

## ВПЛИВ СУЧАСНОЇ РОСІЙСЬКОЇ ПРОПАГАНДИ НА КРАЇНИ ЄВРОПИ

**Пасічний Р. Я.,**

*кандидат політичних наук,*

*доцент кафедри політології та міжнародних відносин*

*Національного університету «Львівська політехніка»*

*ORCID ID: 0000-0002-4687-3523*

У статті розглянуто механізми та канали впливу сучасної російської пропаганди на країни Європи. Проаналізувавши російську дезінформацію як важіль впливу на суспільство чи міжнародну спільноту, бачимо, що вона завжди застосовується паралельно з організацією та підтримкою масових заворушень, «навчанням» власних військ біля кордонів країни, на яку спрямована агресія, або кібератак на урядові портали. Усі ці гібридні дії вносять хаос у суспільне життя та розбалансовують політичні інститути.

Демократизація та децентралізація засобів масової інформації дають змогу кожній особі вільно висловлюватись та поширювати свої повідомлення зі швидкістю, яка зростає експоненціально, а з використанням популістської риторики нескладно спровокувати інституційну недовіру. Незважаючи на різну форму подачі новин та комунікаційні канали, по яких вони поширюються, основними наративами російської пропаганди, спрямованими на країни Європи, залишаються «доведений» американський імперіалізм, безпосередня загроза агресії НАТО, те, що Європейський Союз є маріонеткою США. Однією з ознак демократії є свобода слова та вільні висловлювання, а також можливість публічних дебатів. Водночас ця перевага може стати суттєвим недоліком, адже будь-яка спроба припинити діяльність проросійських медіа або законодавчо обмежити дезінформаційний вплив починає подаватись пропагандистами як порушення прав. Таким чином, демократичні принципи Заходу використовуються проти цінностей демократії на користь пропагандистів. Російська машина дезінформації та пропаганди, використовуючи різні методи та канали, є одним із найпотужніших інструментів впливу на політичні процеси у Європі та світі. Розуміючи стратегічні цілі зовнішньої політики Росії, мусимо усвідомити, що світовій спільноті варто підготуватися до протистояння довгостроковій дезінформаційній кампанії.

**Ключові слова:** дезінформація, пропаганда, Російська Федерація, Європа, соціальні мережі та медіа, наратив, меседж.

---

**Постановка проблеми.** Сучасні технології стали одним із чинників переходу в цифрову епоху та трансформації традиційного суспільства в інформаційне. За таких умов значну роль у суспільних процесах почали відігравати цифрові технології, зокрема соціальні мережі. Під впливом глобалізаційних процесів і потужних каналів комунікації світ перетворюється на маклюєнівське «глобальне село». Можливості соціальної організації населення не тільки значно зросли завдяки сучасним засобам зв'язку, але й скоротили просторову диференціацію і фрагментацію. Як наслідок, певні події, які відбулися в одній частині світу, отримали здатність впливати на суспільство в іншій частині незалежно від того, наскільки далеко вона знаходиться географічно. Нові умови не тільки надають низку переваг, але й несуть для суспільства низку загроз і викликів, що актуалізує необхідність творення нових організаційних структур та стратегій. Одним із таких викликів є дезінформація, небезпека якої значно зросла в сучасну епоху «постправди». Співвідношення високої ефективності та порівняно незначних затрат перетворило дезінформацію на могутню інформаційну зброю, яка чинить значний тиск на прийняття рішень та суспільну свідомість. Вона стала одним із найбільш ефективних способів досягнення переваги в усіх сферах діяльності людини, суспільства та держави.

Інтерес наукової спільноти до тематики дезінформації значно зріс у період російсько-української гібридної війни. Здебільшого дослідники, зокрема Н.П. Карпчук, В.М. Петрик, Г.Г. Почепцов, О.А. Штоквиш, розглядають дезінформацію з точки зору безпеки та інформаційних операцій. Значним є доробок М.В. Присяжнюка у дослідження місця та ролі дезінформації в інформаційно-психологічних операціях. Водночас сучасні вітчизняні дослідники недостатньо приділили увагу впливу російської дезінформації на країни Європи, що є підставою звернення до цієї теми.

**Мета статті** полягає у дослідженні мети та наративів сучасної російської пропаганди, спрямованої на країни Європи в умовах сучасного інформаційного суспільства.

**Виклад основного матеріалу.** У сучасному світі кожна держава використовує ті чи інші механізми інформаційного впливу на зовнішнє середовище задля досягнення поставлених перед собою цілей та завдань. Проте тоді, коли інформування суспільства перетворюється на психологічну обробку населення як власної держави, так і інших країн задля спонукання їх до тих чи інших дій, таке інформування отримує назву «пропаганда». Таким яскравим прикладом інформаційного впливу сьогодні є приклад російських інформаційних атак та поширення дезінформації. Варто зауважити, що такий вплив здійснюється як на внутрішню, так і на зовнішню аудиторію.

Сучасна російська пропаганда не тільки є спадкоємицею величезної машини радянської пропаганди – агітпропу (Відділу агітації і пропаганди ЦК КПСС), але й увібрала в себе досвід багатьох інших недемократичних режимів. Термін «дезінформація» було введено у світові словники через радянську пропаганду. До того часу термін «дезінформація» використовувався в англійській мові для опису неправильної інформації, котра подавалась для обману когось, проте згодом технології вивели поняття на абсолютно новий рівень. Отже, це явище було широко впроваджено в умовах цифрової реальності та поширено соціальними медіа, в результаті чого настільки швидко і якісно використано Росією, що Європейська комісія визнала російську дезінформаційну кампанію однією з найбільших загроз для Європейського Союзу [7]. Кампанія з дезінформації, впроваджувана РФ, є систематизованою, володіє значними ресурсами та проводиться в більших масштабах, ніж аналогічні кампанії у будь-якій іншій країні.

Як усі недемократичні режими, Росія намагається обмежувати свободу слова та контролювати інформаційні потоки у публічній сфері, тому впродовж багатьох років російська владна верхівка побоювалась, що такі технологічні досягнення, як Інтернет, Google, Twitter та Facebook, можуть бути використані для донесення «прозахідної» думки громадянам Росії [4]. Водночас сьогодні ситуація докорінно змінилась, і ці технології стали потужним інструментом російської пропаганди. Вважається, що важливим поворотним моментом у цьому питанні стала Арабська весна (2010–2011 рр.). Використовуючи соціальні мережі та месенджери, населення організовувалось та збиралось у протестні групи задля боротьби проти своїх режимів. Російська влада пов'язала ці події з демонстраціями у Москві у 2011 р. та можливістю організації чергової кольорової революції, схожої на ті, що скинули авторитарних лідерів у різних країнах впродовж 2000-х рр. [7].

Володимир Путін, чинний на той час прем'єр-міністр Росії, проводячи передвиборчу агітацію на вибори в президенти РФ, вважав, що віртуальна сфера є одним із найвагоміших викликів стабільності його політичної системи. Проте, зрозумівши можливості контролю віртуального простору, російська влада розпочала наступ на свободу слова та намагається контролювати суспільство. Під тиском влади РФ Павло Дуров, розробник і власник соціальної мережі «ВКонтакте», продає державі акції компанії, внаслідок чого вона отримує можливість відслідковувати інформаційні потоки жителів Росії. Також від Павла Дурова вимагали ключі шифрування месенджера «Telegram». Відмовившись, під тиском вимог Павло Дуров покидає країну. Також російська влада здійснює спроби створити аналог Інтернету, державну локальну мережу «Рунет», що дасть можливість відключити РФ від глобальної мережі та контролювати інформаційні потоки російського суспільства. Росія вже давно вийшла далеко за межі свого традиційного поля впливу пострадянського регіону та країни постсоціалістичного табору. Тепер її пропаганда та дезінформація загрожують насамперед західним демократіям та їх соціальному устрою загалом. Російська Федерація активно використовує глобальний віртуальний простір для досягнення своїх зовнішньополітичних цілей: сам президент Росії В.В. Путін давно визнав, що Інтернет разом із соціальними медіа надає великі можливості глобальній аудиторії та активно впливає на формування політичних процесів по всьому світі [4].

Російська дезінформація та пропаганда зазвичай активізуються в період виборчих кампаній. Яскравими прикладами такого впливу є президентські вибори у США 2016 р., вибори до Європарламенту 2019 р., референдум щодо виходу Британії з ЄС «Brexit» 2016 р. Також вони наявні під час масштабних акцій протесту, таких як Каталонія 2017 р. та Франція 2018–2019 рр. Зазвичай меседжі російської пропаганди ставлять під сумнів демократичну легітимність ЄС, а також намагаються підняти складні та стигматизовані теми у публічних дебатах, що підриває довіру до політичних інституцій та еліти в очах європейського суспільства. Важливим елементом російської пропаганди є інтерпретація історичних подій, що стала одним з улюблених інструментів російської дезінформації здебільшого тому, що це викликає сильні емоційні реакції та суспільні збурення. Прикладом такого свідомого збурення стигматизованої теми є фраза В.В. Путіна, в якій він покладає відповідальність у розв'язанні Другої Світової війни та участь у Голокості на Польщу. В цьому разі метою російської пропаганди є посилення власних позицій на міжнародній арені, послаблення ЄС та позицій західного світу (насамперед США) шляхом поляризації суспільства в окремих державах, передусім

країн-членів ЄС. Такими діями російська влада намагається використати внутрішні процеси ЄС на користь Росії, наприклад, скасувати економічні санкції, введені після анексії Криму та агресії проти України, а також прагне включити Росію до публічних дебатів щодо європейської безпеки [8].

Намагаючись розширити цільову аудиторію, сприйнятливую до пропагандистських меседжів, дезінформаційні кампанії російської пропаганди використовують як традиційні ЗМІ, так й інтернет-ЗМІ, включаючи платформи соціальних медіа. Варто зазначити, що російські провладні традиційні ЗМІ мають широке поле діяльності та бюджет. Два з них, такі як "RT" (Russia Today) і "Sputnik", працюють у 100 країнах і транслюють програми тридцятьма мовами. Щорічний бюджет "RT" становить близько 270 мільйонів євро, що дає йому можливість, конкурувати на світовій арені новин з такими гігантами, як "BBC World" та "France 24", котрі мають схожі за обсягом бюджети [7].

Аналізуючи важелі російської пропаганди, не можемо оминати увагою «Агентство інтернет-досліджень», яке насправді виявилось «фабрикою тролів з Ольгіно», власником якої є Є.В. Пригожин, особа наближена до В.В. Путіна. Агентство здійснює різноманітні інформаційні операції в Інтернеті та є важливою частиною російської пропагандистської і дезінформаційної машини. Агентство розпочало свою діяльність у 2013 р., а його щомісячний бюджет складає близько 1 млн. євро. Завдання співробітників-«тролів» полягає у створенні фальшивих акаунтів у соціальних мережах та проведенні дискусій в режимі онлайн з людьми усього світу задля того, щоби спровокувати бурхливі реакції та суспільні збурення. Внаслідок пандемії COVID-19 з 2020 р. агентство поширює дезінформацію щодо коронавірусу, маючи на меті викликати недовіру до державних установ та посилити кризу в галузі охорони здоров'я в ЄС та світі. Найчастіше публікації «тролів» публікуються в соціальних мережах (Twitter, Facebook, Telegram, YouTube) та різноманітних месенджерах, де ставлять під сумнів демократичну легітимність ЄС і зачіпають теми міграції, національного суверенітету та суспільних цінностей. Канали та стратегії пропаганди, які використовуються, залежать від цільової країни та цільової групи повідомлення, а ефективність – від інформаційної стійкості суспільств до маніпуляцій та провокацій [4].

За схожим принципом машина російської дезінформації спрацювала в ситуації з отруєнням Сергія Скрипаля. Після того, як 4 квітня 2018 р. російського розвідника-перебіжчика С.В. Скрипаля було знайдено непритомним у Солсбері (Англія), російські ЗМІ одразу розпочали подавати масу дезінформативних історій, аби відсторонити Росію від цієї резонансної події та дезорієнтувати світову спільноту. На той час було відомо, що Сергій Скрипаль був уражений дією невстановленої отрути, але меседжі російських медіа були такими: «ймовірно, у Скрипаля було передозування наркотиками, і, можливо, він був наркоманом» (агентство РІА «Новини», 6 березня 2018 р.); «поганий «клімат» Великобританії вплинув на Скрипаля» (ефір телемережі «Росія», 7 березня 2018 р.); «отруєння було частиною фальшивої змови, щоби розпалити русофобські почуття» (ефір телемережі «Росія», 11 березня 2018 р.) [2]. Британські спецслужби відстежували такі «викривлювальні» кампанії, кожна з яких ставила за мету підірвати довіру у глядача до західних та міжнародних органів розслідування й ускладнити процес відокремлення фактів від неправди.

Різнманітні пропагандистські технології існували під час Холодної війни, коли Радянський Союз використовував її для створення альтернативних реалій, а сучасна Росія вповні перейняла їх арсенал. Однак дезінформаційні кампанії, які зараз реалізовує РФ, відрізняються від кампаній, які проводив СРСР, у них зовсім інший тип. Адаптовані до епохи соціальних медіа, вони продукують море фальші, вигадують теорії, проєктують альтернативні реальності, які покликані не стільки переконати реципієнта, скільки здивувати його та дезорієнтувати.

Колишній продюсер російського телебачення та автор книг «Нічого правдивого і все можливе», «Це не пропаганда» П. Померанцев стверджує, що місія сучасної дезінформації полягає в тому, щоби заплутати, а кінцевою метою, на його думку, є створення середовища, в якому «люди починають відмовлятися від фактів» [2]. Такі операції з дезінформації нині є невіддільним інструментом зовнішньої політики та асиметричною зброєю, якій непросто протистояти.

Випробувана після замаху на С.В. Скрипаля дезінформаційна тактика була ще не раз застосована за схожим сценарієм. Після вбивства в Москві політика-опозиціонера Б.Є. Немцова у 2015 р., після атак із застосуванням хімічної зброї щодо цивільних осіб проросійським урядом Сирії, коли проросійські сепаратисти на сході України збили рейс МН-17 авіакомпанії "Malaysia Airlines", внаслідок чого загинули 298 пасажирів та члени екіпажу, одразу проросійські ЗМІ «вистрілюють» в ефір міріадами версій подій, знаходяться фальшиві «свідки» та аудіозаписи, ставиться під сумнів фаховість слідчих груп та дій влади. У випадку з МН-17 російські чиновники та підконтрольні їм ЗМІ спробували звинуватити в трагедії український уряд, припустивши, що трупи були привезені до місця катастрофи, щоби кількість загиблих здавалася вищою.

Якщо проаналізувати кожну з «альтернативних історій», то стане помітно, що її фейковість легко довести, водночас у сукупності ці кампанії мали помітний вплив не тільки на громадську думку,

але й на політиків. Так, у жовтні 2015 р., через кілька місяців після того, як американські та європейські слідчі дійшли висновку, що рейс МН-17 був збитий російською ракетою, випущеною сепаратистами, тодішній кандидат у президенти США Дональд Трамп заявив «CNN», що винуватцем є «ймовірно Росія», але припустив, що істина невідома. «Якщо бути чесним з вами, то ви, мабуть, ніколи не дізнаєтесь точної правди», – сказав Дональд Трамп [6]. Отже, такий постійний інформаційний тиск створює інформаційну бульбашку у реципієнта, а технологія постійного повторювання закріплює інформацію з цієї бульбашки як таку, якій можна вірити. Якуб Каленський, офіційний представник Оперативної групи «East StratCom» (група швидкого реагування, створена ЄС для протидії російській дезінформації), стверджує, що бюджетні затрати Росії на дезінформаційні вкиди становлять 1,3 млрд. дол. на рік, що насправді є незначними затратами порівняно з корисністю та результатом, який досягається, а «для Росії, з економічної точки зору, – це вигідний метод ослабити нас. Непоганий результат за витрачені кошти» [2].

Сучасна мета російської пропаганди полягає в тому, щоби не переконати, не бути правдоподібною, а змусити сумніватись та посягти на довіру. Бен Німмо, аналітик з питань міжнародної безпеки та прес-офіцер НАТО, який є фахівцем у російсько-українському інформаційному протистоянні, зазначає: «Якщо «накрутити» неправдивих повідомлень у достатній кількості, то люди просто вимкнуться. Вони, зрештою, не знають, що правда, і в ніщо не вірять. Формується тип інформаційного нігілізму, що руйнує віру в існування такого поняття, як «надійне джерело»» [3].

Більшість меседжів російської дезінформації призначена для реципієнтів ззовні кордонів Російської Федерації, але її важко помітити, оскільки вона орієнтована на різноманітні соціальні групи та етнічні спільноти з усього світу, які спілкуються різними мовами. Дезінформація вузько орієнтована та таргетована, чітко пристосована під інтереси та стигматизовані теми цих спільнот, формує унікальні меседжі, які орієнтовані саме на ці спільноти та їх «інформаційну бульбашку» [7].

Систематичне та централізоване бомбардування повідомленнями, руйнівні меседжі яких спрямовані на ослаблення інституцій та політичних систем інших держав і зосередження на провокуванні саморуйнації суспільства, а також відмова від прямої зовнішньої агресії – так модифікувались минулі стратегії РФ. Таких висновків дійшов Центр аналізу європейської політики, який здійснює моніторинг архівування та спростування російської дезінформації, у своєму серпневому звіті (СЕРА). Так, наприклад, метою російської дезінформаційної пропаганди в Естонії, згідно з вищезазначеним звітом (СЕРА), є поглиблення розриву між естонцями та російськомовною меншиною. Кая Каллас, одна з представниць Естонії в Європейському парламенті ЄС, пояснює наявну ситуацію таким чином: «Існує поділ між корінними естонцями та російськомовним населенням, яке отримує інформацію від російських ЗМІ. Вони живуть наче в якомусь іншому інформаційному суспільстві, ніж решта населення Естонії, і це створює багато проблем» [3].

Російська дезінформація не є самостійним явищем, вона завжди застосовується з іншими важелями впливу на суспільство чи міжнародну спільноту. Це може бути організація та підтримка масових заворушень, «навчання» власних військ біля кордонів країни, на що спрямована агресія або кібератаки щодо урядових порталів. Усі ці дії вносять хаос у суспільне життя та розбалансовують політичні інститути. Яскравим прикладом такого паралельного впливу дезінформації, кібератак та масових заворушень є бунт «Бронзової ночі» 2007 р. в Естонії. Поштовхом стало рішення естонського уряду про перенесення «Монумента Полеглим у Другій світовій війні», а фактично меморіал воїнам Радянської Армії, «Бронзового солдата», на цвинтар військових поховань. Проросійські ЗМІ в Естонії та російські медіа подавали це рішення як «фашистське» і напад на російську культуру та ідентичність. Паралельно до Таллінна прибувають російські «політичні туристи», а також активізуються місцеві проросійські сили. З початком робіт щодо демонтажу пам'ятника та перепохованням кремлівські ЗМІ почали нагнітати обстановку, почались зіткнення з поліцією, а ввечері почались погроми в центральній частині міста з мародерством та вандалізмом. Ситуацію ускладнили кібератаки на сайти естонських держустанов (за твердженням офіційних осіб, з російських IP-адрес). Поки фейкові новини розпалювали хаос шляхом трансляції кадрів «заворушень» та поширення чуток про тортури поліції щодо затриманих протестувальників, хакерські атаки на урядові мережі Естонії перешкождали спробам влади взяти ситуацію під контроль. Зорієнтувавшись на цільову групу та зігравши на стигматизованій темі, накаляючи ситуацію емоційними повідомленнями, Росія розпочала гібридну атаку, метою якої було розгойдання ситуації в країні та розкол суспільства [1].

Демократизація та децентралізація засобів масової інформації дають змогу кожній особі вільно висловлюватись та поширювати свої повідомлення зі швидкістю, яка зростає експоненціально, а з використанням популістської риторики нескладно спровокувати інституційну недовіру. Незважаючи на різну форму подачі новин та комунікаційні канали, по яких вони поширюються, основними наративами російської пропаганди, спрямованими на країни Європи, залишаються «доведений» американський імперіалізм, безпосередня загроза агресії НАТО, те, що Європейський Союз

є маріонеткою США [8]. Хоча ці тези є ненормовими і вже виносилися в інфопростір, їх не слід ігнорувати, оскільки підросло нове покоління, для якого ці тези є новими і яке не має достатнього інформаційного імунітету. У кожній країні є різні «тріщини», тобто соціальні слабкості, розбіжності та суспільні протистояння, і саме на поглиблення таких «тріщин» спрямована дезінформація.

Український журналіст, медіа-експерт та засновник сайту "Stopfake.org" Євген Федченко бореться з дезінформацією та російською пропагандою щодо України. Він зазначає, що проблема виходить за межі російсько-української війни. «Це ті самі інструменти, які можна використовувати де завгодно, тому ми також хочемо показати, що це не українська історія. Це глобальна історія, – сказав Євген Федченко. – Вони дуже успішно знаходять дрібні тріщини в кожній країні, а потім розколюють їх» [3].

Не вся дезінформація, яка поширюється, фінансується Кремлем, адже за грамотного запуску дезінформаційний меседж починає своє власне життя, поширюючись у всьому світі та розвиваючись у кожній країні по-своєму залежно від регіональних особливостей. Для цього використовуються незліченні інструменти та платформи: від трансляцій у медіа та онлайн-новин до Facebook та відомих нині фабрик «тролів», де спеціально навчені люди забивають віртуальні дошки оголошень, коментарі та соціальні медіа необхідними тезами. Попри постійне поширення фейкових новин протягом останніх кількох років, реакція Заходу була повільною. На нашу думку, це відбувається через відсутність єдиного центру дезінформації та використання багатьох каналів комунікації, зокрема соціальних мереж і месенджерів. Євген Федченко стверджує, що існує принаймні 10-річний проміжок часу між спробами Кремля створити та модернізувати свої дезінформаційні кампанії, які використовують «величезну радянську пропагандистську машину, яка здебільшого зберіглась», та реакцією Заходу [8].

Однією з ознак демократії є свобода слова та вільні висловлювання, а також можливість публічних дебатів. Водночас ця перевага може стати суттєвим недоліком, адже будь-яка спроба припинити діяльність проросійських медіа або законодавчо обмежити дезінформаційний вплив починає подаватися пропагандистами як порушення прав. Таким чином, демократичні принципи Заходу використовуються проти цінностей демократії на користь пропагандистів.

Згідно з дослідженням "The German Marshall Fund", майже всі європейські держави з 2014 р. піддалися дезінформаційному нападowi Кремля задля зовнішнього впливу на процеси прийняття та реалізації політичних рішень. Для маніпулювання публічними дискусіями, особливо під час виборів чи референдумів, підконтрольні Кремлю мас-медіа та інфлюенсери, цілеспрямовано поширювали дезінформацію та популістські заклики. Автори дослідження характеризують цю ситуацію не як плюралізм думок та збалансовану й об'єктивну інформацію, що є прийнятним явищем у вільному громадянському суспільстві, а як нелегітимне зовнішнє втручання [5].

Окрім внесення хаосу в суспільне життя, ще однією політично-стратегічною метою російської пропаганди є підірив довіри до демократичного устрою та процесів. В цьому разі використовується старий радянський наратив про «злу еліту та простий народ». Хоча тема є ненормовою, на кремлівських каналах "RT" (Russia Today) та "Sputnik" рефреном звучить історія про «злу еліту», яка панує над «добрими людьми», за допомогою інституту демократичних виборів. Численні дослідження ЄС щодо дезінформації підтверджують, що марксистський наратив, відомий ще з радянських часів, про «капіталістів», які підпорядковують собі «пролетаріат», був замінений і перенесений у постмодерну популістську версію. Як у радянські часи, сучасний антиелітарний наратив часто доповнюється антиамериканськими образами. Ці нові дезінформаційні кампанії застосовують підвищене інформаційне переважання, заповнюючи інформаційний простір безліччю брехні, напівправди чи абсурдних новин. Отже, досягається ефект «інформаційного шуму» в якому знання чи аргументи щодо події та підтвержені факти губляться у вирі інформації, втрачають вагу та знецінюються [4].

**Висновки.** Росія проводить операції із впливу на соціальні дискусії в демократичних державах. Використовуючи демократичні принципи свободи думки та свободи преси, вільні можливості «відкритого суспільства», РФ спрямовує власні зусилля на боротьбу з демократією. Водночас авторитарна держава здійснює репресивні дії проти власних національних вільних ЗМІ та переростає фактично у «цифрову диктатуру», яка у такій новій формі несе загрозу цінностям ліберальних демократій. Російська машина дезінформації та пропаганди, використовуючи різні методи та канали, є одним із найпотужніших інструментів впливу на політичні процеси у Європі та світі. Розуміючи стратегічні цілі зовнішньої політики Росії, мусимо усвідомити, що світовій спільноті варто підготуватися до протистояння довгостроковій дезінформаційній кампанії.

---

## Pasichnyi R. The influence of modern Russian propaganda on European countries

The article considers the mechanisms and channels of influence of modern Russian propaganda on European countries. Analysing Russian disinformation as a lever of influence on society or the international community, we can see that it always used with organizing and supporting mass riots, "training" their own troops near the borders of the country targeted by aggression or cyberattacks on government portals. All these hybrid actions bring chaos to public life and unbalance political institutions.

Democratization and decentralization of the media allow each person to speak freely and disseminate their messages at an exponential rate, and using populist rhetoric is easy to provoke institutional distrust. Despite the different forms of news coverage and communication channels through which they are disseminated, the main narratives of Russian propaganda aimed at European countries remain as follows: American imperialism, the immediate threat of NATO aggression, the European Union is a puppet of the United States.

One of the hallmarks of democracy is freedom of speech and freedom of expression and the possibility of public debate. At the same time, this advantage can be a significant disadvantage, as any attempt to stop the activities of the pro-Russian media or to limit disinformation influence by law is beginning to be presented by propagandists as a violation of rights. Also, the democratic principles of the West are used against the values of democracy in favour of propagandists.

Russia's disinformation and propaganda machine, using various methods and channels, is one of the most powerful tools for influencing political processes in Europe and the world. Understanding the strategic goals of Russia's foreign policy, we must realize that the world community should prepare to confront a long-term disinformation campaign.

**Key words:** misinformation, propaganda, the Russian Federation, Europe, social networks and media, narrative, message.

---

### Література:

1. Болотська Р.В., Кудрін О.М. Гібридна війна «Бронзової ночі» – невивчені уроки. «Укрінформ» – мультимедійна платформа іномовлення в Україні. 2017. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/2218890-gibridna-vijna-bronzovoi-noci-nevivceni-uroki.html>.
2. Agents of doubt how a powerful Russian propaganda machine chips away at Western notions of truth. *The Washington Post*. URL: <https://www.washingtonpost.com/graphics/2018/world/national-security/russian-propaganda-skripal-salisbury>.
3. Endicott M. Propaganda's New Goals: Create Confusion, Sow Doubt. *U.S. News & World Report L.P.* 2017. URL: <https://www.usnews.com/news/national-news/articles/2017-01-31/russian-propagandas-new-goals-create-confusion-sow-doubt>.
4. GEC Special Report: August 2020 Pillars of Russia's Disinformation and Propaganda Ecosystem. *U.S. Department of State*. 2020. URL: [https://www.state.gov/wp-content/uploads/2020/08/Pillars-of-Russia's-Disinformation-and-Propaganda-Ecosystem\\_08-04-20.pdf](https://www.state.gov/wp-content/uploads/2020/08/Pillars-of-Russia's-Disinformation-and-Propaganda-Ecosystem_08-04-20.pdf).
5. Jankowicz N. Avoiding the band-aid effect in institutional responses to disinformation and hybrid threats. *The German Marshall Fund*. 2019. URL: <https://www.gmfus.org/sites/default/files/publications/pdf/Jankowicz%20-%20Bandaid%20Effect%20paper.pdf>.
6. Kopan T., Sciutto J. Donald Trump says Russia isn't to blame for MH17, despite evidence. *CNN Sans*. 2015. URL: <https://edition.cnn.com/2015/10/14/politics/donald-trump-mh17-plane-russians/index.html>.
7. Russia's Long-Term Campaign of Disinformation in Europe. *Carnegie Europe*. 2020. URL: <https://carnegieeurope.eu/strategieurope/81322>.
8. Russian Social Media Influence Understanding Russian Propaganda in Eastern Europe. *Rand Corporation*. 2018. URL: [https://www.rand.org/pubs/research\\_reports/RR2237.html](https://www.rand.org/pubs/research_reports/RR2237.html).