook, YouTube, Instagram та TikTok.

У 2015 році колишня канцлерка Німеччини Ангела Меркель зазнала потужної атаки ботів у Instagram за кілька днів до початку саміту G7 [86]. Збудником такої реакції стала фотографія, з на той час діючим Президентом України Петром Порошенком. Тоді акаунт був заповнений гнівними коментарями російською мовою, що активно просували наративи про «українських фашистів».

Схожа діяльність ботів була виявлена урядом Британії, але вже у TikTok. Тоді було з’ясовано, що мережа акаунтів, що просувала проросійський контент на британську аудиторію, безпосередньо фінансувалася Російською Федерацією [72].

Окрім того, боти використовуються для створення і поширення трендових хештегів, що ще більше імітують підтримку певного наративу чи конкретного кандидата під час виборчого процесу. Боти пройшли певний шлях еволюції. Вони розвивалися від простих алгоритмів, ставши більш складними на базі штучного інтелекту з досконалою імітацією людської поведінки.

Російські боти керуються за допомогою централізованого програмного забезпечення та стають все важчими для виявлення. Зараз вони повністю імітують справжніх користувачів: публікують власний контент, ставлять вподобайки , розпочинають дискусії. Їх алгоритм складний, деякі з них можуть бути неактивними протягом тривалого часу та активуватися лише під час конкретних геополітичних подій чи криз. Тож це дозволяє їм обходити модерування соціальних мереж та їх фільтрацію.

Окрім цього, сучасні технології дозволяють здійснювати мікротаргетинг [5]. За допомогою інформації зібраної із профілів у соціальних мережах, пропагандисти можуть з високою точністю сегментувати аудиторію на основі їх інтересів, політичних поглядів та психологічних вразливостей. Це дозволяє їм ефективно впливати на конкретні групи людей. Також такий рівень персоналізації інформації робить її не лише більш переконливою, а і в рази важчою для швидкого виявлення.

Ще одною загрозою для європейського суспільства є створення Росією діпфейків. Активний розвиток штучного інтелекту надав пропагандистам можливість створювати надреалістичні відео- та аудіоматеріали. Хоч і досі масштабне використання такого оманливого контенту у політичних цілях було досить обмеженим, технологія швидко розвивається і стає все більш поширеною. Такий фальсифікований контент може бути використаний у стратегічні моменти для підриву репутації, провокації панічних настроїв у суспільства та, навіть, перешкоджання виборчого процесу в європейських країнах.

Таким чином, стратегічний успіх інформаційних кампаній залежить від різноманітного набору методів, призначених для маніпулювання когнітивними упередженнями та вмілого використання вразливостей інформаційних технологій. Ці тактики не використовуються окремо, вони поєднуються у складні багатоетапні операції, які важко швидко опізнати та оперативно протидіяти ним.

Сучасна російська пропаганда вирізняється не лише особливою майстерністю та витонченістю кожного із інструментів, а і вмілою їх інтеграцією єдину операцію впливу. Інформаційні кампанії часто є багатовекторними, що забезпечує одночасне поширення єдиного наративу у різні соціальні мережі.

Таким чином, у Facebook працюють боти, у YouTube поширюються пропагандистські відео та діпфейки, а у TikTok вірусні меми. Це все водночас відслідковується аналітикою в реальному часі, яка відстежує реакцію

користувачів. В подальшому, ця інформація допомагає пропагандистам з'ясувати найпопулярніший вид контенту та відкидати те, що втрачає актуальність.

Зрештою, російські методи та інструменти пропаганди постійно еволюціонують. Вони пристосовуються до зміни політики модерування соціальних мереж, навчаються на власних успіхах та невдачах. Пропагандисти навчилися швидко адаптовуватися до навіть до незначних алгоритмічних змін платформ. Тож це ускладнює протидію російській пропаганді та побудову ефективної контрстратегії Європейським Союзом.

2.3 Вплив кремлівської дезінформації на політичні кризи в ЄС

Росія, використовуючи усі алгоритмічні можливості соціальних мереж, систематично втручається у внутрішні політичні процеси європейських країн. Насамперед, її метою є поглибити розкол суспільної думки, підірвати довіру до демократичних інститутів та поширити хаос. Пропагандистська діяльність Кремля особливо активізується під час політичних криз у Європейському Союзі, коли суспільство є найбільш вразливим до маніпуляцій. Протягом останнього десятиліття було зафіксовано чималу кількість випадків поширення російських операцій, які спрямовані на дестабілізацію ситуації в ЄС.

Одним із найбільш яскравих прикладів втручання Росії у європейський медіапростір стала кампанія напередодні референдуму щодо виходу Великої Британії з ЄС у 2016 році. Тоді російські пропагандисти активно посилювали вже наявні аргументи євроскептиків.

Зокрема, зосереджуючись на найбільш емоційних та суперечливих темах : проблема міграції, втрата суверенітету та бюрократія. Дослідження Оксфордського інституту інтернету та Університету Суонсі виявили значну кількість пов'язаних із Росією акаунтів у X. Було помічено тисячі ботів, які активно поширювали наративи на підтримку виходу Британії з ЄС [72] . Інтернет-

боти діяли скоординовано, створюючи ілюзію широкої громадської підтримки певних наративів і популяризуючи відповідні хештеги.

Інформаційна кампанія Росії поширювалася не лише у X, а і в Facebook та YouTube. Там державні російські медіа Russia Today і Sputnik публікували матеріали, що дискредитували образ ЄС. Згодом, цей контент поширювався мережею анонімних сторінок та груп.

Наслідком цієї проросійської кампанії стало не лише посилення поляризації британської суспільної думки. Росія створила потужний інформаційний хаос, що ускладнював реальний процес дискусій про наслідки Брексіт для країни [20].

Подальші дослідження виявили використання прихованого мікротаргетингу для посилення суперечливих тем у соціальних мережах. Російські рекламні мережі та пов'язані з ними акаунти використовували дані для спрямування дезінформаційних повідомлень на конкретні групи населення, які вже були схильні до євроскептицизму. Наприклад, у регіонах із зростаючим рівнем безробіття або занепокоєння щодо імміграції.

Ключовим наративом була теза про те, що членство в ЄС є основою причиною економічних проблем і лише вихід дозволить Британії самостійно контролювати свої кордони та закони. Хоч і прямий вплив російської кампанії на результат референдуму важко виміряти, вона додала особливої інтенсивності та емоційного забарвлення дискусіям.

Ще однією європейською кризовою точкою, яку використала російська пропагандистська машина, став референдум про незалежність Каталонії у 2017 році. Протягом цього періоду було зафіксовано різке зростання активності проросійських акаунтів [67]. Основною метою було поглибити кризу у Іспанії.

Так російські пропагандисти використали цю кризу як приклад неспроможності європейських демократій вирішувати внутрішні конфлікти. Російські медіа активно висвітлювали події, часто спотворюючи їх. Окрім того, вони перебільшували масштаби насильства з боку іспанської поліції та подавали

інформацію односторонньо. Такі статті масово поширювалися у X та Facebook через мережі ботів. Також були задіяні реальні акаунти, які також популяризували фейкові новини та наративи про масові репресії іспанською владою.

Інформаційна кампанія у Іспанії була спрямована як на іспанську, так і на міжнародну аудиторію. Головною метою була дискредитація іспанського уряду та створення образу ЄС як нестабільної організації, яка стоїть на межі розпаду.

Кремль застосовував стратегію «подвійних стандартів», порівнюючи право каталонців на референдум із російським «визнанням» Криму, хоча історичні і правові контексти цих подій кардинально відрізнялися. Росія прагнула встановити прецедент, який легітимізує порушення територіальної цілісності суверенних країн та використати Каталонію як інструмент для послаблення ключового члена НАТО та ЄС – Іспанії. Окрім того, ця компанія особливо активізувалася в період посилення санкційного тиску ЄС на Росію, що продемонструвало її стратегію відволікати увагу Брюссель від зовнішньої агресії внутрішніми конфліктами та хаосом.

У 2018-2019 роках Москва використала протести «жовтих жилетів» у Франції для поширення наративів про загальний соціальний колапс та занепад європейської демократії. Хоч це суспільне незадоволення мало цілком реальні внутрішні причини, російські пропагандисти доклали значні зусилля для їх радикалізації та поширення хаосу у медіапросторі [8].

Дослідження свідчать про те, що проросійські акаунти були найактивнішими у X під час поширення будь-якого контенту про «жовті жилети», значно випереджаючи інші іноземні джерела інформації [64] . Боти масово поширювали дезінформацію про масштаби протестів та кількість постраждалих. Росія маніпулювала інформацією, часто популяризувала відео- та фотоматеріали з інших сутичок під виглядом теперішніх подій у Франції.

Facebook також став платформою для активного просування контенту, який зображував Францію на межі громадянської війни. Росія намагалася

дискредитувати уряд Еммануеля Макрона, який мав досить жорстку позицію щодо РФ, а також показати суспільству неефективність ліберальної демократії. Тим не менш, ці операції були виявленні французькою службою безпеки та згодом низка проросійських мереж була видалена.

Механізм втручання полягав у так званому «захопленні» органічного протесту. Російські мережі не створювали його самостійно, але використовували вже як готову платформу для поширення радикальних ідей та поширення насильства. Було виявлено, що проросійські акаунти систематично переводили обговорення від початкових умов до більш екстремістських закликів. Особливий акцент робився на критиці кліматичної та енергетичної політики Макрона, зображуючи її як таку, що руйнує життя простих французів на догоду елітам.

Навіть після видалення основних мереж, вплив продовжувався через менші та локальні канали. А також за допомогою прихованої фінансової підтримки певних ультраправих та ультралівих лідерів протесту, забезпечуючи, щоб антиурядові виступи зберігалися якомога довше.

Ще однією мішенню для російських пропагандистів стали вибори до Європейского парламенту у 2019 році. Інформаційні операції Росії були спрямовані на підтримку євроскептичних, ультаправих та ультралівих партій з метою послаблення внутрішної єдності ЄС. Ця інформаційна кампанія виокремлюється своєю багатовекторністю.

Росія діяла одночасно в багатьох країнах-членах ЄС, вміло адаптуючи наративи до місцевого контексту. До прикладу, в Італії найактивніше поширювалися антимігрантські настрої, у Німеччині піднімалася критика енергетичної політики, а у країнах Східної Європи – наративи про втрату традиційних цінностей у суспільстві [16].

У цей період було задокументовано понад тисячу випадків російських дезінформаційних кампаній, пов’язаних із європейськими виборами. Різноманітність тактики включала в себе використання мереж фейкових акаунтів,

поширення прихованої реклами у Facebook, а також маніпуляції із алгоритмами соціальних мереж та використання сайтів, що маскувалися під незалежні європейські ЗМІ. Вплив інформаційної кампанії Росії значно вплинула на підвищення поляризації політичного дискурсу та зниженню довіри до виборчого процесу.

У країнах Центральної та Східної Європи, зокрема у Польщі та Угорщині, ключовим напрямом впливу стало просування наративів про «брюссельський диктат» та «втрату суверенітету» через зобов'язання перед ЄС, особливо у сферах судової реформи та кліматичної політики.

Москва підтримувала партії, які обіцяли стати на захист традиційних християнських цінностей від ліберального впливу Західної Європи. Також проросійські мережі критикували Фонди згуртованості ЄС та поширювали фейки про їх нецільове використання на корупцію, щоб підірвати економічну вигоду від членства в Союзі.

Головна мета полягала в тому, щоб забезпечити обрання достатньої кількості депутатів-євроскептиків, які би саботували законодавчий процес у Європейському парламенті.

Пандемія COVID-19 у 2020-2021 роках розпочала нову хвилю російських дезінформацйіних кампаній [78]. У світі панував загальний хаос, а уряди європейських країн намагалися якнайшвидше стабілізувати суспільну тривогу. Тим не менш, кремлівські мережі, використовуючи страх населення, масово поширювали суперечливі та дезінформативні повідомлення. Вони просували конспірологічні теорії про штучне походження вірусу, дискредитували вакцини європейського виробництва та розпалювали настрій суспільства проти вакцинації і карантинних заходів.

Так проросійські кампанії просувалися у всіх соціальних мережах: від Facebook, до Telegram і TikTok, де фейки поширювалися із вірусною швидкістю. Метою було посіяти недовіру до європейських урядів та підірвати зусилля ЄС з

координації боротьби з пандемією. Водночас, зобразити Росію як єдину відповідальну глобальну силу.

Особливо активно наративи про небезпеку вакцин поширювалися у Німеччині та Італії. У цей період було виявлено скоординовані операції із використанням мережі ботів і «сплячих» акаунтів. Наслідком цього стало зниження темпів вакцинації у декількох районах ЄС та значне посилення соціальної напруги.

Російська дезінформаційна кампанія використовувала пандемію для просування свого геополітичного впливу на кількох рівнях. По-перше, через поширення теорій змов, такі як зв'язок COVID-19 із мережами 5G або теорії про американське походження вірусу.

По-друге, паралельно із дискредитацією західних вакцин, активно просувався російський препарат «Спутник V», який демонструвався як єдина ефективна та безпечна альтернатива. Це мало на меті створити політичні розбіжності між країнами-членами ЄС щодо закупівель та сприяти залежності від російського продукту. Російські пропагандисти використовували діпфейки та генеровані зображення штучного інтелекту для створення фейкових експертів та лікарів, які застерігали європейців від вакцинації та таким чином підривали довіру до офіційних медичних органів.

Паралельно із інформаційними маніпуляціями навколо COVID-19, Росія та Білорусь створювала пропагандистську кампанію навколо міграційної кризи. Штучно створена криза на кордоні Білорусі з Польщею та Литвою у 2021 році супроводжувалася потужною дезінформаційною кампанією [76].

Російські та білоруські ЗМІ демонізували європейських прикордонників, зображуючи їх жорстокими нацистами. Водночас, звинувачуючи ЄС у гуманітарній кризі, яку самі створили. Через соціальні мережі, зокрема канали у Telegram та групи у Facebook, вони поширювали фейки про легкий перехід кордону до ЄС, що спровокувало масштабну хвилю мігрантів.

Ця операція була спрямована на створення внутрішнього розколу в ЄС щодо міграційної політики та створення додаткового навантаження на прикордонні країни. Схожі тактики застосовувалися і навколо міграційних потоків через Середземне море. Там Росія поширювала антимігрантські наративи звинувачуючи Брюссель у «великому заміщенні» корінного населення.

Криза на кордоні 2021 року стала класичним прикладом «збройування міграції», коли міграційні потоки використовуються як інструмент гібридної війни. Російські та білоруські канали у месенджері Telegram систематично публікували інструкції для мігрантів щодо обходу прикордонного контролю, а також деталізовані графіки патрулювання. Це свідчило про високий рівень координації між пропагандистської машиною та державними структурами Росії.

Наративи були подвійними. Для міжнародної аудиторії ЄС зображувався таким, що нехтує гуманітарними цінностями. А для внутрішньої європейської аудиторії - як слабкий та нездатний захистити власні кордони. Це переслідувало стратегічну кремлівську мету посилити внутрішні розбіжності щодо прийняття Міграційного пакту ЄС, а також відволікти увагу від нарощення військової сили поблизу українських кордонів.

Повномасштабне вторгнення Росії в Україну активізувало російську пропагандистську машину на повну потужність. 24 лютого 2022 року стало каталізатором безпрецедентної за масштабом та інтенсивністю інформаційної війни проти європейського медіапростору. Дослідження корпорації RAND показують, що у X після вторгнення Росії в Україну екстремістські наративи стрімко зросли (Рис. Д) [86]. Ці операції є багатовекторними, поєднують відкриту пропаганду та приховані атаки з використанням новітніх технологій.

Окрім виправдання власної агресії, російські зусилля були зосереджені на підриві європейської єдності, створення саботажу підтримки України та послаблення санкцій. Однією із ключових тем російської пропаганди стала енергетична криза у 2022-2023, яку Росія намагалася обіграти як наслідок

беззмістовних санкцій ЄС проти неї. Тоді через величезну кількість Telegram-каналів та акаунтів у Facebook та X масово поширювалися панічні наративи про «замерзаючу Європу» та економічний колапс [34].

Telegram відіграє особливу роль у процесі російського впливу. Дослідження EUvsDisinfo демонструють стрімке зростання популярності месенджера у Європейському Союзі (Рис. Е) [32]. Проте платформа має слабку модерацію, тож це створює найпридатніші умови для зародження та поширення російської пропаганди. Тут пропагандисти можуть безперешкодно просувати найагресивніший контент, який потім часто мігрує на інші платформи. Зокрема, у TikTok, який завдяки своїм алгоритмам швидко популяризує емоційно заряджену інформацію, яка спрямована на молодіжну аудиторію.

В той же час, у Німеччині проводилася масштабна операція, відома як «Doppelgänger». У німецькому медіапросторі створювалися фейкові клони сайтів відомих ЗМІ, де публікувалися статті з дезінформацією про катастрофічні наслідки відмови від російського газу.

Потім ця інформація поширювалася через тисячі ботів у соціальних мережах, створюючи ілюзію загального суспільного невдоволення [42]. «Doppelgänger» була найбільшою та найскладнішою російською операцією, яка була спрямована водночас на декілька країн : Німеччину, Францію, Італію, Велику Британію та Україну.

Операція «Doppelgänger» є зразком використання кібершахрайства, яка відома як тайпсквотинг. Зломисники створювали майже однакові копії веб-сайтів провідних європейських медіа, використовуючи схожі, але неправильні доменні імена [40]. У цих клонованих статтях поширювалися фейки про банкрутство великих банків та «голод» через відсутність російських добрив.

На платформі X російська мережа створювала тисячі імітаційних акаунтів, які поширювали ці посилання, створюючи враження широкої підтримки думки про економічну кризу в ЄС через наслідки антиросійських санкцій.

Також було зафіксовано, що у розпал виборів у Польщі цю спецоперацію було активізовано, що свідчить про її довготривалу стратегічну спрямованість на дестабілізацію виборчих процесів у країнах-членів ЄС.

Паралельно велася потужна кампанія з дискредитації військової допомоги європейськими партнерами Україні. Росія використовувала будь-яку можливість для того, щоб створити сумніви в доцільності постачання зброї. Зокрема, пропагандисти поширювали фейки про те, що західна зброя масово продається на чорному ринку, використовується терористами або одразу ж знищується російською армією.

Особливо активно Кремль працював у інформаційному просторі тих країн, де суспільство вже неоднозначно ставилося до війни в України та постачанні їй зброї. Тому Росія підсилювала скептичні настрої у Словаччині, Угорщині та Австрії.

Також у 2023 році напередодні виборів у Словаччині проросійські політики та медіа активно поширювали у медіапростір тези про те, що допомога Україні «спустошує власні арсенали» та «втягує країну у війну» [51]. Такі наративи впроваджувалися на усіх медіаплатформах через повідомлення мережі анонімних акаунтів. Зрештою, це сприяло перемозі у виборах тих партій, що виступали за припинення військової допомоги Україні. Такі ж кампанії проводилися і в Німеччині та були спрямовані проти постачання танків та ракет, використовуючи суспільний страх ескалації конфлікту.

Москва втручалася чи не у всі виборчі процеси у європейських країнах. Головною тактикою була активна підтримка проросійських кандидатів. В Італії під час виборчої кампанії у 2022 році Росія активно просувала партії, що виступали за знаття санкцій, а також намагалася дискредитувати проєвропейські політичні сили.

У Чехії під час президентських виборів 2023 року була розгорнута дезінформаційна кампанія проти проєвропейського кандидата Петра Павела.

Вона включала у себе розсилку фейкових повідомлень та онлайн-постів про його наміри втягнути країну у війну проти Росії. Ці операції не завжди досягали своєї мети. Тим не менш, строювали інформаційний хаос у європейському медіапросторі та значну поляризацію думок.

Росія також втручалася і у соціальні протести у Європі. Зокрема, фермерські протести, які охопили низку європейських країн у 2023-2024 роках. Причинами суспільного невдоволення були цілком реальні проблеми, такі як екологічні норми ЄС, конкуренція з українським імпортом та низькі закупівельні ціни. Проте російські пропагандисти активно поширювали більш радикальні гасла, розпалювали ненависть і спрямовували гнів фермерів проти Києва.

У Польщі, Франції та Німеччині через Telegram та TikTok поширювалися відео, які зображували українське зерно отруйним. Також активно просувався контент зі звинувачуванням ЄС у знищенні європейського фермерства на користь України [10]. Було зафіксовано хвилю дезінформативних наративів, які пов’язували протести фермерів із європейською підтримкою України. Ця кампанія була спрямована на мобілізацію скептичних настроїв напередодні виборів до Європейського парламенту 2024 року.

Пропаганда вміло маніпулювала реальними економічними скаргами фермерів, щоб змістити фокус гніву з політики ЄС безпосередньо на Україну. Створювався наратив, що ЄС жертвує власними фермерами заради «сумнівної» підтримки Києва. У соціальних мережах поширювалися не лише фейки про «отруйне» українське зерно, а і сфабриковані документи Єврокомісії, які підтверджували плани заміни європейського виробництва дешевим українським імпортом. Ця стратегія була спрямована на руйнування солідарності між ЄС та Україною напередодні вирішальних європейських виборів.

Також було помічено, що проросійські мереж активно просували радикальні акції. Наприклад, перекриття ключових транспортних шляхів та підпали техніки.

У відповідь на російські атаки Європейський Союз почав вживати більш рішучих заходів із протидії. Після повномасштабного вторгнення було заборонено низку державних російських ЗМІ (Russia Today та Sputnik), тож це значно обмежило російські можливості прямого пропагандистського впливу (Рис.Є) [80]. Проте, як згадувалося раніше, російська пропагандистська машина надзвичайно гнучка до будь-яких змін. Тому кремлівські мережі швидко адаптувалися до нових заборон та перейшли на використання дзеркальних сайтів і нерегульованих платформ (наприклад Telegram).

Тим не менш, соціальні мережі також посилили політику протидії. Корпорації регулярно публікують звіти про викриття та видалення російських мереж впливу. Наприклад, у своїх звітах Meta детально описує тактики, які використовували під час операції «Doppelgänger». Однак, платформа X після зміни власника у 2022 році значно послабила політику модерації контенту. Тож варто зауважити, що це знову зробило її однією із ключових платформ для легкого поширення російської пропаганди.

Отже, російські пропагандисти активно використовують соціальні мережі під час кризових періодів ЄС. Цей процес є системним, багатогранним та адаптивним. Стратегія Москви не так намагається просувати власну ідеологію, як поглибити вже існуючі суспільні розколи та підірвати довіру до демократичних європейських інститутів.

Аналіз конкретних випадків демонструє певну еволюцію російських тактик. Якщо раніше використовувалися прості мережі ботів, то зараз інформаційні операції Росії є складними і багатовекторними. Російський вплив є каталізатором криз, фактором, що поглиблює їх наслідки та ускладнює їх швидке вирішення. Російські інформаційні операції посилюють поляризацію думок європейців, радикалізують суспільний дискурс та знижують рівень довіри як до політиків, так і до медіа.

Висновки до розділу 2

Сучасний інформаційний простір визначається значним домінуванням соціальних мереж, що кардинально змінило звичні способи створення, поширення та споживання інформації. Ці платформи, які раніше сприймалися як простір для спілкування та обміну думок, перетворилися на стратегічне поле битви, де розгортаються складні операції впливу.

Соціальні мережі стали центральним елементом загроз інформаційної війни. Вони активно використовуються для дестабілізації суспільства, поглиблення поляризації та підриву довіри. Інформаційні кампанії Росії у соціальних мережах є складними, багатовимірними та технологічно розвинені. Тож це становить велику загрозу для стабільності і єдності Європейського Союзу.

Алгоритми соціальних мереж створюють сприятливі умови для проведення інформаційних операцій. В основі більшості платформ стоїть стратегія максимального залучення аудиторії та утримання їх уваги. Тож алгоритми соціальних мереж персоналізують контент під потреби користувача. Окрім того, вони надають перевагу матеріалам, які викликають особливо сильні емоції. Таким чином, емоційно заряджена, сенсаційна та поляризуюча інформація отримує великі охоплення, чим і користуються російські пропагандисти.

Проблемою також є те, що завдяки таким алгоритмам соціальних мереж користувачі можуть потрапляти у «інформаційні бульбашки», де вони бачать інформацію, яка підтверджує вже існуючі погляди. Це лише посилює наявні упередження та робить людей вразливими до маніпуляцій.

Методи та технології поширення російської пропаганди є складними та складаються із багатьох компонентів. В основі їх кампаній лежить скоординована робота, яка спрямована на штучне введення та підсилення певних наративів. Використання мережі ботів дозволяє створювати ілюзію широкої підтримки їх громадськістю. Важливою тактикою є «відбілювання» інформації, коли

маніпулятивний контент спочатку з’являється у різних анонімних акаунтах, а згодом виводиться на масштабні ЗМІ, приховуючи справжнє походження.

Сучасний інструментарій соціальних мереж дозволяє Росії доставляти повідомлення конкретній цільовій аудиторії. Мікротаргет допомагає зробити пропаганду менш помітною та більш переконливою, адже вона відповідає потребам конкретних користувачів. Ефективність таких кампаній підвищує залучення лідерів думок, які можуть навіть несвідомо поширювати потрібні наративи.

Тож зрештою, результатом вмілого проведення інформаційних маніпуляцій є відчутний вплив на суспільно-політичні процеси ЄС. Пропагандистські кампанії не створюють самостійно кризи, але вони вміло поглиблюють вже існуючі. Будь-які соціально-економічні проблеми стають об’єктами цілеспрямованих атак. Росія намагається направити гнів європейського суспільства із конкретної проблеми на державні інституції загалом. При цьому, звинувачуючи їх у некомпетентності та зраді національних інтересів.

Основною мішенню для російських пропагандистів залишаються виборчі процеси. Протягом виборів пропагандисти намагаються не лише підтримувати проросійських кандидатів, а і підірвати довіру до самого процесу. В подальшому накопичення ефекту від дезінформативних кампаній сприяє зростанню суспільної поляризації, знижує довіру до урядів та ускладнює прийняття консенсусних рішень.

Отже, російська пропаганда у соціальних мережах є системною, адаптивною та технологічно розвиненою. Пройшовши довгий шлях еволюції, вона поєднала у собі як і новітні, так і традиційні методи. Пропагандистська машина швидко розвивається та видозмінюється, що дозволяє їй підлаштовуватися та обходити політику модерації соціальних мереж. Саме тому боротьба із російськими маніпуляціями у медіапросторі це довгий процес, що

вимагає постійних зусиль ЄС та гнучкості для адаптації під загрози, що постійно змінюються.

РОЗДІЛ 3
ПРОТИДІЯ РОСІЙСЬКІЙ ПРОПАГАНДІ У ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРІ ЄС

3.1 Сучасні виклики у цифровому протистоянні ЄС та Росії

У сучасну епоху європейський медіапростір перетворився на стратегічний театр гібридного протистояння, де Російська Федерація регулярно використовує соціальні мережі для маніпулятивного впливу. Головною метою російських інформаційних операцій є дестабілізація суспільно-політичної обстановки у країнах-членах ЄС. Суміжими та не менш важливими завданнями є створення недовіри до демократичних інституцій та послаблення європейської єдності.

Сучасна російська пропагандистська машина має багатокомпонентну стратегію, є технологічно розвиненою та адаптивною під будь-які умови. Російські операції характеризуються поєднанням діяльності офіційних державних медіа, прихованого впливу через анонімні акаунти та атаки ботів і тролів. Тож аналіз сучасних викликів у цифровому протистоянні ЄС та Росії вимагає комплексного підходу для вивчення вразливостей європейського інформаційного простору.

Особливість сучасних російських операцій впливу полягає в їх мережевій та багатошаровій структурі. Замість поодиноких фейкових новин використовуються цілі складні екосистеми. Вони включають у себе діяльність офіційних пропагандистських каналів (діючі до заборони - Russia Today та Sputnik), мережі анонімних сторінок та груп у соціальних мережах, локалізовані новинні сайти, що імітують незалежні медіа. Це забезпечує постійну присутність у медіапросторі ЄС та можливість швидкого поширення потрібних наративів.

Російські канали поширення пропаганди надзвичайно адаптивні. Після блокування основних каналів вони швидко відновлюються через домени-дзеркала, певне видозмінення матеріалу або використання альтернативних

платформ. Ця потужність адаптації російської пропаганди є фундаментальним викликом для безпеки європейського інформаційного простору. Пропагандисти швидко пристосовують свої тактики впливу до нових умов. Вони переносять діяльність на нові майданчики та використовуючи прогалини в модерації соціальних мереж, що робить просте блокування недостатньо ефективним заходом у довгостроковій перспективі.

Центральною тактикою російських кампаній є «скоординована неавтентична поведінка» (Coordinated Inauthentic Behavior) [68]. Цей термін, введений платформою Meta, описує спільні зусилля, які спрямовані на маніпулювання громадською думкою з використанням мережі фальшивих акаунтів. Такі фейкові профілі вводять користувачів в оману щодо свого справжнього походження та мети.

У своїх квартальних звітах Meta регулярно документує випадки виявлення та видалення таких мереж акаунтів, пов’язаних з Росією. Наприклад, у звіті за четвертий квартал 2023 року було детально описано видалення десятків акаунтів у Facebook та Instagram, які поширювали контент для дискредитації підтримки України з боку ЄС [68].

Такі акаунти вдавали себе за місцевих жителів країн ЄС, використовували чужі фото та регулярно коментували публікації провідних медіа. Таким чином, вони створювали оманливе враження широкої підтримки громадськістю антиукраїнських наративів. Загроза такої тактики Росії полягає не лише в популяризації конкретного наративу, а і в створення загальної пануючої атмосфери недовіри та поляризації.

Структура російських пропагандистських операцій спирається на кілька стійких фреймів, які в процесі лише адаптуються під конкретну країну. Тож, опираючись на аналіз діяльності Росії у соціальних мережах, можна виділити ключові теми та наративи.

Першим є делегітимація рішень ЄС у сфері зовнішньої та безпекової політики. Пропагандисти часто поширюють наративи про те, що санкції шкодять лише самій Європі та європейські союзники України вже втомилися від її війни. Наступним є поглиблення внутрішніх соціальних та політичних розломів. Так Кремль поширює тези про те, що європейська влада відірвана від народу. Окрім того, РФ намагається виправдати власні дії через перенесення провини на третю сторону. Тому часто у соціальних мережах просуваються наративи про те, що НАТО провокує російський уряд, а він лише змушений оборонятися. Також Кремль маніпулює соціально-культурною тривогою, розпалюючи панічні настрої про те, що традиційні цінності під загрозою через ліберальну політику ЄС.

Варто зауважити, що ці наративи не є статичного харакеру. Вони прив'язуються до актуальних подій, таких як енергетичні кризи, протести, міграційні виклики, тощо. Важливим фактором також підлаштовування контенту під конкретну цільову аудиторію. Повідомлення перекладаються національними мовами, використовуються місцеві символи, а до поширення залучаються локальні лідери думок.

Тактика «відбілювання» контенту є однією із найефективніших для російської пропаганди та найнебезпечнішою для європейського медіапростору. Суть цього метода полягає у тому, щоб приховати першоджерело маніпулятивної інформації та надати їй легітимного вигляду [61].

Така інформаційна кампанія починається із публікації на маловідомому блозі або Telegram-каналі, де модерація контенту майже відсутня. Далі цей матеріал масово поширюється через мережу акаунтів вже на більш відомих платформах. Зрештою, такий контент починає підхоплюватися авторитетними лідерами думок та ЗМІ, які сприймають його як органічно виниклу новину.

В результаті, навіть якщо першоджерело буде видалене модерацією, контент продовжує існувати та поширюватися далі. Тож така тактика російських

пропагандистів створює значні труднощі для ефективного модерування соціальних мереж та фактчекінгу.

Алгоритмічна система рекомендацій у соціальних мережах відіграє вирішальну роль у поширенні маніпулятивного контенту. Алгоритми платформ розроблені для максимального залучення користувачів, тож часто у рекомендації потрапляє саме матеріали із сильним емоційним контекстом. Особливо має тенденцію до вірусності контент, який не лише викликає яскраві емоції, а і подається у форматі коротких відео.

Тож пропагандисти свідомо створюють матеріали, які повністю оптимізовані під алгоритми: короткі, візуально привабливі відео-меми із сенсаційними заголовками. Таким чином дезінформація поширюється майже миттєво, на противагу правдивому контенту, що вимагає часу на перевірку та є менш емоційно привабливим для реципієнтів. Отже, самі бізнес-алгоритми соціальних мереж ненавмисно сприяють поширенню шкідливого контенту.

Стрімкий технологічний розвиток додає нових викликів для безпеки медіапростору Європейського Союзу. Автоматизація процесів та використання генеративного штучного інтелекту одразу ввійшло в сучасний інструментарій пропаганди Російської Федерації.

Дослідження Стратегічного комунікаційного центру передового досвіду НАТО демонструють активне застосування «людиноподібних» акаунтів із напівавтоматичним керуванням [30]. Вони можуть підтримувати базову комунікацію та брати участь у суспільних дискусіях, імітуючи природню поведінку реальної людини. Це робить їх ще важчими для виявлення модераторами соціальних мереж.

Поява доступних моделей генеративного ШІ (створення текстів, фото- та відеоматеріалів, аудіозаписів) робить виробництво маніпулятивного контенту дешевшим та швидшим. За допомогою ШІ пропагандисти можуть масово генерувати великі обсяги текстів, створювати правдоподібні фейкові зображення

та навіть підробляти голоси публічних осіб для діпфейків. Тож із використанням сучасних можливостей навіть невеликі групи можуть проводити масштабні інформаційні кампанії. Важливо підкреслити, що інтенсивне виробництво штучного контенту може значно перевантажувати існуючі системи фактчекінгу, тож вичислити праву від брехні стає значно важче.

Проблема створення контенту за допомогою ШІ потребує особливої уваги. Швидкий розвиток програм для генерації контенту випереджає розробку технологій для його виявлення. Це створює ризик, що найближчим часом з'являтимуться настільки переконливі діпфейки, що відрізнити їх від реального відео або аудіо без спеціалізованих інструментів буде неможливо. Окрім того, у таких умовах навіть правдивий контент буде піддаватися сумніву. Наслідки можуть бути руйнівними, особливо під час виборчих кампаній чи у період потужних міжнародних криз. Наприклад, пропагандисти можуть вірусно поширювати сфабриковане відео із високопосадовцем ЄС та завдати репутаційної шкоди ще до моменту спростування.

Окремою сучасною загрозою є значне фінансування Росією дезінформативних кампаній. Кремль знаходить способи монетизування свого контенту, що робить його діяльність фінансово стійкою. Це може відбуватися через пряму рекламу, приховану оплату блогерам або складні операції з використанням криптовалют. Навіть невеликі, але постійні фінансові потоки дозволяють мережам підтримувати свою інфраструктуру, оплачувати роботу створювачів контенту та закуповувати рекламу в соціальних мережах.

Особливо небезпечною є реклама з соціально-політичних питань. Формально вона не вважається політичною, адже не закликає голосувати за чи проти конкретного кандидата. Тим не менш, вона просуває певну позицію зі суперечливих тем, таких як міграція, кліматичні виклики чи гендерна рівність. Такі рекламі оголошення часто використовуються для поляризації суспільства та прихованого впливу на суспільну думку.

Ще одним серйозним викликом для безпеки європейського медіапростору є використання російською пропагандою суспільних потрясінь і масових рухів. Пропагандисти, як вже зазначалося раніше, не створюють власноруч протести європейського суспільства з нуля. Натомість вони активно проникають вже до існуючих протестних рухів. Зокрема, підсилюють фермерське невдоволення, розпалюють активакцинаторські настрої та акції проти зростання цін на енергоносії.

Вони наголошують на найбільш радикальних поглядах, поширюють конспірологічні теорії та спрямовують суспільний гнів на національні уряди та демократичні інституції Європейського Союзу. Німецька Федеральна служба захисту конституції у своїх звітах неодноразово підкреслювала спроби Росії використовувати кризові епізоди для розколу суспільства та послаблення уряду [31, с. 61]. Таким чином, соціальне незадоволення стає каталізатором російських інформаційних операцій, які поглиблюють поляризацію та ускладнює проведення конструктивного дискурсу.

Головною мішенню для активізації російського втручання у інформаційний простір залишаються виборчі процеси у країнах Європи. Метою є не так вплив на результати голосування, як підрив довіри виборців до самого демократичного процесу. Для цього використовуються дезінформаційні кампанії про фальсифікації, непрозорість виборчої системи, упередженість медіа та корумпованість політичних еліт. Такі наративи поширюються задовго до самого процесу голосування, створюючи перманенту атмосферу недовіри та апатичних настроїв.

Окрім того, у самий день виборів можуть відбуватися точкові поширення дезінформації про порушення на дільницях. Метою цього є психологічний вплив на суспільство для провокації протестних настроїв та дестабілізації атмосфери. Після проведення виборів пропагандисти спрямовують зусилля на те, щоб поставити під сумнів легітимність результатів, незалежно від того, хто переміг.

Це руйнує основи демократії, оскільки такі дії підривають віру громадян у силу їх голосу.

Труднощі в оцінці російського впливу є значною перешкодою для побудови ефективної протидії. Росія використовує складні технічні методи для приховування свого втручання. Для виявлення російського походження контенту необхідно аналізувати сукупність поведінкових та технічних індикаторів. Однак це вимагає не лише значних ресурсів, а і доступу до даних, що є проблематичним через політику більшості соціальних мереж.

Ще більш складним завданням є вимірювання реальних наслідків впливу дезінформації на погляди та поведінку європейських користувачів. Хоч і виміряти охоплення та залученість громадян до такого контенту цілком реально, встановити прямий зв'язок між ним і зміною електоральної поведінки вкрай важко. Тож це ускладнює впровадження ефективних контрзаходів.

Фундаментальною загрозою є руйнування суспільної довіри та поглиблення поляризації. Безупинний потік дезінформації, конспірологічних ідей та інформаційних маніпуляцій створює хаотичне середовище, у якому громадяни втрачають довіру до традиційних джерел інформації.

Це явище описане у дослідження RAND Corporation і відоме як «занепад істини» (truth decay) [86]. Коли руйнується спільна реальність фактів, соціум розколюється на ізольовані табори, які існують у різних інформаційних вимірах і втрачають спільну мову. Російські операції націлені на поглиблення цього розколу та підсилення екстремальних поглядів з обох боків політичного спектра.

У довгостроковій перспективі це призводить до послаблення соціальної згуртованості та здатності суспільства мобілізуватися для вирішення спільних проблем. Як наслідок, європейські демократії стають більш чутливими до дестабілізуючих чинників як зсередини, так і ззовні.

Таким чином, сучасні виклики в інформаційному протистоянні ЄС та Росії є системними, багатосторонніми та динамічними. Російські операції

еволюціонували від простих фейків до складних багатоетапних кампаній, що включають у себе використання технологічних здобутків.

Таким чином, до системних загроз належить дискредитація виборчих процесів у Європейському Союзі, використання соціальних криз для маніпулятивного впливу, загострення суспільної поляризації та руйнування спільного інформаційного простору. Ускладнення атрибуції, переміщення активності в закриті платформи та стрімкий розвиток технологій штучного інтелекту створюють додаткові перешкоди для створення контрстратегії. Тож сучасні виклики вимагають глибоко розуміння російських методів, наративів та особливостей технологій, які використовуються для маніпуляцій в медіапросторі ЄС. Лише на основі глибокого розуміння та детального аналізу можлива якісна розробка ефективної політики протидії.

3.2 Європейський досвід у боротьбі із дезінформацією у соціальних мережах

Сучасні виклики Європи у цифровому протистоянні з Росією є багатогранними та складними. Російська дезінформація діє в правовій та регуляторній «сірій зоні», часто розмиваючи межі між захищеним правом на свободу слова та зловмисним впливом. Величезний обсяг і швидкість поширення російських фейків ускладнюють процес їх виявлення та спростування.

Автоматизовані системи модерації контенту не в змозі ефективно ідентифікувати використання складних політичних та культурних контекстів. Окрім того, транскордонний характер інформаційних кампаній ускладнює розробку та впровадження ефективних заходів протидії на національному рівні. Тож аналіз та вдосконалення стратегій протидії російській дезінформації в цифровому просторі ЄС, зокрема у соціальних мережах, є критично важливим завданням для забезпечення стійкості європейських демократій.

Поширення російської пропаганди всередині інформаційного простору ЄС стало однією із найсерйозніших загроз як для безпеки, так і для основ демократичного ладу в країнах-членах. Усвідомлюючи стратегічний характер проблеми, Європейський Союз здійснює цілеспрямовану та багаторівневу протидію. В її основі лежить поєднання нормотворчості, інституційного реагування та підтримки незалежних ініціатив.

Стратегія еволюціонувала від початкових спроб спростування окремих фейків до створення комплексної регуляторної, інституційної та освітньої екосистеми. Тож у цьому контексті саме соціальні мережі стали епіцентром як маніпулятивного впливу, так і регулярних втручань. Європейський Союз визнає, що ефективна боротьба з дезінформацією вимагає скоординованих зусиль усіх зацікавлених сторін –від національних інституцій та корпорацій до окремих користувачів.

Ще у 2004 році було створено Європейське агентство з питань мережевої та інформаційної безпеки. Його метою було вдосконалення інформаційної безпеки у ЄС [17]. Також, допомога Єврокомісії та державам-членам ЄС контролювати дотримання чинного та майбутнього законодавства щодо захисту медіа простору.

Першим і унікальним нормативним надбанням ЄС у цій сфер став Кодекс практики щодо дезінформації, прийнятий у 2018 році [73]. Його метою було запровадження стандартів поведінки для платформ, в тому числі із залученням медіагігантів для спільної протидії фейковому контенту. До Кодексу планувалося залучити Facebook, Google, X, Microsoft, TikTok та Mozilla.

Серед іншого, Кодекс передбачав видалення фейкових акаунтів, обмеження роботи мережі ботів, впровадження обов’язкового маркування політичної реклами та забезпечення прозорості алгоритмів. Тим не менш, попри інноваційний характер, Кодекс практики щодо дезінформації залишався добровільним документом.

Із початком повномасштабного вторгнення Росії на територію України у відбулося різке загострення інформаційного протистояння. За даними East StratCom Task Force, лише з лютого 2022 року було ідентифіковано понад 5000 випадків прокремлівської дезінформації щодо України, які мали значний вплив на громадську думку не лише у країнах Східної Європи, а й по всьому Союзі [85]. Саме масовість та технологічна майстерність російської пропаганди виявили вразливі сторони чинних механізмів саморегулювання. Хоч і платформи оперативно видаляли фейковий контент, деякі російські пропагандистські кампанії часто залишалися поза модерацією.

Тож у відповідь на виклики 2022 року Європейський Союз ініціював змістовне оновлення Кодексу практики щодо дезінформації. У 2022 році був затверджений удосконалений варіант, який містив не лише суворіші вимоги, а й обов'язок платформ поглиблювати співпрацю із фактчекерами, розкривати механізми тергетованої реклами і створювати публічні бібліотеки політичних дописів [79].

Нові положення також передбачали регулярний аудит платформи на діяльність мереж ботів, підтримку дослідницької діяльності, а також створення деталізованих звітів щодо найбільш поширених тематик і форматів дезінформації. Це дало свої позитивні результати, адже це сприяло усвідомленню проблеми не лише на рівні керівництва компаній, а й серед широкого загалу користувачів.

Значної системності така ініціатива набула із впровадженням Закону про цифрові послуги (DSA). Він був затверджений Європейським Парламентом у 2022 році та впроваджений у дію поетапно у 2023-2025 роках [77]. Цей законодавчий акт є фундаментальним зрушенням у регулюванні цифрового простору. Важливо підкреслити, що цей закон вперше ввів в обіг поняття «дуже великої онлайн-платформи» (VLOP). До неї належать сервіси з аудиторією понад 45 мільйонів користувачів.

Також Закон про цифрові послуги зобов'язав їх системно оцінювати і мінімізувати ризики поширення незаконного контенту та дезінформації. Відповідно до статті 34, великі онлайн-платформи повинні щорічно надавати оцінку ризиків у своїх сервісах, включно із кібербулінгом, торгівлею людьми та самою дезінформацією. При цьому, особливу увагу закон акцентує на маніпулятивному впливі на демократичні процеси.

У лютому 2025 року положення оновленого Кодексу були офіційно інтегровані до DSA, що надало йому обов'язкового характеру [81]. Зокрема, компанії Meta, TikTok, Google, LinkedIn та Bing отримали офіційний статус VLOP і стали зобов'язаними дотримуватися усіх вимог Кодексу, звітувати про їх виконання та проходити аудит уповноваженими інституціями ЄС.

Це суттєво підвищило підзвітність платформ і створило правові підстави для накладення штрафів у разі невиконання вимог. Вже у 2023-2024 роках це стало причиною численних розслідувань щодо недостатньої роботи окремих платформ у протидії дезінформації.

Важливим кроком у протидії поширенню російської пропаганди стало масове запровадження санкцій проти державних медіа Російської Федерації. Після повномасштабного вторгнення в Україну у 2022 році рада ЄС ухвалила рішення про заборону подальшої діяльності RT і Sputnik на території Союзу. Це стосувалося як і традиційних медіа, так і їх діяльності через офіційні акаунти у соціальних мережах.

Російські медіа намагалися обійти обмеження через створення дзеркальних сайтів та використання VPN. Тим не менш, соціальні мережі, які діють на території ЄС були зобов'язані блокувати доступ користувачів до проросійського контенту. Ця заборона, хоч і спровокувала хвилю дискусій щодо свободи слова, продемонструвала готовність ЄС рішуче захищати інформаційний простір від прямої російської пропаганди.

Окрім загальноєвропейських законодавчих актів, окремі країни запроваджують більш жорсткі підходи до цифрової протидії російським операціям. Наприклад, Литва та Естонія ще у 2019-2020 роках запровадили тимчасові блокування проросійських ЗМІ, а вже у 2022 – одними з перших у ЄС масово заблокували доступ до RT, Sputnik та низки споріднених ресурсів [83].

Польща, у свою чергу, підтримує створення незалежних аналітичних центрів для моніторингу російської дезінформації. А Німеччина запровадила кримінальну та адміністративну відповідальність за поширення фейкового контенту під час виборів.

Також на національному рівні діють Центри протидії дезінформації у Чехії, Словаччині та Польщі [19].

Ключову роль у протидії російській пропаганді відіграє East StratCom Task Force. Це підрозділ Європейської служби зовнішніх справ, який був створений ще у 2015 році для оперативної реакції на зростаючу хвилю дезінформаційних кампаній РФ [22]. Його основними функціями є:

1. Створення позитивного іміджу Європейського Союзу та протидія дезінформативним операціям;

2. Ефективна комунікація та просування політики Союзу в площині Східного партнерства;

3. Загальний розвиток медійного простору, в тому числі сприяння незалежності ЗМІ;

4. Вдосконалення механізмів передбачення та протидії дезінформації;

Головною ініціативою групи є платформа EUvsDisinfo, яка збирає та систематизує випадки російського пропагандистського впливу. Окрім того, її діяльністю є проведення регулярних аналітичних брифінгів для урядових, громадських та журналістських структур, реалізація освітніх проєктів та організація кампаній із медіаграмотності громадян ЄС [83]. EUvsDisinfo також

співпрацює із національними центрами кібербезпеки та правоохоронними органами для швидкого реагування на стрімкі хвилі дезінформації.

Діяльність платформи є важливим інструментом для підвищення суспільної обізнаності та забезпечення прозорої атрибуції інформаційних атак. Зокрема, саме EUvsDisinfo однією з перших детально описала російську операцію «Doppelganger», під час якої створювалися клони сайтів провідних європейських медіа для поширення проросійських інтересів [87]. Варто розуміти, що поширення розслідувань російського впливу на європейський медіапростір допомагає формувати доказову базу для подальшого прийняття політичних рішень, включно із запровадженням санкцій.

Для посилення координації і розвитку дослідницької діяльності у 2018 році була створена Європейська обсерваторія цифрових медіа (EDMO). EDMO є незалежною організацією, яка об'єднує фактчекерів, медіадослідників та експертів із медіаграмотності з усієї Європи [37].

Мережа складається із центрального хабу та національних та регіональних філій. Наприклад, у Німеччині та Австрії GADMO, у Франції - DEFACTO. Вони проводять специфічні розслідування, аналізують дезінформаційні тенденції на місцевому рівні. EDMO відіграє ключову роль у підтримці незалежного фактчекінгу та розробці методологій для виявлення маніпуляцій.

Також вони сприяють співпраці між дослідниками та платформами. Наприклад, за допомогою EDMO фактчекери отримують доступ до інструментів моніторингу та верифікації, що значно підвищує їх спроможність оперативно реагувати на нові пропагандистські кампанії.

Соціальні мережі, які стали основним простором для поширення російської дезінформації, водночас є ключовою ареною для протидії їй. Зокрема, в рамках європейського законодавства, провідні онлайн-платформи розробили та впровадили низку механізмів для боротьби з інформаційними маніпуляціями.

Їх заходи можна умовно поділити на кілька основних напрямів: модерація контенту, протидія скоординованим операціям, підвищення прозорості та співпраця із незалежними фактчекерами.

Модерація контенту є одним із основних інструментів протидії російській пропаганді. Вона поєднує автоматизовані системи на основі штучного інтелекту та самостійною перевіркою модераторів. Наприклад, після повномасштабного вторгнення в Україну були заблоковані офіційні акаунти RT та Sputnik. На YouTube було видалено тисячі каналів і десятки тисяч відео проросійського характеру. Окрім того, Meta почала маркувати усі публікації від російських державних ЗМІ.

Однак ефективність модерації контенту має суттєві проблеми. Алгоритми соціальних мереж часто не в змозі розпізнати тонкі маніпуляції, які використовуються для прихованого впливу.

Російські пропагандисти швидко пристосовуються та поширюють дезінформацію через «незалежних» лідерів думок, коментарі під популярними дописами або використовують візуальний контент, що гірше піддається аналітиці. Крім того, все ще існує мовна проблема, адже системи модерації значно ефективніше працюють з англомовним контентом. Тоді як публікації менш поширеними мовами країн ЄС залишаються без належної уваги.

Ще одним важливим напрямом протидії платформ є боротьба із «скоординованою неавтентичною поведінкою». До прикладу Meta активно працює над виявленням та видаленням мереж фейкових акаунтів. Також вона регулярно публікує звіти про викриття таких масштабних мереж, які пов’язані із Росією.

Операції із використанням фейкових акаунтів часто використовуються для дискредитацій урядів країн ЄС, підриву підтримки України та розпалювання соціальних конфліктів. Найбільшою проблемою є те, що на місці видалених

мереж швидко з’являються нові, які використовують ще більш витончені методи для приховування своєї діяльності.

Платформа X після зміни власника у 2022 році стала головною мішенню для російських пропагандистів [1]. Це пояснюється тим, що керівництвом було суттєво скорочено команди модераторів контенту та боротьби із дезінформацією. Також було відновлено акаунти, які вже блокувалися раніше за поширення російської пропаганди. Цей випадок підкреслює, що ефективність протидії пропаганді значною мірою залежить від політики конкретної платформи.

Важливим аспектом також є підвищення прозорості. З цією метою платформи запровадили спеціальне маркування акаунтів, що належать державним ЗМІ. Це дозволяє користувачам краще розуміти походження джерела інформації та ідентифікувати спроби політичного впливу. Тим не менш, пропагандисти часто обходять ці заходи, поширюючи рекламу через посередників або ботів.

Також відбувається активний розвиток політики щодо штучного інтелекту. Зі зростанням загрози масового поширення діпфейків платформи розпочали впровадження специфічних правил. Зокрема, вони вимагають маркування контенту, який створений за допомогою штучного інтелекту. TikTok та Meta запровадили інструменти, які дозволяють авторам позначати публікації ШІ. Окрім того, розробляються технології для автоматичного виявлення такого контенту, який вводить в оману та може нанести шкоди. Цей аспект є новим і швидко розвивається, тож політики платформ повинні постійно адаптовуватися до нових технологій.

Тим не менш, окремим викликом є платформа Telegram. У ній діє політика мінімального втручання, що зробило її сприятливим середовищем для дії російської пропаганди. Європейське регулювання Telegram є обмеженим.

Платформа ще досі не визнана VLOP, тому офіційно не повинна виконувати певні зобов’язання DSA щодо модерації контенту в публічних

каналах та дотримання прозорості [56]. Тож основна діяльність російських пропагандистів відбувається у закритих групах, доступ до яких все ще залишається проблемою.

Ще одним фундаментальним аспектом протидії соціальних мереж є співпраця із фактчекінговими організаціями. Так фактчекери позначають певні дописи як неправдиві, внаслідок чого платформи знижують її видимість у стрічці користувачів та додають попередження із посиланням на спростування.

Такий підхід довів свою особливу ефективність у зниженні масовості поширення відвертої брехні. Але і тут є певні недоліки. Насамперед, спростування з'являється вже після того, як дезінформація встигла охопити певну частку аудиторії. Крім того, масштаби поширення фейків значно перевищують можливості мережі фактчекерів. Тож хоч соціальні мережі і впровадили значну кількість інструментів для боротьби з російською дезінформацією, їх ефективність все ще залишається обмеженою.

Невід'ємною частиною європейського підходу є інвестиція у медіаграмотність суспільства. Європейська комісія та національні уряди підтримують безліч проєктів, які спрямовані на навчання громадян навичкам критичного мислення. Європа розуміє, що найбільш ефективним захистом від дезінформації є добре проінформований та критично налаштований користувач.

Отже, протидія російські дезінформації в інформаційному просторі ЄС є складним та багатовимірним завданням, що вимагає комплексного підходу та постійної адаптації. Європейський Союз розробив одну з найпрогресивніших систем протидії інформаційним викликам. Вона поєднує нормативно-правове регулювання, інституційні зусилля та залучення сучасних технологічних розробок. Проте ефективність цієї багатокомпонентної системи стикається з низкою викликів, які пов'язані із швидкою еволюцією пропагандистських тактик.

Ключовим елементом європейської стратегії є створення потужної законодавчої бази, зокрема Акту про цифрові послуги та удосконаленого Кодексу

практики щодо дезінформації. Це перетворило добровільні зобов'язання онлайн-платформ на обов'язкові вимоги. Водночас було створено інституційні ініціативи, такі як EUvsDisinfo, які відіграють важливу роль у моніторингу, аналізі та викритті проросійської діяльності [82].

Водночас аналіз протидії самих соціальних мереж свідчить про досить неоднозначні результати. З одного боку, платформи демонструють готовність до співпраці з ЄС у безпековому вимірі та впроваджують механізми блокування державних пропагандистських каналів, маркування контенту та співпраці з фактчекерами. З іншого ж боку, ефективність цих заходів часто є обмеженою та низькою.

Загалом, аналіз ефективності показує, що вжиті контрзаходи ускладнили діяльність російської дезінформації, але не змогли повністю зупинити її у європейському просторі. Основні вразливості полягають у здатності пропагандистів швидко адаптуватися до модераційних заходів, використовуючи більш приховані методи впливу.

3.3 Перспективи розвитку механізмів захисту інформаційного простору ЄС

Розвиток механізмів захисту цифрового простору Європейського Союзу є динамічним та безперевним процесом, який вимагає постійної адаптації до сучасних технологічних викликів. Хоч існуюча система протидії заклала міцний фундамент, майбутнє інформаційної безпеки залежить від здатності Союзу протидіяти дедалі складнішим загрозам. Сучасні виклики, з якими стикається ЄС у цифровому вимірі, можна умовно поділити на технологічні, стратегічні та регуляторні. Тож для розробки ефективних механізмів захисту потрібно усвідомлювати їх специфіку.

Одним із найсерйозніших викликів є стрімкий розвиток технологій, зокрема штучного інтелекту та споріднених з ним інструментів. Ці технологічні

здобутки кардинально змінюють інформаційний ландшафт, дозволяючи створювати надзвичайно реалістичний, але фейковий контент у великих масштабах. Якщо раніше створення якісних фейків вимагало значних ресурсів та спеціальних навиків, то сьогодні генеративні моделі дозволяють будь-кому створювати переконливі фото- та відеоматеріали, які важко відрізнити від реальних.

Загроза від діпфейків є багатогранною. Вони можуть бути використані для дискредитації політичних діячів, поширення фейкових новин для створення панічних настроїв та фабрикації доказів. Російські пропагандисти вже додали технології штучного інтелекту до свого інструментарію.

Було зафіксовано випадки поширення діпфейк-відео, де політичні діячі роблять відверто проросійські заяви. У 2022 році пропагандисти просували відео з Президентом України Володимиром Зеленським, який нібито закликав українських військових скласти зброю [25]. Якість цього фейку була досить низькою, тож його швидко спростували. Тим не менш, у близькому майбутньому досконаліші версії такого контенту можуть завдати значно більшої шкоди, особливо у кризові періоди.

Ще одною сучасною технологічною проблемою є зростаюча фрагментація цифрового простору та міграція користувачів у зашифровані месенджери. Великі платформи, такі як Facebook чи YouTube, почали регулюватися європейським законодавством та зобов’язані впроваджувати механізми модерації. Проте популярні месенджери, наприклад Telegram, все ще є простором для безперешкодної діяльності російських пропагандистів. Його політика модерації є слабкою, а структура публічних каналів дозволяє швидко поширювати контент на велику аудиторію. Зашифрований характер комунікації в таких додатках ускладнює якісний моніторинг та аналіз проросійських дезінформаційних кампаній.

У відповідь на теперішні виклики Європейський Союз розробляє нові комплексні ініціативи, які спрямовані на створення більш активної та багатошарової системи захисту [4]. Вони виходять за межі простої модерації контенту. Головним напрямом діяльності є розбудова системної стійкості до інформаційних маніпуляцій.

Однією із найважливіших та найперспективніших програм є «Щит європейської демократії» (European Democracy Shield), анонсований як ключовий компонент ширшого «Пакета із питань захисту демократії» [27]. Ця ініціатива позначає цілісний перехід від короткострокових реакцій до більш стратегічного формування комплексної екосистеми, яка гарантує безпеку цифрового простору.

Потенціал програми полягає в її багатокомпонентній структурі. Перш за все, вона передбачає створення удосконалених механізмів для виявлення та аналізу російських інформаційних маніпуляцій. Це також включає розбудову системи для моніторингу відкритих джерел, аналізу популярних наративів та викриття пропагандистських операцій до того, як вони охоплять велику аудиторію.

Також ініціатива робить значний акцент на підтримці незалежних медіа та фактчекінгових організацій, усвідомлюючи їх ключову роль у протидії пропаганді. Це може включати фінансову підтримку, надання доступу до даних платформ для проведення досліджень та створення спільних інструментів для оперативного спростування фейків.

Окрім того, Щит європейської демократії ставить за мету посилення суспільної стійкості через масштабні програми з медіаграмотності. Ця програма прагне інтегрувати навчання із медіаграмотності в національні освітні системи на всіх рівнях. Мета полягає не лише у вмінні громадян розпізнавати фейки, а і у розвитку критичного мислення та чіткого розуміння механізмів роботи цифрового середовища.

Успішна реалізація цієї ініціативи може значно знизити вразливість європейського соціуму до російських маніпуляцій, створивши «колективний імунітет» до дезінформації. Варто розуміти, що розвиток цієї програми є довгостроковою інвестицією. Тим не менш, вона є критично важливою, адже жодні технологічні чи регуляторні заходи не будуть повністю ефективними без освітньої бази громадян.

Окрім внутрішніх ініціатив, ключовою перспективою є поглиблення міжнародної співпраці. Російська пропаганда є глобальною загрозою, для якої неважливі національні кордони, а її поширення відбувається через транснаціональні мережі. Тому ефективна протидія вимагає спільних скоординованих зусиль з демократичними партнерами. Ця співпраця може розвиватися у кількох стратегічних напрямках [48].

Першим є обмін розвідувальними даними та практиками. Спецслужби та аналітичні центри демократичних країн можуть обмінюватися інформацією про виявленні російські операції, їх тактики та цілі. Це дозволяє швидше реагувати на загрози та розробляти спільні стратегії протидії.

Другий напрям це гармонізація регуляторних підходів. ЄС є лідером у регулюванні діяльності платформ завдяки DSA, тим не менш, розбіжності у законодавствах різних країн створює додаткові вразливості. Тож спільна робота над розробкою міжнародних правил для платформ може створити більш уніфіковане та передбачуване глобальне регуляторне середовище. Так платформи будуть змушені застосовувати однакові стандарти безпеки в усіх регіонах та дотримуватися високих стандартів у кожному із них.

Третій фундаментальний напрям міжнародної співпраці це спільна розробка та просування демократичних норм у цифровому просторі. Авторитарні режими активно просувають власне бачення глобального Інтернету. Вони прагнуть до створення фрагментованого, цензурованого та контрольованого простору. Демократичний світ має запровадити свою альтернативу, яка буде

базуватися на відкритому, вільному та безпечному Інтернет-просторі. Це включає спільну позицію щодо таких питань як свобода слова, приватність даних та управління Інтернетом.

Організації, зокрема Open Government Partnership, працюють над об'єднанням урядів та громадянського суспільства навколо цих цінностей. Тож організація визнає, що демократична стійкість є найкращим захистом від цифрових загроз [62]. Таким чином, поєднання внутрішніх ініціатив з глибокою і різносторонньою міжнародною співпрацею є ключовою умовою для створення ефективної системи захисту інформаційного простору ЄС.

Стрімкий технологічний розвиток як і створює додаткові загрози, так і пропонує потужні інструменти для захисту. Однією із найперспективніших галузей є використання штучного інтелекту для виявлення та аналізу маніпулятивного контенту. Цей напрям розвитку є критично важливим для захисту сучасного цифрового простору. Майбутні системи захисту будуть значною мірою покладатися на складні алгоритми машинного навчання, які зможуть в режимі реального часу аналізувати величезні об'єми даних і вчасно виявляти аномалії.

Наприклад, зараз вже розробляються та впроваджуються інструменти на основі ШІ, які здатні ідентифікувати використання діпфейк-контенту. Ці системи аналізують відхилення у міміці, морганні очей або певні невідповідності у звуковій доріжці, які є непомітними для людського ока, але можуть бути виявлені алгоритмами.

Також ШІ може бути використаний для аналізу поведінки в соціальних мережах з метою виявлення скоординованої неавтентичної поведінки. Алгоритми можуть аналізувати певні закономірності одночасної публікації однакових повідомлень з різних акаунтів, особливу активність у певний час доби або масове використання однакових хештегів. Тож це дозволяє ще на ранніх етапах виявляти

мережі ботів та тролів, які використовуються для посилення пропагандистських наративів.

Також перспективним напрямом є розробка універсальних стандартів для маркування контенту, який згенерований ШІ. У тому числі впровадження цифрових водяних знаків або криптографічних підписів, які вбудовуються у візуальний матеріал під час його створення. Такий підхід дозволив би платформам і користувачам автоматично ідентифікувати контент, який вироблений із допомогою генеративних моделей. Тож це сприяло би підвищенню прозорості інформаційного середовища.

Проте жодні технологічні рішення не можуть бути абсолютно надійними, тому водночас з їх розвитком необхідно посилювати інший, не менш важливий напрям захисту. Ним є розбудова суспільної стійкості через впровадження освітніх програм та підвищення медіаграмотності. Довгострокова мета полягає у тому, щоб зробити громадян Європейського Союзу менш вразливими до інформаційних маніпуляцій. Європейська Комісія визнає цей напрям пріоритетним для Союзу та підтримує численні проєкти, що спрямовані на розвиток медіаграмотності.

Майбутні освітні програми мають бути більш інтегрованими та систематичними. Тобто це означає, що медіаграмотність має стати не окремим курсом для самостійного вибору, а обов’язковим для вивчення.

Окрім формальної освіти, важливу роль відіграють програми для більш старшої аудиторії та людей похилого віку, які є більш вразливими до впливу дезінформації. Прикладом такої успішної ініціативи є Європейський тиждень медіаграмотності, протягом якого проводяться сотні заходів на всій території Європейського Союзу , які спрямовані на підвищення обізнаності про важливість критичного мислення.

Важливим компонентом освітніх програм є також підтримка незалежних фактчекінгових організацій, які не лише спростовують фейки, а й створюють освітні матеріали, які пояснюють методи маніпуляцій.

Розробка довгострокових стратегій захисту інформаційного простору ЄС вимагає виходу за межі поточних кризових заходів і зосередження особливої уваги на розбудові стійкої екосистеми, здатної протистояти майбутнім загрозам. Цей підхід передбачає глибоку інтеграцію нових технологій у регуляторні рамки, системну підтримку незалежних медіа та активне залучення громадян до процесів моніторингу та протидії. Варто розуміти, що інформаційна безпека залежить не тільки від здатності блокувати окремі фейки, а від спроможності створити середовище, в якому інформаційні маніпуляції стають суспільно неприйнятними.

Одним із ключових довгострокових напрямів є адаптація та розвиток регуляторної бази до нових технологічних реалій. Поява ШІ вимагає не просто удосконалення існуючих правил, а розробки абсолютно нових підходів до регулювання. Європейський Акт про штучний інтелект вже закладає основи для такого підходу, класифікуючи системи ШВ за рівнем загрози. Також він встановлює жорсткі вимоги для тих, що можуть становити загрозу для суспільства [24]. У майбутньому положення AI Act та DSA мають інтегруватися у єдину нормативну систему, яка регулюватиме поширення контенту та інструменти його створення.

Підтримка незалежних якісних медіа є важливою складовою довгострокової стратегії ЄС. Сильні та стабільні ЗМІ є ефективним методом протидії дезінформації, оскільки вони надають суспільству надійну та перевірену інформацію. Тим не менш, в сучасну епоху традиційні медіа стикаються з кризою бізнес-моделей, адже рекламні доходи переважно йдуть до великих технологічних компаній.

Тож усвідомлюючи цю проблему, Європейський Союз розробляє механізми для підтримки медіа-плюралізму. Європейських акт про свободу медіа спрямований на захист журналістів від політичного тиску, забезпечення прозорості власності ЗМІ [75]. У майбутньому підтримка може включати грантову систему для інноваційних медіа-проєктів та податкові пільги для видань, що дотримуються високих журналістських стандартів.

Не менш важливою є роль громадянського суспільства у створенні стійкої системи захисту. Громадські організації, волонтерські ініціативи та окремі активісти часто є більш успішними у виявленні нових загроз, аніж державні структури. Вони запускають власні розслідування, розробляють освітні матеріали, створюють інструменти фактчекінгу та мобілізують громадян для протидії дезінформації. Тож довгострокова стратегія ЄС повинна передбачати не лише фінансову підтримку, а й їх інституційну інтеграцію в загальну систему безпеки.

Окрім того, довгострокова перспектива вимагає зміни підходу до санкційної політики щодо акторів дезінформації. Варто не лише блокувати канали дезінформації, а і розробити механізми, які би вражали фінансову та логістичну інфраструктуру пропаганди. Це може включати санкції проти рекламних агенств та PR-кампаній, які свідомо обслуговують дезінформаційні кампанії.

Також довгострокова стійкість неможлива без зміни самої архітектури цифрового простору. Сучасна бізнес-модель більшості платформ базується на максимізації залучення користувачів через специфічні алгоритми, які часто надають перевагу сенсаційному та емоційному контенту. Довгострокова мета регуляторної політики ЄС має полягати в тому, щоб стимулювати перехід до більш екологічних моделей, які визначають пріоритетним завданням не максимальне залучення аудиторії, а добробут користувачів та якість інформації.

Це складне завдання, що вимагає радикальних змін у самій основі цифрової економіки. Тим не менш, це забезпечить ефективну боротьбу із першопричиною проблеми, а не її наслідками. Тож поєднання адаптивного регулювання, підтримки якісних засобів масової інформації та залучення громадянського суспільства створює основу для перспективної стратегії, що може забезпечити стійкість цифрового простору ЄС до майбутніх викликів.

Аналіз перспектив розвитку надійних механізмів інформаційного простору Європейського Союзу демонструє складну та багатовимірну картину. З одного боку, ЄС продемонстрував себе глобальним лідером у розробці інноваційних регуляторних підходів (Акт про цифрові послуги та Акт про штучний інтелект). Вони закладають міцну основу для більш відповідального та прозорого цифрового середовища. З іншого боку, швидкість технологічного розвитку та адаптивність пропагандистів створюють щоразу нові виклики, які вимагають безперевного розвитку стратегій захисту.

Боротьба із дезінформацією переходить у нові, технологічно складнішу фазу. Поява штучного інтелекту та використання діпфейк-матеріалів кардинально змінює звичний поряд, адже уможливлює створення і поширення високоякісного маніпулятивного контенту у величезних масштабах.

Водночас посилення фрагментації інформаційного простору та активна міграція користувачів на менш регульовані комунікаційні платформи, зокрема Telegram, створюють своєрідні «сліпі зони» для регуляторних інституцій, що ускладнює моніторинг і контроль за поширенням дезінформаційних потоків.

Тож в умовах зростання гібридних викликів Європейському Союзу необхідно акцентувати увагу на розвитку технологічних засобів, що забезпечують системний та проактивний захист. Це включає інвестиції у дослідження та розробку інструментів на основі штучного інтелекту, які би могли оперативно та якісно виявляти маніпуляції. А також просування універсальних стандартів

введення цифрових водяних знаків, які би маркували ШІ-контент, для усіх великих платформ.

Аналіз таких ініціатив, як «Щит європейської демократії», підкреслює глибоке усвідомлення того, що ефективний захист вимагає комплексного підходу. Глибшого, аніж звичайна модерація контенту. Майбутнє полягає в розбудові суспільної стійкості до сучасних цифрових викликів.

Тож Європейський Союз має здійснити перехід від поодиноких проєктних ініціатив до системної інтеграції медіаграмотності у всі сфери суспільного життя, перетворивши її на невід'ємний елемент громадянської культури та освіти. Також підтримка незалежних медіа та фактчекінгових організацій має розглядатися не як допоміжний захід, а як стратегічна інвестиція в національну безпеку.

Дезінформація є глобальною проблемою, яка вимагає такої ж відповіді. Ефективність дій Європейського Союзу буде обмеженою без тісної співпраці з іншими демократичними партнерами. Спільна координація зусиль має включати створення постійних механізмів для обміну даними про інформаційні загрози, гармонізацію регуляторних підходів до онлайн-платформ та розробку демократичних стандартів для управління новими технологіями.

Звіт Global Risks Report 2024 зауважує критичну необхідність кібербезпеки в сучасному світі. Також зазначається, що теперішні складні кіберзагрози вимагають міжнародної координації для ефективної протидії [19].

Довгостроковий успіх залежить від усунення глибинних причин проблеми, а не лише її наслідків. Бізнес-моделі більшості цифрових платформ побудовані на залученні максимальної уваги аудиторії. Такий підхід стимулює активне поширення контенту, який викликає яскраві емоції, провокує суперечки та розколює суспільство. Тож алгоритми соціальних мереж стають ідеальним інструментом для маніпуляцій і пропаганди. Тому регуляторна політика ЄС має бути орієнтована на переосмислення цифрової архітектури, забезпечуючи баланс між технологічним розвитком і суспільною відповідальністю, де пріоритет

надається публічному благу, а не комерційній вигоді. Це може включати впровадження вимог до прозорості алгоритмів та глибшого дослідження моделей цифрової економіки.

Отже, перспективи захисту інформаційного простору Європейського Союзу залежать від здатності поєднати жорстке та адаптивне регулювання, сучасні технологічні розробки, системні освітні програми та глибоку міжнародну співпрацю. Протидія російському впливу у соціальних мережах є безперевною боротьбою, у якій не існує остаточного завершення, а лише постійний процес адаптації, переосмислення та нарощування стійкості.

Розбудовуючи систему захисту на технологічному, суспільному й інституційному рівнях, ЄС не просто зміцнює власну демократію, а й утверджує світові стандарти безпечного та вільного інформаційного простору.

Висновки до розділу 3

Протидія російському маніпулятивному впливу в інформаційному просторі Європейського Союзу є одним із найскладніших та найважливіших викликів для сучасної європейської безпеки. Інформаційна війна, яку веде Російська Федерація, є не лише поширенням окремих дезінформаційних кампаній, а системною і довгостроковою стратегією.

Вона ставить за мету підрив довіри до демократичних інститутів, поляризацію суспільства та послаблення європейської єдності. У відповідь ЄС розроби багатогранну систему захисту, яка поєднує законодавчі, технологічні, інституційні та суспільні ініціативи. Тим не менш, ефективність цієї системи випробовується щоразу новими загрозами.

Аналіз сучасних викликів свідчить про якісно новий рівень цифрового протистояння. Стрімкий розвиток технологій, зокрема інструментів штучного інтелекту, зумовив якісну зміну структури дезінформаційного простору. Масове виробництво реалістичного та високоякісного фальсифікованого контенту

створює безпрецедентний рівень загрози. За допомогою ШІ пропагандисти вдаються до дискредитації політичних діячів та сіяння панічних настроїв. Окрім того, сучасні інструменти дозволяють їм автоматизувати створення цілих мереж ботів, які здатні повністю імітувати людську поведінку та маніпулювати суспільною думкою у соціальних мережах.

Водночас відбувається певна фрагментація інформаційного простору. Пропагандисти зосереджуються на менш регульованих модерацією платформах, що значно ускладнює їх моніторинг та нейтралізацію. Тож ці технологічні зміни вимагають від Європейського Союзу не лише вчасної протидії, а й здатності прогнозувати та випереджати можливі загрози.

Досвід Європейського Союзу у протидії дезінформації в соціальних мережах є прикладом прагнення встановити баланс між свободою цифрових платформ і необхідністю їхнього демократичного контролю. Запровадження Акту про цифрові послуги (DSA) та удосконаленого Кодексу практики щодо дезінформації стало революційним кроком, який перетворив добровільні зобов'язання соціальних мереж на юридично обов'язкові вимоги.

Це змусило медіагігантів вкладати значні ресурси в належну модерацію контенту та підвищення прозорості. Блокування російських державних ЗМІ, маркування пропагандистських акаунтів та співпраця із фактчекерами, безперечно, створили труднощі для поширення російської пропаганди. Проте в процесі було виявлено низку системних вразливостей.

По-перше, реакція на інформаційні атаки часто є запізнілою, адже спростування надходить уже після масштабного поширення фейкових наративів. По-друге, іншомовний контент часто залишається без належної уваги модераторів. По-третє, непослідовність політики окремих платформ може нівелювати усі загальні зусилля.

З огляду на ці виклики, перспективи розвитку механізмів захисту цифрового простору ЄС спрямовані на створення комплексної та стійкої системи.

Майбутні перспективи полягають не лише в удосконаленні регуляторних рамок, а й у побудові багаторівневого захисту. Одним із ключових напрямів є використання штучного інтелекту для протидії дезінформаційним кампаніям. Також впровадження стандартів автентичності контенту та посилення кібербезпеки.

Довгострокова стійкість до дезінформації може бути досягнута лише через масштабні та стратегічні інвестиції в медіаграмотність населення. Такі ініціативи, як «Щит європейської демократії», свідчать про глибоке розуміння необхідності поєднувати технологічні рішення із освітніми програмами та підтримкою незалежних медіа.

Дезінформація є глобальною проблемою, яка вимагає спільних зусиль. Поглиблення співпраці із демократичними партнерами, гармонізація регулятивних підходів та спільне просування демократичних цінностей у цифровому просторі є головними пріоритетами. Це протистояння є не лише інформаційною боротьбою, а і відстоюванням фундаментальних принципів Європейського Союзу.

Отже, протидія російській пропаганді у медіапросторі ЄС є безперервним процесом, який вимагає постійної адаптації та еволюції. Наявна нормативно-правова та інституційна база є міцним фундаментом. Проте майбутній успіх протидії російським загрозам залежить від здатності Союзу бути гнучким, технологічно розвиненим та орієнтованим на формування свідомого суспільства. Тільки інтегрований підхід, що поєднує відповідне регулювання, технології та міжнародну взаємодію може гарантувати стабільність європейського інформаційного середовища.

ВИСНОВКИ

Дослідження дозволяє зробити комплексні висновки щодо використання соціальних мереж як ключового інструменту впливу російської пропаганди на населення Європейського Союзу. Було підкреслено, що російська інформаційна війна є цілеспрямованою стратегією, яка спрямована на дестабілізацію європейської демократії, посилення поляризації та підрив єдності ЄС.

Соціальні мережі, завдяки своїм унікальним алгоритмам, стали ідеальним середовищем для реалізації пропагандистських завдань Росії. Саме у цифровому просторі, де інформація поширюється із безпрецедентною швидкістю, а межа між правдою та брехнею стає дедалі розмитою, Москва сприятливо адаптує наративи до різних соціальних груп та політичних контекстів.

Було встановлено, що російська пропаганда є складним гібридним явищем. Вона поєднує елементи як традиційних пропагандистських технік, так і інноваційних механізмів. Її ключовими рисами є багатоканальність, адаптивність та особлива емоційна насиченість. Вона апелює до існуючих суспільних упереджень та страхів, посилює соціальні розколи.

Маніпуляція емоціями, що використовує інстинктивні реакції на страх та гнів, дозволяє пропаганді вкорінюватися значно швидше, аніж раціональні інформаційні повідомлення. Російські наративи, які побудовані для розпалювання суперечностей, працюють не так з фактами, як саме із емоційними тригерами. Тим самим, вони підштовхують користувачів соціальних мереж до поляризації та розколу в оцінці суспільно-політичних подій.

Дослідження механізмів впливу кремлівської пропаганди у соціальних мережах продемонструвало широкий арсенал методів для досягнення своїх цілей. Головним елементом пропагандистської стратегії є використання мереж ботів та тролів, які штучно підсилюють проросійські наративи у європейському медіапросторі. Окрім того, вони намагаються дискредитувати образ

демократичних політичних діячів та підірвати довіру населення до національних урядів.

Такі цифрові «армії» створюють ілюзію масовості думок, які насправді є результатом ефективних технічних маніпуляцій. Вони можуть імітувати політичні дебати, штучно зміщувати акцент уваги у бік вигідних для Кремля думок. Такі операції мають мультиплікативний ефект. Користувачі, які стають жертвами інформаційної пастки, несвідомо є частиною системи пропагандистського поширення.

Інформаційні операції підкріплюються використанням таргетованої реклами, яка дозволяє впливати на конкретну, найбільш вразливу аудиторію. Важливу роль також відіграє поширення коспірологічних теорій, фейкових новин, створення переконливих діпфейків.

Це підтверджує аналіз конкретних випадків російського впливу на європейську суспільну думку під час кризових етапів. Російська пропаганда майстерно використовує існуючі проблеми для поглиблення поляризації та підриву довіри до демократичних процесів.

Багато із цих технік беруть за основу психологічні закономірності. Наприклад, схильність людей довіряти простим поясненням складних подій та несвідома тяга до сенсаційної та емоційної інформації.

Ці психологічні особливості людської свідомості дозволяють пропаганді швидко проникати у локальні медіа спільноти та створювати інформаційні «бульбашки», у яких альтернативна точка зору поступово витісняється масовою. Такі методи стають особливо ефективними під час суспільних криз, таких як міграція, пандемія COVID-19, енергетична залежність чи вибори. Саме під час таких процесів суспільство стає більш вразливим до інформаційних атак.

Соціальні мережі стали не лише каналом для поширення російських маніпуляцій, а й активним учасником інформаційних операцій. Їх бізнес-моделі засновані на максимальному залученні користувачів, а алгоритми найактивніше

просувають сенсаційний та емоційний контент. Ці фактори створили сприятливе середовище для вірусного поширення російської дезінформації. Тож боротьба з пропагандою вимагає не лише протидії самому російському впливу, а і зміни самої архітектури цифрового простору.

Усвідомлення того, що системні недоліки роботи найбільших соціальних мереж стають каталізатором зовнішнього втручання, є ключовим для формування нової політики цифрової безпеки в Європейською Союзі. Алгоритмічна економіка взаємодії побудована на монетизації уваги, тож це сприяє поширенню шкідливого контенту. Це створює значні виклики, яким неможливо протистояти лише шляхом модерації. Для ефективної протидії потрібні фундаментальні технологічні та нормативні реформи, які спрямовані на зменшення вразливостей у цифрових комунікаціях.

У відповідь на сучасні загрози Європейський Союз розробив комплексну систему протидії. Запровадження Акту про цифрові послуги та покращення Кодексу практики щодо дезінформації стало значним кроком у встановлені юридичних зобов’язань для медіаплатформ.

Ці заходи змусили медіагігантів впроваджувати більш жорстку політику модерації, блокувати державні російські ЗМІ та співпрацювати із фактчекінговими організаціями. Тим не менш, європейський досвід підкреслив вразливі місця. Такими є повільна реакція на дезінформативний контент, погана модерація публікацій іноземними мовами та проблема міграції пропагандистів на менш регульовані платформи.

На окрему увагу заслуговує ще один аспект. Ним є трансформація самої природи інформаційних загроз у контексті стрімкого технологічного розвитку. Соціальні платформи все частіше виступають не лише як канали поширення дезінформації, а як цілі екосистеми, у яких інформаційні атаки здатні швидко набувати нових форм.

Російські стратегії, які ще кілька років тому брали за основу масове поширення фейків, зараз доповнюються технологіями, які дозволяють моделювати соціальну поведінку та точніше підбирати інструменти впливу. Тож тут особливого значення набуває розуміння алгоритмічної логіки платформ і сучасних механізмів, які формують теперішні інформаційні потоки.

Важливим аспектом є також те, що швидкість поширення дезінформації значно перевищує її спростування. Це створює нерівні умови для захисту. Попри значні зусилля, інформаційний простір ЄС продовжує залишатися вразливим через відсутність спільних стандартів реагування на загрози та недостатню співпрацю між державами-членами. Ці слабкі місця часто використовуються російськими пропагандистами, які спрямовують свої зусилля на країни із високим рівнем внутрішньої політичної напруги, де громадська думка легше піддається маніпуляції.

Виявлені недоліки свідчать про те, що нормативні інструменти мають бути доповнені інтелектуальними, технологічними та освітніми діями, які були б здатні забезпечити сталий захист у довгостроковій перспективі. Союз поступово усвідомлює нагальну потребу у створенні багаторівневої системи реагування. Тобто від автоматизованого виявлення інформаційний атак, то розбудови національних центрів із медіаграмотності. Обидва аспекти мають працювати синергійно та робити європейський інформаційний простір більш стійким до зовнішніх чинників.

На основі отриманих результатів можна зробити висновок, що ефективна протидія російській пропаганді вимагає цілісного та багаторівневого підходу. Вона має поєднувати жорстке, але гнучке регулювання. Європейський Союз повинен використовувати технології штучного інтелекту і своїх інтересах захисту. Також необхідно системні освітні ініціативи та підтримувати активну міжнародну співпрацю.

Особливого значення набуває співпраця із глобальними технологічними компаніями. Без їх залучення європейські регуляції можуть втрачати свою ефективність. Також варто наголосити на формуванні культури критичного мислення. Це є стратегічною інвестицією, яка дозволятиме протистояти інформаційним атакам і у майбутньому.

Варто розуміти, що це не тимчасова кампанія, а довгострокова боротьба за збереження демократичних цінностей та інформаційного суверенітету. Тільки створюючи стійку та свідому громадськість, підтримуючи якісну журналістику, та регулюючи соціальні мережі ЄС зможе ефективно захищати свій медіапростір від ворожого втручання.

У цьому контексті боротьба із російською пропагандою перетворюється на частину більш широкої стратегії оборони демократичних інститутів, яка охоплює культурну, інформаційну та політичну сфери. Ефективне поєднання цих елементів здатне забезпечити необхідний рівень стійкості для протистояння дедалі витонченішим гібридним загрозам.

Перспективним напрямом розвитку є інтеграція сучасних аналітичних систем на основі штучного інтелекту, які допоможуть вчасно виявляти інформаційні атаки та прогнозувати їх вплив і наслідки. Тож такі інструменти, в поєднанні із міжнародним партнерством, можуть стати фундаментом нового етапу цифрової безпеки у ЄС.

Дослідження підтверджує, що соціальні мережі залишатимуться ключовим полем інформаційного протистояння. Тому національні уряди, громадянське суспільство та наднаціональні інституції повинні діяти скоординовано та передбачати нові форми загроз. Лише завдяки всебічному усвідомленню природи дезінформації та застосуванню комплексних методів протидії можна створити стійкий цифровий простір, який здатний витримати виклики сучасної геополітичної боротьби.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Баловсяк Н. Тисяча й один виклик для X. Як сервіс мікроблогів перетворився на проблему для користувачів і регуляторів. *ДМ media sapiens.* 2024. URL: https://ms.detector.media/trendi/post/36179/2024-09-17-tysyacha-y-odyn-vyklyk-dlya-x-yak-servis-mikroblogiv-peretvoryvsya-na-problemu-dlya-korystuvachiv-i-regulyatoriv/ (дата звернення: 15.06.2025).

2. Вейкфілд Д. Українська журналістка розповіла про «розіп'ятого хлопчика» на TED. BBC News. 2018. URL: https://www.bbc.com/ukrainian/features-43723457 (дата звернення 01.07.2025).

3. Вовк С., Бадер А. Деконструкція іміджу Російської федерації: механізми пропаганди та маніпуляцій. Наукові праці Міжрегіональної Академії управління персоналом. *Політичні науки та публічне управління*. 2024. С. 21–28. URL : https://journals.maup.com.ua/index.php/political/article/view/4559 (дата звернення: 15.09.2025).

4. Голуб'як І., Голуб'як Н. Політичні ініціативи ЄС для підтримки розвитку інформаційного суспільства. *Вісник Прикарпатського університету. Політологія.* 2024. Вип. 18. С. 92–100. URL: https://journals.pnu.if.ua/index.php/politology/article/view/147 (дата звернення: 12.05.2025).

5. Деркаченко Я. А. Соціальні мережі, як середовище для технологій маніпулятивного впливу. *Сучасний захист інформації*. 2016. № 1. С. 51–59. URL: https://journals.dut.edu.ua/index.php/dataprotect/article/view/531/493 (дата звернення: 18.09.2025).

6. Драбюк С. С. Пропаганда та її види. Шляхи протидії пропаганді. *Електронне наукове видання «Аналітично-порівняльне*

правознавство». Розділ VII. С. 153–157. URL: http://journal-app.uzhnu.edu.ua/article/view/258841/255602 (дата звернення 20.10.2025).

7. Дузяк В. Російська пропаганда у соціальних мережах: європейський досвід протидії. *Тези доповідей студентської наукової конференції Чернівецького національного університету ім. Юрія Федьковича.* 12-15 травня 2015 р. С. 124-125. URL: https://www.chnu.edu.ua/media/vjthzzqw/2025-fipmv.pdf (дата звернення: 15.09.2025).

8. Єланська Н. Як «соціальний рух» став одним із найбільш маргінальних в історії Франції. *Асоціація реінтеграції Криму.* 2023. URL: https://arcrimea.org/uk/investigations_ua/2023/05/15/yak-soczialnyj-ruh-stav-odnym-iz-najbilsh-marginalnyh-v-istoriyi-francziyi/ (дата звернення: 15.07.2025).

9. Єрмоленко А. «Русский мір» – ідеологія російського імперіалізму. URL: https://ekmair.ukma.edu.ua/items/4f574ce5-d6ac-47d9-84c0-13c4dbff0b3b (дата звернення: 20.07.2025).

10. Кодомасов А. Яблука розбрату: як Росія підтримує та інструменталізує протести фермерів у Європі. *Детектор медіа.* 2024. URL: https://ms.detector.media/propaganda-ta-vplivi/post/34237/2024-02-19-yabluka-rozbratu-yak-rosiya-pidtrymuie-ta-instrumentalizuie-protesty-fermeriv-u-ievropi/ (дата звернення: 15.08.2025).

11. Корольова Н. О., Грималюк А. М. Інтернет-мем, як феномен сучасного медіа дискурсу: стилістично-прагматичний аспект. *Folium.* 2023. № 1. С. 33–41. URL: https://doi.org/10.32782/folium/2023.1.5 (дата звернення: 15.06.2025).

12. Корчагіна О. В., Черепеня О. М. Інструменти Російської пропаганди: деякі аспекти сучасного бачення. *Матеріали круглого столу «Антиколоніальний дискурс...».* 2023. URL: https://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi76/0056499.pdf#page=29 (дата звернення: 19.10.2025).

13. Кучмій О., Фролова О. Використання соціальних медіа як інструменту сучасної гібридної війни. *Acta de Historia & Politica: Saeculum XXI.* 2023. С. 93–104. URL: https://ahpsxxi.org/index.php/journal/article/view/99/82 (дата звернення: 05.10.2025).

14. Лизанчук В. Просвітницька і маніпулятивна пропаганда в умовах нинішньої російсько-української війни. *Теле- та радіожурналістика*. 2018. Вип. 17. С. 22–51. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tir_2018_17_6 (дата звернення: 10.09.2025).

15. Лисянський П. Л., Саліхов А. Р., Ястребова В. А. Зовнішній вплив РФ на виборчі кампанії у інших країнах. *Регіональні студії*. 2024. С. 106–113. URL: https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/handle/lib/73174 (дата звернення: 15.09.2025).

16. Онкович А. Соцмережа Фейсбук та інформаційно-психологічні операції. *Український інформаційний простір*. 2021. С. 206–220. URL: http://ukrinfospace.knukim.edu.ua/article/view/233974/232625 (дата звернення: 20.10.2025).

17. Таран Є. Політика забезпечення інформаційної безпеки у США та ЄС: досвід для України. *Вісник Львівського університету*. Філос.-політолог. студії. 2019. Вип. 25. С. 170–175. URL: http://fps-visnyk.lnu.lviv.ua/archive/25_2019/25.pdf (дата звернення: 13.09.2025).

18. Тихомирова Є. ЄС: проєкти з протидії сфабрикованим новинам. *Суспільні комунікації*. 2019. С. 53–63. URL: https://relint.vnu.edu.ua/index.php/relint/article/view/90/90 (дата звернення: 18.05.2025).

19. Ткаченко О. та ін. Сучасні дослідження інформаційних впливів у соціальних мережах. *Електронне фахове наукове видання «Кібербезпека: освіта, наука, техніка».* 2025. № 3 (27). С. 121–140.

URL: https://www.csecurity.kubg.edu.ua/index.php/journal/article/view/716 (дата звернення: 14.08.2025).

20. Фірст О. «Кремлеботи» як інструмент російського впливу в світі. *Школа політичної аналітики*. Суми, 2025. URL: https://spa.ukma.edu.ua/news-and-events/kremleboty-iak-instrument-rosiyskoho-vplyvu-v-sviti/ (дата звернення: 02.10.2025).

21. Чак А. Феномен «кольорової революції» як політичного явища сучасності. *Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки.* 2018.
URL: https://www.researchgate.net/publication/343068582_Fenomen_kolorovoi_revolucii_ak_politicnogo_avisa_sucasnosti (дата звернення: 17.07.2025).

22. Як Євросоюз протидіє російській пропаганді. Міжнародний центр перспективних досліджень. 2021. URL: https://icps.com.ua/yak-vrosoyuz-protydi-rosiyskiy-propahandi/ (дата звернення: 16.10.2025).

23. 1st EEAS Report on Foreign Information Manipulation and Interference Threats. The Diplomatic Service of the European Union. 07.02.2023. URL: https://www.eeas.europa.eu/eeas/1st-eeas-report-foreign-information-manipulation-and-interference-threats_en (date of access: 15.07.2025).

24. AI Act. European Commision. URL: https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/regulatory-framework-ai (date of access: 20.08.2025).

25. Allyn B. Deepfake video of Zelenskyy could be «tip of the iceberg» in info war, experts warn. NPR. 2025. URL: https://www.npr.org/2022/03/16/1087062648/deepfake-video-zelenskyy-experts-war-manipulation-ukraine-russia (date of access: 20.10.2025).

26. Althusser L. *Idéologie et appareils idéologiques d'État*. 1970. URL: https://classiques.uqam.ca/contemporains/althusser_louis/ideologie_et_AIE/ideologie_et_AIE.pdf (дата звернення: 18.06.2025).

27. Bentzen N. BRIEFING European Commission initiative in preparation. European democracy shield. *European Parliamentary Research Service*. June 2025. URL: https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2025/775835/EPRS_BRI(2025)775835_EN.pdf (date of access: 13.10.2025).

28. Berger P. L., Luckmann T. The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge. Doubleday, 1966. URL: https://amstudugm.wordpress.com/wp-content/uploads/2011/04/social-construction-of-reality.pdf (date of access: 09.08.2025).

29. Bernays E. L. Propaganda. New York: Horace Liveright, 1928. URL: https://goodtimesweb.org/industrial%20policy/2014/PropagandaedwardBernays1928.pdf (date of access: 16.06.2025).

30. Bolt N., Stolze M., Haiden L., Althuis J. Understanding strategic communications. Riga: NATO StratCom COE, May 2023. URL: https://stratcomcoe.org/pdfjs/?file=/publications/download/Terminology-Report-No3-DIGITAL.pdf?zoom=page-fit (date of access: 17.08.2025).

31. Brief summary. 2024 Report on the Protection of the Constitution. Facts and Trends. *Federal Ministry of the Interior*. Berlin. URL: https://www.verfassungsschutz.de/SharedDocs/publikationen/EN/reports-on-the-protection-of-the-constitution/2025-06-brief-summary-2024-report-on-the-protection-of-the-constitution.pdf?__blob=publicationFile&v=6 (date of access: 20.10.2025).

32. Burdiak P., Monastyrskyi O., Tretyakov-Grodzevych O. EU's Telegram dilemma: the rise of unchecked influence. *EUvsDisinfo.* 2025. URL: https://euvsdisinfo.eu/eus-telegram-dilemma-the-rise-of-unchecked-influence/ (date of access: 15.07.2025).

33. Burke, K. A Rhetoric of Motives. *University of California Press*. 1969. URL: https://ia801500.us.archive.org/34/items/in.ernet.dli.2015.86560/2015.86560.A-Rhetoric-Of-Motives.pdf (date of access: 14.08.2025).

34. Canetta T., Danko V., Dukach Y. Sanctions do not work: Russian disinformation narratives about sanctions in the EU, in Ukraine, and in Russia itself. *EUvsDisinfo*. 2023. URL: https://euvsdisinfo.eu/sanctions-do-not-work-russian-disinfo/ (date of access: 20.10.2025).

35. Christopher P., Matthews M. The Russian «Firehose of Falsehood» Propaganda Model. Why It Might Work and Options to Counter It. *RAND*. URL: https://www.rand.org/pubs/perspectives/PE198.html (date of access: 18.10.2025).

36. Creel G. How we advertised America; the first telling of the amazing story of the Committee on public information that carried the gospel of Americanism to every corner of the globe. *New York: Harper & Brothers*. URL: https://archive.org/details/howweadvertiseda00creeuoft (date of access: 06.07.2025).

37. DIGITAL success stories – European Digital Media Observatory. The European Digital Media Observatory is the answer to online disinformation in the EU. *European commission*. November 2025. URL: https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/node/12794/printable/pdf (date of access: 18.07.2025).

38. Doob L. W. Propaganda. Its psychology and technique. New York: Yale University. URL: https://archive.org/details/dli.ernet.476424/page/n1/mode/2up (date of access: 08.10.2025).

39. Ellul J. Propaganda. The Formation of Men's Attitudes. New York: Vintage books. A division of random house, 1986. URL: https://monoskop.org/images/4/44/Ellul_Jacques_Propaganda_The_Formation_of_Mens_Attitudes.pdf (date of access: 08.07.2025).

40. Germany Targeted by the Pro-Russian Disinformation Campaign «Doppelgänger». Technical Report on an Analysis by the Federal Foreign Office. *Federal Foreign Office*. 5 June 2024. URL: https://www.auswaertigesamt.de/resource/blob/2682484/2da31936d1cbeb9faec

49df74d8bbe2e/technischer-bericht-desinformationskampagne-doppelgaenger-1--data.pdf (date of access: 13.07.2025).

41. Goujard C. Big, bold and unchecked: Russian influence operation thrives on Facebook. *Politico*. 2024. URL: https://www.politico.eu/article/russia-influence-hackers-social-media-facebok-operation-thriving/ (date of access: 14.07.2025).

42. Goujard C. Facebook and Instagram hit with EU probes over Russian disinformation. *Politico*. 2024. URL: https://www.politico.eu/article/facebook-and-instagram-hit-with-eu-probes-over-russian-and-other-foreign-countries-disinformation/ (date of access: 14.07.2025).

43. Gramsci A. Elections from the Prison hotebooks. *International publishers.* URL: https://ia600506.us.archive.org/19/items/AntonioGramsciSelectionsFromThePrisonNotebooks/Antonio-Gramsci-Selections-from-the-Prison-Notebooks.pdf (date of access: 14.10.2025).

44. Habermas J. The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society. MIT Press, 1989. URL: https://arditiesp.wordpress.com/wp-content/uploads/2015/01/habermas_structural_transf_public_sphere.pdf (date of access: 18.07.2025).

45. Herman E. S., Chomsky N. Manufacturing Consent. The Political Economy of the Mass Media. London: The Bodley head. URL: https://files.libcom.org/files/2022-04/manufacturing_consent.pdf (date of access: 18.08.2025).

46. Horkheimer M., Adorno T. W. Dialectic of Enlightenment: Philosophical Fragments. Stanford University Press, 1944. URL: https://monoskop.org/images/2/27/Horkheimer_Max_Adorno_Theodor_W_Dialectic_of_Enlightenment_Philosophical_Fragments.pdf (date of access: 09.07.2025).

47. Hovland C. I., Janis I. L., Kelley H. H. Communication and Persuasion von. Schlüsselwerke der Medienwirkungsforschung. 1953. P. 49–60.

URL: https://www.researchgate.net/publication/308113993_Communication_and_Persuasion_von_Carl_I_Hovland_Irving_L_Janis_und_Harold_H_Kelley_1953 (date of access: 13.09.2025).

48. Joint communication to the Europian parliament, the Europian Council, the Council, the Europian economic and social committee of regions. *Report on the implementation of the Action Plan Against Disinformation*. Brussels, 14.6.2019. URL: https://www.eeas.europa.eu/sites/default/files/joint_report_on_disinformation.pdf (date of access: 15.07.2025).

49. Jowett G. S., O'Donnell V. Propaganda and persuasion. 2006. URL: https://www.google.com.ua/books/edition/Propaganda_and_Persuasion/vIC92PdJ0l0C?hl=ru&gbpv=1&dq=50.%09Jowett+G.+S.,+O%27Donnell+V.+Propaganda+and+persuasion.&printsec=frontcover (date of access: 09.10.2025).

50. Kahneman D. Thinking, fast and slow. Farrar, Straus and Giroux. URL: https://ia600603.us.archive.org/10/items/DanielKahnemanThinkingFastAndSlow/Daniel%20Kahneman-Thinking%2C%20Fast%20and%20Slow%20%20.pdf (date of access: 13.10.2025).

51. Kandrík M., Jevčák M. Slovakia: Disinformation Resilience Index. *Strategic Policy Institute*. 2018. URL: http://prismua.org/en/english-slovakia-disinformation-resilience-index/ (date of access: 12.09.2025).

52. Katz L. Personal Influence. URL: https://www.researchgate.net/publication/328078453_KatzLazarsfeld_1955_Personal_Influence (date of access: 09.10.2025).

53. Kemp S. Digital 2025: the state of social media in 2025. 5 February. *Global Digital Reports*. URL: https://datareportal.com/reports/digital-2025-sub-section-state-of-social (date of access: 14.08.2025).

54. Kemp S. Digital 2025: TOP Social platforms in 2025. Datareportal. URL: https://datareportal.com/reports/digital-2025-sub-section-top-social-platforms?rq=2025 (date of access: 18.10.2025).

55. Kornieiev V., Ryabichev V., Glushkova T. Fake news and content manipulation under Russian information aggression. *Przegląd Strategiczny*. 2022. № 15. URL: https://pressto.amu.edu.pl/index.php/ps/article/view/37353/32005 (date of access: 12.05.2025).

56. Kroet C. Telegram still doesn't meet large platform requirements under DSA. *Yahoo news.* 2024. URL: https://sg.news.yahoo.com/telegram-still-doesnt-meet-large-095311777.html (date of access: 13.08.2025).

57. Lasswell H. D. Communication Theory. Lasswell's model. URL: https://www.communicationtheory.org/lasswells-model/ (date of access: 16.08.2025).

58. Lasswell H. D. Propaganda Technique In The War. Digital Library of India. URL: https://archive.org/details/dli.ernet.233727/page/61/mode/2up (date of access: 06.07.2025).

59. Lasswell H. D. The Structure and Function of Communication in Society. *Mass Communications (2nd ed.).* Urbana, IL: University of Illinois Press, 1960. P. 117–129. URL: https://www.academia.edu/6697765/Lasswell_Harold_D_1948_The_Structure_and_Function_of_Communication_in_Society_in_Schramm_W_Ed_1960_Mass_Communications_2nd_ed_Urbana_IL_University_of_Illinois_Press_pp_117_129_לאסוול_هارولد_دی_1383_ساخت_و_کارکرد_ارتباطات_در_جامعه (date of access: 18.08.2025).

60. Lasswell H. D. The Theory of Political Propaganda. *The American Political Science Review.* Vol. 21, № 3. P. 627–631. URL: https://2024.scihub.se/1854/b40e36139979003e6963b2ead2e71a4b/lasswell1927.pdf (date of access: 01.09.2025).

61. Linvill D., Warren P. Infektion's Evolution: Digital Technologies and Narrative Laundering. *Media Forensics Hub Reports*. 2023. № 3. URL: https://tigerprints.clemson.edu/mfh_reports/3 (date of access: 14.07.2025).

62. Maassen P. Why Europe's defence policy must battle disinformation. *Open Government Partnership*. 2025. URL: https://www.opengovpartnership.org/stories/why-europes-defence-policy-must-battle-disinformation/ (date of access: 13.08.2025).

63. Mannheim K. Ideology and Utopia: An Introduction to the Sociology of Knowledge.
URL: https://dn721908.ca.archive.org/0/items/ideologyutopiain00mann/ideologyutopiain00mann.pdf (date of access: 18.10.2025).

64. Matlack C., Williams R. France to Probe Possible Russian Influence on Yellow Vest Riots. *Bloomerg*. 2018. URL: https://www.bloomberg.com/news/articles/2018-12-08/pro-russia-social-media-takes-aim-at-macron-as-yellow-vests-rage (date of access: 10.07.2025).

65. McCombs M. E., Shaw D. L. The agenda-setting function of mass media. *The University of North Carolina at Chapel Hill.* URL: https://www.researchgate.net/publication/317122086_The_Agenda-Setting_function_of_mass_media (date of access: 12.09.2025).

66. McGuire W. Inducing resistange to persuasion. Some contemporary Approaches. *Columbia University*. New York. URL: https://2024.sci-hub.st/4346/1e8d628749576be3111737ecce252284/mcguire1964.pdf (date of access: 18.05.2025).

67. Milosevich-Juaristi M. La «combinación», instrumento de la guerra de la información de Rusia en Cataluña. *Elcano Royal Institut*. 2017. URL: https://www.realinstitutoelcano.org/en/analyses/the-combination-an-instrument-in-russias-information-war-in-catalonia/ (date of access: 06.10.2025).

68. Nimmo B., Franklin M., Agranovich D., Hundley L., Torrey M. Quarterly Adversarial Threat Report. 2023. META. URL: https://about.fb.com/wp-content/uploads/2023/02/Meta-Quarterly-Adversarial-Threat-Report-Q4-2022.pdf (date of access: 13.08.2025).

69. Noelle-Neumann E. The Spiral of Silence. A Theory of Public Opinion. URL: https://vnecas.wordpress.com/wpcontent/uploads/2010/03/spiral_of_silence.pdf (date of access: 11.08.2025).

70. Nye J. S., Jr. Soft Power: The Means to Success in World Politics. URL: https://www.belfercenter.org/sites/default/files/pantheon_files/files/publication/joe_nye_wielding_soft_power.pdf (date of access: 19.07.2025).

71. Petty R. E., Cacioppo J. T. The Elaboration Like lihood Model of Persuasion.
URL: https://www.researchgate.net/publication/229068356_The_Elaboration_Likelihood_Model_of_Persuasion (date of access: 16.08.2025).

72. Philip N. H., Kollanyi B. Bots, #StrongerIn, and #Brexit: Computational Propaganda during the UK-EU Referendum. *ResearchGate.* 2016. URL: https://www.researchgate.net/publication/386673269_Bots_StrongerIn_and_Brexit_Computational_Propaganda_during_the_UK-EU-Referendum (date of access: 10.07.2025).

73. Policy and Legislation. 2018 Code of Practice on Disinformation. Europian Comission. 16 June 2022. URL: https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/2018-code-practice-disinformation (date of access: 16.05.2025).

74. Ponsonby A. Falsehood in Wartime. *Tenth Impressions.* URL: https://moodle2.units.it/pluginfile.php/259243/mod_resource/content/2/Ponsonby_Falsehoods%20in%20wartime%20%281929%29.pdf (date of access: 18.07.2025).

75. Protecting democracy. European Commision. URL: https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/new-push-european-democracy/protecting-democracy_en#media-freedom-and-pluralism (date of access: 12.08.2025).

76. Przetacznik J., Russell M. EU-Belarus relations: State of play. Human rights situation. *EPRS | European Parliamentary Research Service*. November 2021.

URL: https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2021/698806/EPRS_BRI(2021)698806_EN.pdf (date of access: 19.10.2025).

77. 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. An official website of the European Union. URL: https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2022/2065/oj (date of access: 12.10.2025).

78. Robin E. Russia deploying coronavirus disinformation to sow panic in West, EU document says. *Reuters*. 2020. URL: https://www.reuters.com/article/us-health-coronavirus-disinformation/russia-deploying-coronavirus-disinformation-to-sow-panic-in-west-eu-document-says-idUSKBN21518F/?il=0 (date of access: 11.10.2025).

79. Strengthened Code of Practice on Disinformation. Europian Commissions. 16 June 2022. URL: https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/2022-strengthened-code-practice-disinformation (date of access: 13.09.2025).

80. Sybota I. A digital recipienc gap. *SDRL*. 2025. URL: https://cedem.org.ua/en/analytics/eu-propaganda-telegram/ (date of access: 14.08.2025).

81. The Code of Conduct on Disinformation. An official website of the European Union. URL: https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/code-conduct-disinformation (date of access: 13.05.2025).

82. The fight against pro-Kremlin disinformation. *Europian Council*. URL: https://www.consilium.europa.eu/en/documents-publications/library/library-blog/posts/the-fight-against-pro-kremlin-disinformation/ (date of access: 09.10.2025).

83. The implementation of EU sanctions against RT and Sputnik. *European Audiovisual Observatory.* Strasbourg, 2022. URL: https://rm.coe.int/note-rt-sputnik/1680a5dd5d (date of access: 12.05.2025).

84. Treyger E., Williams H. J., D'Arrigo A. Measuring the Reach of Russia's Propaganda in the Russia-Ukraine War. *RAND*. 2025. URL: https://www.rand.org/pubs/research_briefs/RBA3450-2.html (date of access: 13.05.2025).

85. Truth Decay. An Initial Exploration of the Diminishing Role of Facts and Analysis in American Public Life. *RAND*. URL: https://www.rand.org/pubs/research_reports/RR2314.html (date of access: 20.10.2025).

86. Wehner M. Hacking, propaganda and electoral manipulation. Moscow's information war on the West. *Eurozine*. 21 July 2017. URL: https://zeitschrift-osteuropa.de/site/assets/files/59726/hacking-propaganda-and-electoral-manipulation-2.pdf (date of access: 16.10.2025).

87. What is the Doppelganger operation? *EUDis info Lab*. URL: https://www.disinfo.eu/doppelganger-operation/ (date of access: 18.11.2025).

ДОДАТКИ

Додаток А

Зображення Моделі Лассвела

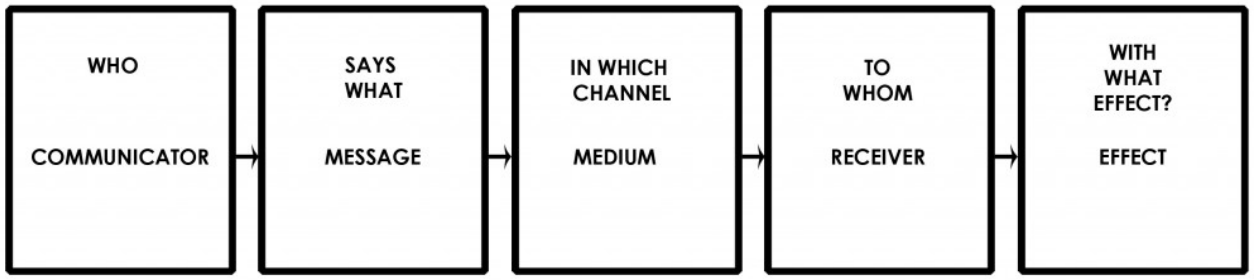


Рис. А, Зображення Моделі Лассвел. Джерело: [57].

Додаток Б

Графік зростання кількості користувачів соціальних мереж

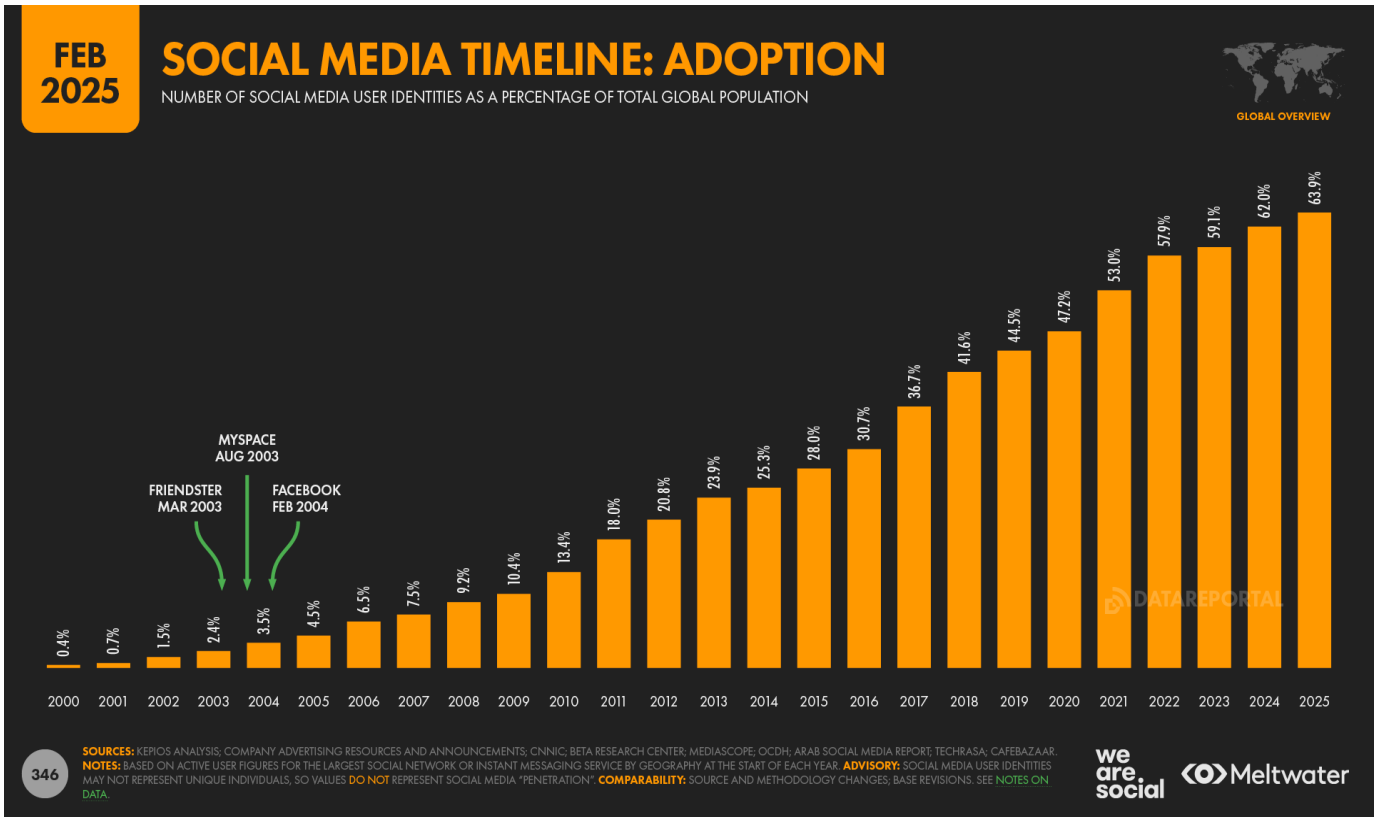


Рис. Б, Графік зростання кількості користувачів соціальних мереж. Джерело: [53].

Додаток В

Графік-опитування головних причин використання соціальних мереж користувачами

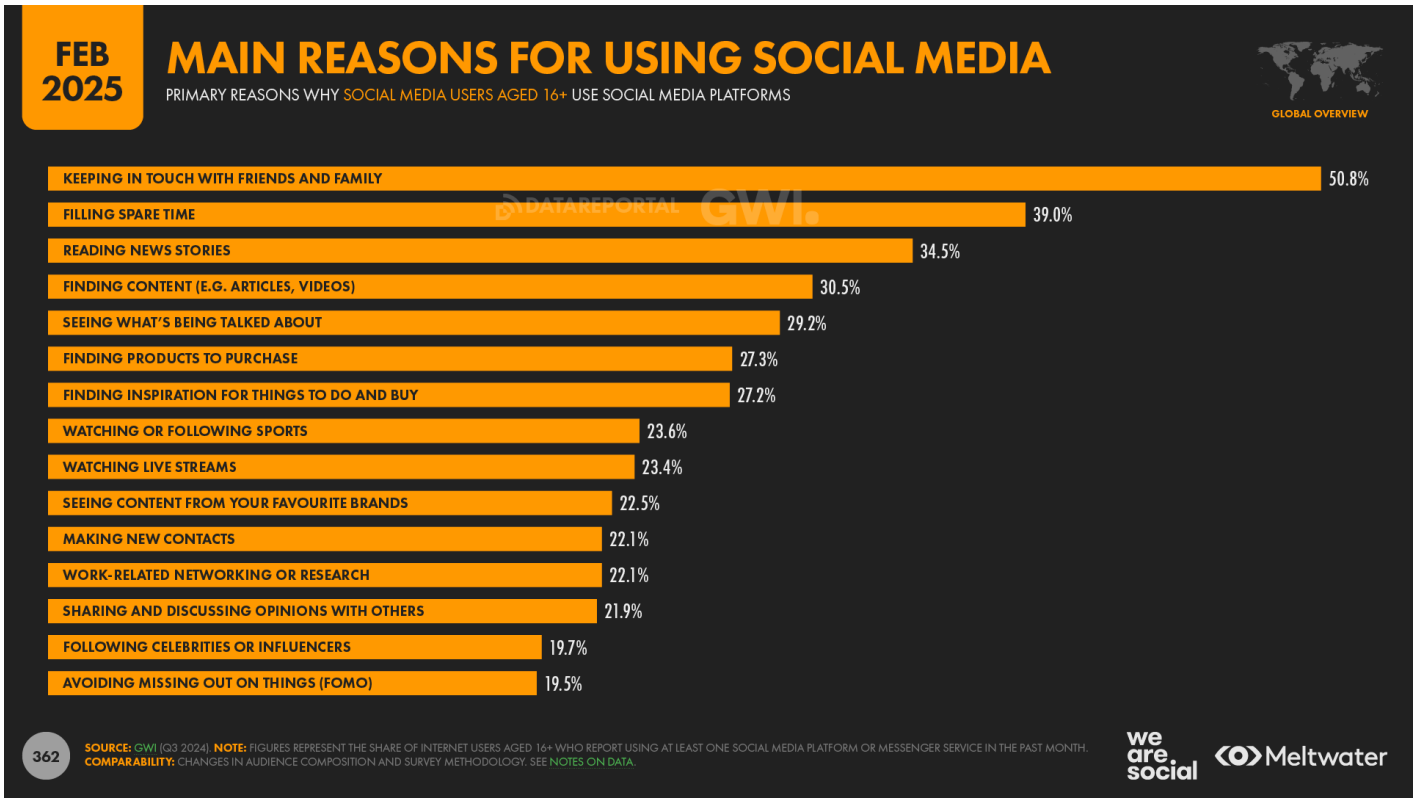


Рис. В, Графік-опитування головних причин використання соціальних мереж користувачами. Джерело: [53].

Додаток Г

Індекс популярності соціальних мереж серед користувачів

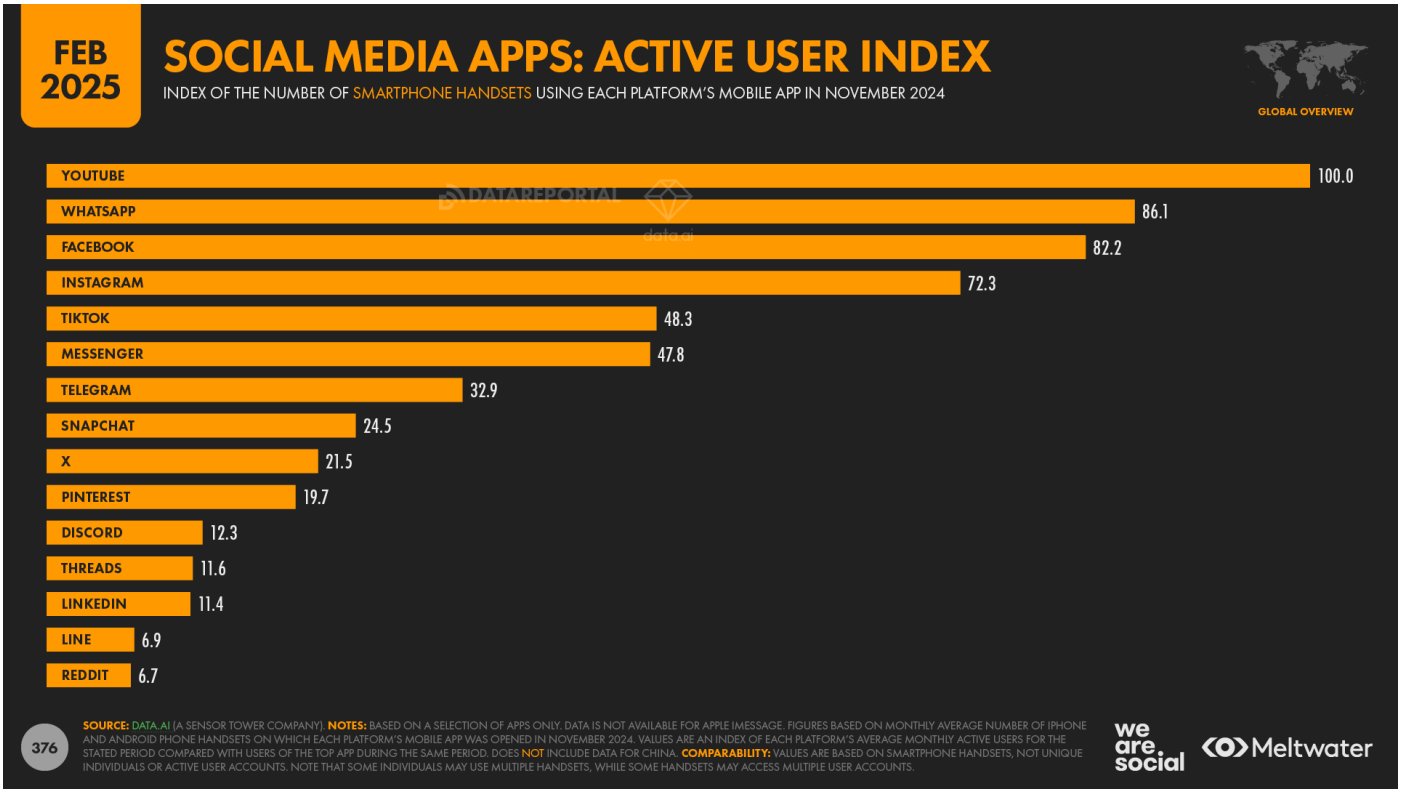


Рис. Г, Індекс популярності соціальних мереж серед користувачів. Джерело [54].

Додаток Д

Графік, що зображує стрімке зростання екстремістських наративів у X після вторгнення Росії в Україну

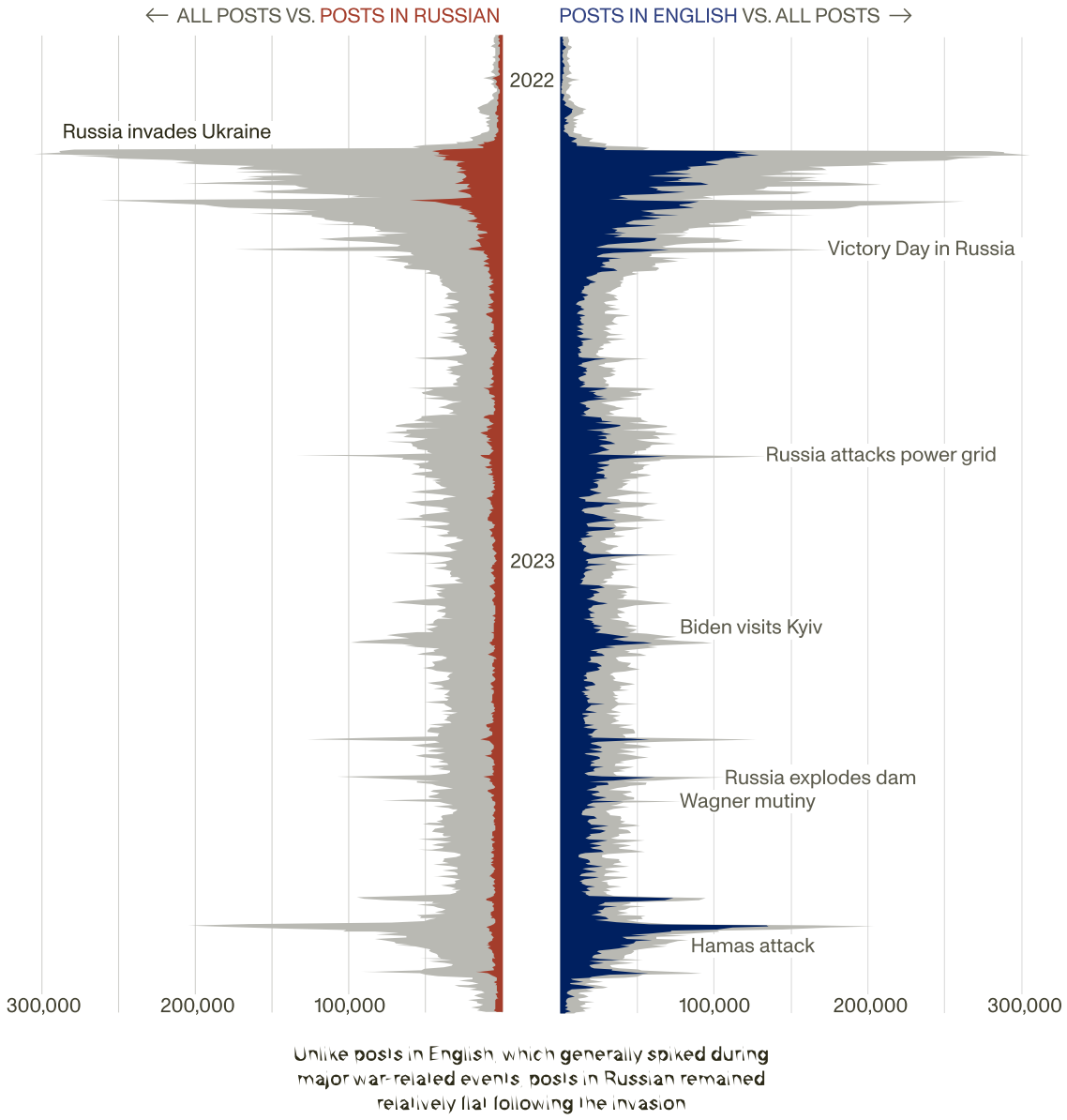


Рис. Д, Графік зростання екстремістських наративів у X після вторгнення Росії в Україну. Джерело [86].

Додаток Е

Графік зростання популярності месенджера Telegram серед європейської аудиторії

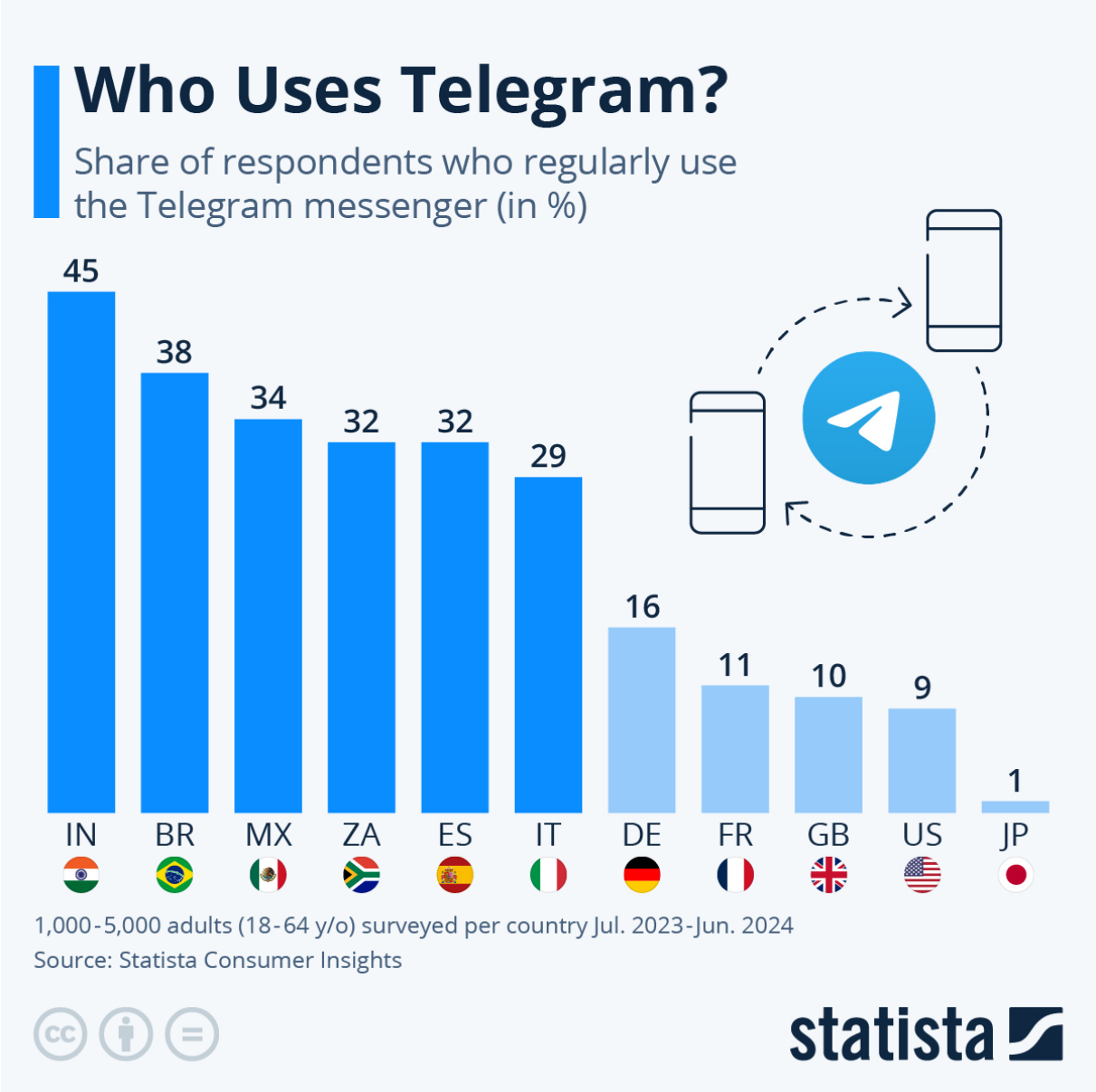


Рис. Е, Графік зростання популярності месенджера Telegram серед європейської аудиторії. Джерело: [32].

Додаток Є

Інформаційні санкції ЄС проти російських пропагандистських джерел

Table 1. List of Russian Propaganda Resources Sanctioned by the EU		
Resource	**Sanctions Imposition Date**	**Sanctions Package**
RT/Russia Today (RT English, RT UK, RT Germany, RT France та RT Spanish)	02.03.2022	The 3rd Package of Sanctions Against Russia
Sputnik	02.03.2022	
Rossiya RTR / RTR Planeta	03.06.2022	The 6th Package of Sanctions Against Russia
Rossiya 24 / Russia 24	03.06.2022	
TV Centre International	03.06.2022	
NTV/NTV Mir	16.12.2022	The 9th Package of Sanctions Against Russia
Rossiya 1	16.12.2022	
REN TV	16.12.2022	
Pervyi Kanal	16.12.2022	
RT Balkan	23.06.2023	The 11th Package of Sanctions Against Russia
Oriental Review	23.06.2023	
New Eastern Outlook	23.06.2023	
Katehon	23.06.2023	
Spas TV Channel	18.12.2023	The 12th Package of Sanctions Against Russia
Tsargrad TV Channel	18.12.2023	
Voice of Europe	24.06.2024	The 14th Package of Sanctions Against Russia
RIA Novosti	24.06.2024	
Izvestia	24.06.2024	
Rossiyskaya Gazeta	24.06.2024	
EADaily (Eurasia Daily)	24.02.2025	The 16th Package of Sanctions Against Russia
Fondsk	24.02.2025	
Lenta	24.02.2025	
NewsFront	24.02.2025	
RuBaltic	24.02.2025	
SouthFront	24.02.2025	
Strategic Culture Foundation	24.02.2025	
Krasnaya Zvezda / Tvzvezda	24.02.2025	

Рис. Ж, Інформаційні санкції ЄС проти російських пропагандистських джерел. Джерело [81].

SUMMARY

The master's thesis consists of an introduction, three sections divided into nine subsections, conclusions to each section, overall conclusions, a list of references and appendices. The structure of the study reflects a logical progression from theorical foundations to applied analysis and the evaluation of European approaches to countering Russian disinformation.

The introduction substantiates the relevance of the chosen topic in light of the escalating information confrontation between Russia and European Union, outlines the novelty of the research stemming from the need to understand how social networks have transformed the mechanisms of propaganda influence, defines the main goal, objectives, object and subject of the study, delineates its methodological basis, and highlights its practical significance for improving the strategic communications and information security policies of the EU.

The first section, «Theoretical and conceptual foundations of the study of propaganda», examines the evolution, conceptualization and theoretical explanations of propaganda as a socio-political phenomenon, as well as the corpus of sources that constitute the empirical and analytical foundation of the research.

The first subsection provides an in-depth exploration of theoretical approaches that have shaped the academic study of propaganda from early twentieth century to the emergence of digital information ecosystem. Building on the classical insights of Lasswell, Lippmann and Bernays, the section integrates contemporary approaches to strategic communication, information warfare, narrative framing and the psychology of influence. This theoretical synthesis demonstrates that propaganda is now embedded within networked infrastructures where information flows are recursive, decentralized and shaped by opaque recommendation system.

Special attention is paid to the transformation of propaganda in the era of global digitalization, the shift from hierarchical broadcasting models to networked

communication structures and the decentralization and algorithmization of influence operations. The subsection also clarifies conceptual categories essential for the study «propaganda», «disinformation», «strategic communication», «hybrid warfare».

The second subsection describes the source base, which encompasses a wide array of empirical and institutional materials essential for reconstructing Russian influence mechanisms. These include EU and NATO policy documents, reports issued by the European External Action Service, RAND Corporation, as well as analytical outputs from EDMO, GADMO, DEFACTO and leading fact-checking networks.

Particular attention is devoted to legal and regulatory instruments: most notably the Digital Services act and the VLOP regime whose provisions shape platform accountability. The subsection also examines Russian primary sources, including content distributed be RT, Sputnik and archived materials from the Internet Research Agency. Their inclusion enabled a systematic analysis of narrative tropes, linguistic patterns and distribution strategies characteristic of Kremlin-linked operations.

The second section, «Russian propaganda in social networks: mechanisms and impact» reveals the technological and organizational architecture supporting Russia's information campaigns.

The first subsection explains how social networks function simultaneously as communication environments and as infrastructures conducive to psychological manipulation. It outlines the logic og algorithmic targeting and automated amplification through bots and trolls, showing how these mechanisms convert isolated narratives into widespread disinformation cascades.

The second subsection assesses the techniques Russia deploys to influence EU audiences. These include narrative engineering, manipulation of identity-based grievances, exploitation of crisis-related emotions, intentional fabrication of visual evidence, orchestrated dissemination of emotionally charged falsehoods and the rapid adoption of synthetic media.

A crucial finding is that Russia systematically aligns its messaging with moments of heightened social vulnerability. Russia using this situation to erode trust in governing institution and amplify internal discord.

The third subsection evaluates the consequences of Russia disinformation for political stability within the European Union. Drawing on empirical findings and institutional monitoring, it demonstrates that Kremlin-crafted narratives have contributed to institutional distrust, the erosion of social cohesion, radicalization of fringe groups and the weakening of support for EU sanctions and collective policies toward Russia.

The third section, «Countering Russian Propaganda in the EU information space», examines the institutional architecture created by the EU and its member states to strengthen digital resilience. The first subsection identifies contemporary challenges. It stresses the need for multidimensional strategies that combine regulatory, technological and educational components.

The second subsection provides an analytical overview of European counter-disinformation practices. It assesses the contributions of the East StratCom Task Force, the Code of practice on disinformation, the implementation of the Digital Services Act and the regulatory oversight of VLOP platforms. Cooperation between the EU, NATO and the G7 Rapid Response Mechanism is examined as an essential component of transatlantic resilience.

The final subsection discusses future-oriented strategies, arguing for the deepening of DSA enforcement, investment in AI-assisted detection of coordinated manipulation, strengthening of media pluralism and expansion of public digital literacy programs. It emphasizes the need for proactive system capable of identifying malign influence operations before they mature into full-scale disinformation crises.

The thesis concludes that Russian propaganda in social networks constitutes an evolving, strategically coordinated form of hybrid aggression designed to destabilize democratic processes and fragment European societies.

It’s finding underscore the necessity of comprehensive, forward-looking strategies that combine institutional vigilance, technological innovation and public awareness to safeguard the integrity of democratic public spheres.

The study additionally emphasizes that contemporary propaganda no longer relies solely on overt political messaging but increasingly exploits

The expanded analysis further highlights that Russian information operations exploits both systemic vulnerabilities intrinsic to platform architectures and sociopolitical tensions endemic to European societies.

These operations succeed no merely because of technological sophistication but also due to their ability to instrumentalize uncertainty, polarization and emotional volatility. The thesis therefore situates Moskow propaganda within a broader global trend of weaponized digital communication where adversarial actors leverage the logic of virality to shape perceptions at scale.

Furthermore, the research draws attention to the transnational nature of Russian influence operations, which are designed to transcend linguistic, culture and political boundaries. Their adaptability allows Kremlin-linked actors to recalibrate narratives in real time, adjusting them to local sensitivities- from migration and energy security to public distrust in institutions.

In doing so, propaganda becomes a flexible instrument capable of infiltrating diverse political environments and resonating with distinct is a social groups across the EU. This capacity for rapid contextual adaptation is a critical factor in the durability and impact of Russian information campaigns.

In this regard, the research stresses that the European Union must continuously adapt its policy toolkit in response to evolving tactics. Regulatory frameworks must remain agile, investigative collaborations must deepen and efforts to cultivate digital resilience must extend beyong state institutions to include civil society, independent media and educational systems. Only through such systemic engagement can Europe

ensure that its information space remains resistant to manipulation and conducive to democratic deliberation.

The thesis also argues that effective countermeasures must rely on the synergy between governmental regulation, platform-level accountability and citizen-level resilience. While legislative instruments such as the Digital Services Act provide a structural foundation, their success ultimately depends on transparent enforcement, cross-border coordination and the willingness of platform to meaningfully engage with independent auditors and civil society watchdogs.

At the same time, strengthening digital literacy is portrayed not as a peripheral task but as a fundamental prerequisite for a secure democratic future, ensuring that individuals develop the analytical skills required to navigate complex information environments.

Finally, the research highlights that the EU's long term stability will depend on its capacity to transform information security into a shared societal value. This requires sustained investments in research, continuous monitoring of malign influence and the development of adaptive early-warning system capable of detecting narrative shifts before they escalate into widespread disinformation waves.

Only through a combination of anticipatory governance, technological preparedness and societal cohesion can the European community effectively resist the multifaceted challenges posed by Moskow propaganda in social networks.

So the research argues that protecting EU's information space is inseparable from protecting the democratic values upon which the Union is built. Moskow propaganda exploits precisely those vulnerabilities where these values are weakened.

For this reason the thesis concludes that the most sustainable defense lies not only in countering hostile narratives but also in reinforcing democratic resilience itself, cultivating an environment where citizens possess both the cognitive tools to navigate an increasingly contested digital reality.