

DOI 10.31558/2519-2949.2019.1.7

УДК 32.019(061.1ЄС):001.92

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-9998-9538>**Карпчук Н. П., Східноєвропейський національний університет
імені Лесі Українки**

СТРАТЕГІЧНА КОМУНІКАЦІЯ ЄС ЯК ЗАСІБ У БОРОТБІ З ДЕЗІНФОРМАЦІЄЮ

У статті проаналізовано один із напрямів стратегічних комунікацій Європейського Союзу, який зорієнтований на розвінчування фейків й боротьбу з дезінформацією. Стратегічні комунікації належать до інноваційних інструментів зовнішньополітичної діяльності ЄС, що спрямовані на взаємодію у форматі як стратегічного партнерства з міжнародними акторами, так і для регіонального співробітництва з європейськими країнами. Саме для взаємодії з країнами Східного сусідства, кращого інформування про ЄС у цих країнах створено Робочу групу East Stratcom. Аналітики Робочої групи вбачають свою місію в тому, щоб пояснити та просувати політику Європейського Союзу у країнах Східного сусідства, а також виправляти дезінформацію. Робоча група звітує та аналізує тенденції дезінформації, пояснює та розвінчує дезінформаційні меседжі й підвищує обізнаність про дезінформацію, продуковану з боку Російської Федерації та російськомовних мас-медіа.

Загальнодоступною міжнародною базою даних дезінформації є сайт EUvsDisinfo, де представлені щотижневі огляди Групи, що стосуються дезінформації, й подано аналітичні статті з цієї проблематики. Зокрема, в аналітичних матеріалах наголошено, що кремлівська кампанія з дезінформації використовує диверсифікацію каналів, повідомлень залежно від цільової аудиторії. Проте в усіх повідомленнях є спільна мета: послабити Захід, дискредитуючи ідею європейської інтеграції, і посилити Кремль, просуваючи переконня і цінності РФ.

Дезінформація використовується Кремлем як засіб набуття влади в російській і зовнішній політиці. Аналітики Групи проводять усебічний аналіз дезінформаційних повідомлень і демонструють, що дезінформація може бути не лише способом залякування й демонстрування сили, вона також може бути смішною, недолугою, коли її творці, намагаючись увести в оману аудиторію, помиляються і викриваються.

Усвідомлюючи серйозність загроз дезінформації, Європейська комісія створила групу експертів високого рівня, місія яких – надавати консультації стосовно політичних ініціатив для протидії фальшивим новинам та поширенню дезінформації онлайн.

Ключові слова: стратегічна комунікація, дезінформація, Робоча група East Stratcom, сайт EUvsDisinfo, прокремлівська кампанія з дезінтеграції.

Практично упродовж століть ідея про те, що громадянський обов'язок – сприяти загальному благу, панувала в умах філософів і мислителів, які формували й просували концепцію демократії. Світ змінюється й громадянський обов'язок теж має розвиватися. На думку С. Левандовського й Дж. Лінама, сьогодні громадянський обов'язок – протистояти суспільству «після істини», коли свідомі помилки можна назвати «альтернативними фактами», коли певні політики стверджують, що «більше не існує факту» або «істина не є істиною»; це слід визнати як виклик для ліберальних демократій. Сьогодні правда перебуває під загрозою через використання практик дезінформації, так званих «4D»: distort (спотворювати інформацію), distract (відволікати увагу), dismay (збентежувати) and dismiss (ігнорувати інформацію) [8].

Прикладом «4 D» є діяльність медіа-каналів РФ, зокрема Sputnik й RT, які після знищення літака Малазійських авіаліній MH17 російським буком в 2014 р. спочатку заперечували, що то була російська ракета (спотворення); потім сказали, що то був український напад (відволікання); потім поінформували, що пілот навмисно створив аварійну ситуацію і літак уже перевозив мертві тіла (збентеження); і насамкінець заявили, що це була організована змова з дискредитації й подальшого повалення керівництва Російської Федерації (ігнорування фактів). Наслідком постійного

застосування «4 D» є поява ще одного D – «doubt» – сумніву: ми починаємо сумніватися в медіа, урядові, експертах і згодом у правді [8].

У боротьбі з дезінформацією ключову роль відіграють журналісти, які вишукують крихти правдивої інформації, аналізують й зіставляють факти, з'ясовують, кому дезінформація вигідна й з якою метою, а потім, не зважаючи на утиски й погрози, оприлюднюють результати свого розслідування для широкого загалу. Однак, боротьба з дезінформацією сьогодні є обов'язком кожного громадянина: попередити друзів, родичів, сусідів про небезпеку поширювати дезінформацію й наголошувати на потребі перевіряти вірогідність повідомлень, особливо тих, що надто вражають. Брехня чи просто неперевірена інформація швидко поширюється соціальними мережами саме через те, що її реципієнти полінувалися переконатися в її об'єктивності, бо це потребує часу й певних зусиль. Однак сучасні ІКТ дають змогу кожному провести власне журналістське розслідування.

Саме для того, щоб допомогти споживачам інформації переконатися у вірогідності інформаційних джерел, створено сайт EUvsDisinfo.eu, який є частиною кампанії, орієнтованої на краще прогнозування, розгляд і реагування на прокремлівську дезінформацію. Кампанію «ЄС проти дезінформації» проводить Робоча група East Stratcom Європейської служби зовнішніх справ (European External Action Service East Stratcom Task Force), створена після того, як у березні 2015 р. глави держав та урядів ЄС наголосили на необхідності оскарження поточних кампаній з дезінформації з боку Росії [7].

Уся діяльність East Stratcom реалізується в межах стратегічної комунікації, під якою розуміють управління дипломатією, інформацією, збройними силами й економікою, що охоплює всіх міжнародних акторів і містить системну оцінку значущості стратегічних комунікацій у зовнішній і безпековій політиці країни [1]. Сутність та інструменти стратегічних комунікацій досліджувати Д. Андерсон, Ю. Арендарська, Т. Блеклі, С. Бьорд, Д. Джонс, С. Джонсон, К. Йорк, П. Корніш, К. Ламб, Дж. Ліндлі-Френч, М. Лінч, Дж. Магоні, Д. Мерфі, Х. Панг, К. Пол, Д. Псакі, С. Татам, Ф. Тейлор, Дж. Фарвелл, К. Халлахан, Д. Хольцхаузен, О. Хорн, К. Х'юз, Ф. Шьоно тощо. Серед вітчизняних науковців окремі аспекти стратегічних комунікацій були у колі наукових інтересів Є. Макаренко, Є. Тихомирової, О. Кушнір, Д. Дубова, Т. Попової, А. Баровської, М. Шклярчук, І. Сидоренко та ін. Проте вважаємо, що стратегічні комунікації ЄС у контексті боротьби з дезінформацією є недостатньо вивченими.

Мета статті – проаналізувати стратегічні комунікації ЄС на прикладі інформаційних продуктів Робочої групи East Stratcom, зорієнтованих на боротьбу з дезінформацією.

У 2011 р. фахівці Королівського інституту міжнародних відносин П. Корніш, К. Йорк та Дж. Ліндлі-Френч у доповіді «Стратегічні комунікації й національна стратегія» проаналізували роль і потенціал стратегічних комунікацій як інструментарію зовнішньої і безпекової політики й наголосили, що широке розуміння стратегічних комунікацій можна розглядати як один з керівних чинників національної стратегії безпеки, оскільки стратегічні комунікації, пояснюючи наміри або дії міжнародних акторів, сприятимуть використанню комунікативного впливу як у безпековій, так і зовнішньополітичній сферах, тобто, стратегічні комунікації вважають невід'ємною складовою стратегічного планування і здійснення міжнародної політики [3]. К. Пол вважає, що основою стратегічних комунікацій є вплив і переконання у політичних цілях, передусім щодо сприйняття і розуміння образів, політики й дій, від яких залежатиме підтримка керівних рішень у суспільстві [9].

У березні 2015 р. Європейська Рада доручила Високому представнику у співпраці з інституціями ЄС та державами-членами представити План дій щодо стратегічної комунікації (Висновки Європейської Ради, 19 та 20 березня 2015 р.) [6]. План дій щодо стратегічної комунікації, представлений у червні 2015 р., має три основні цілі:

- ефективне спілкування та просування політики ЄС щодо Східного сусідства;
- зміцнення загального медіа-середовища у країнах Східного сусідства й країнах-членах ЄС, включаючи підтримку свободи мас-медіа й зміцнення незалежних медіа;
- покращення спроможності ЄС прогнозувати, вирішувати та реагувати на діяльність з дезінформації, яку поширюють зовнішні суб'єкти [10].

Група складається з чотирнадцяти штатних співробітників з інституцій ЄС або відряджених державами-членами ЄС. У 2018 р. для підтримки своєї роботи Робоча група отримала € 1,1 млн. для фінансування мережі професійних моніторів мас-медіа й аналітиків даних. У квітні 2018 р. Рада

закордонних справ високо оцінила роботу Робочої групи East Stratcom у контексті необхідності зміцнення стійкості ЄС та його сусідів проти російських загроз, включаючи гібридні.

Робоча група розробляє комунікаційні продукти й кампанії, спрямовані на краще пояснення політики ЄС у країнах Східного партнерства (Вірменія, Азербайджан, Білорусь, Грузія, Молдова й Україна). Вона тісно співпрацює з інституціями ЄС та делегаціями ЄС у країнах Східного партнерства. Робоча група підтримує широкі зусилля ЄС, спрямовані на зміцнення медіа-середовища у регіоні Східного партнерства, у тісній співпраці з іншими учасниками ЄС. Метою широкого міжнародного співробітництва є обмін передовим досвідом у сфері стратегічних комунікацій та доступу до об'єктивної інформації, а також забезпечення підтримки незалежних медіа в регіоні. Комунікаційні продукти компанії зосереджені в основному на країнах Східного сусідства і вироблені місцевими мовами країн. Їх можна знайти через канали соціальних медіа делегацій ЄС у регіоні, а також по телебаченню та через інші медіа й публічні заходи.

Робоча група звітує й аналізує тенденції дезінформації, пояснює і виправляє дезінформаційні меседжі й підвищує обізнаність про дезінформацію, продуковану з боку російської держави, російської мови та мас-медіа.

Робоча група проводить щотижневий «Огляд» дезінформації, за допомогою якого вже визначила та склала базу з більше 3800 випадків дезінформації з вересня 2015 р. (показник станом на весну 2018 р.). Цей сайт є єдиною загальнодоступною міжнародною базою даних дезінформації. «Огляд» підтримує і пропагує також сторінка EUvsDisinfo Facebook і обліковий запис у Twitter (Twitter@EUvsDisinfo). Група керує російськомовним сайтом Служби зовнішньої діяльності Європейського Союзу. Російською мовою говорять і розуміють мільйони людей у всьому світі, включно і в країнах-членах ЄС. Російськомовна веб-сторінка інформує, перш за все, про зовнішню політику ЄС, публікуючи інформацію про діяльність ЄС, а також заяви ЄС та прес-релізи, що стосуються, зокрема, Східного сусідства.

Експерти Групи фіксують випадки дезінформації й де вона з'явилася, проте не завжди пов'язують її з Кремлем. Їхні огляди аналізують повідомлення, а не його творця. У такий спосіб вони намагаються бути об'єктивними [5]. Робоча група East Stratcom доповнює базу даних великою кількістю власних аналітичних статей про різні аспекти дезінформації; збирає й рекомендує звіти, дослідження й статті інших авторів з цього питання; навчає інституції ЄС, уряди держав-членів, журналістів і дослідників на цю тему, а також регулярно бере участь у конференціях, щоб поділитися своїм досвідом. Інформаційні продукти Робочої групи East Stratcom регулярно цитують і використовують політики, уряди, державні установи, дослідники, аналітичні центри й журналісти в Європі та за її межами.

Щотижневий «Огляд дезінформації» (Disinformation Review) як головний продукт Робочої групи зорієнтований на підвищення обізнаності про дезінформацію. Однак, через те, що «Огляд» розкриває останні дезінформаційні повідомлення у мас-медіа, він не може вважатися офіційною позицією ЄС. Аналітики Робочої групи наголошують, що вони не займаються контрпропагандою; їх головне завдання – пояснити та просувати політику Європейського Союзу у Східному сусідстві, а також виправляти дезінформацію.

Зокрема, в оглядах 2018 р. проведено ретельний аналіз кремлівської дезінформації, зорієнтованої на формування викривленого образу ЄС. Підкреслено, що прокремлівська кампанія з дезінформації має одну стратегію: незважаючи на різноманітність повідомлень, каналів, інструментів, рівнів, амбіцій і тактичних цілей, і незважаючи на швидку спроможність адаптуватися, стратегічна мета одна – послабити Захід і зміцнити Кремль. З цією метою здійснюють диверсифікацію повідомлень – для росіян і для неросіян, для неросіян у різних частинах світу. Наприклад, дезінформація про те, що ЄС перетворює людей на гомосексуалів або педофілів, буде вважатися смішною в Західній Європі, але може переконати певну аудиторію у країнах Східного партнерства. З іншого боку, ці аудиторії вважатимуть неправдоподібним повідомлення про те, що Україну очолюють політики з фашистськими переконаннями; проте воно може досягти успіху в деяких країнах Західної Європи. Російські пропагандисти розробляють різні послання не тільки для різних регіонів, але й для різних соціально-економічних груп, виходячи з їхнього віку, освіти, доходів, статусу й професії. Повідомлення, яке використовують для впливу на дипломата, не матиме успіху у студента або пенсіонера, і навпаки. Дезінформація для короткострокового впливу на людей, які беруть участь у процесах прийняття рішень, буде відрізнятися від повідомлення, що намагається впливати на більш широку громадську думку в довгостроковій перспективі [12].

Кремлівська кампанія з дезінформації використовує різні канали для різних аудиторій. У Центральній та Східній Європі дезінформація переважно поширюється через десятки спеціалізованих відділень місцевими мовами. Однак цей інструмент виявився неефективним у країнах Північної Європи, де російський канал Sputnik мав закритися; кампанія перейшла до соціальних медіа, дискусійних форумів, кібер-атак та онлайн-особистих залякувань. Орієнтація на російськомовну меншість може бути найефективнішим інструментом у країнах, де є багато російськомовних громадян.

Кампанія має різні тактичні цілі та завдання для різних аудиторій. Вона може подавати теорії змови саме тій аудиторії, яка готова їх сприймати. Вона грає на проросійських і антизахідних почуттях в одному суспільстві (наприклад, деякі країни Східної Європи, країни-члени СНД), а також використовує інтереси місцевих національних меншин або антинімецькі / панслав'янські емоції в іншому. Це провокує істерію та поляризацію через, наприклад, агресивне повідомлення про біженців чи у підтримку / засудження ЛГБТ-спільноти тощо, щоб переконати обидві сторони, що ті, хто стоїть по інший бік, є абсолютною загрозою. Спочатку описують реальну проблему, але потім додають помилкові та / або викривлені факти. Спільним для кремлівських кампаній є гра на емоціях, коли суспільство стає схвильованим, заляканим, ірраціональним і, як наслідок, легко піддається маніпулятивному впливу. Страх стає основною емоцією, яка найсильніше поляризує суспільство [12].

Кремлівська кампанія з дезінформації має різні рівні цілей: 1) цілі високого рівня: завдання 2014 р. – допомогти Росії досягти своїх військових цілей у Криму; Європейські вибори та референдуми – 2016 й 2017 рр., щоб послабити консенсус у Європі стосовно політики щодо Росії; 2) цілі нижчого рівня: підірвати ліберальну демократію, сіяти та посилювати недовіру до достовірних джерел інформації (уряду чи основних медіа) в геополітичному напрямку країни та в роботі міжурядових організацій; використовувати і посилювати розбіжності між різними соціально-економічними групами на основі національної приналежності, раси, доходу, віку, освіти і професії. Цей тип кампанії з дезінформації часто сприймається як маргінальний, але може досягти значних результатів у довгостроковій перспективі.

Кампанія з дезінформації є частиною російської військової доктрини; до кампанії залучають найвпливовіших російських державних медіа, діяльність яких жорстко контролюють високопосадовці загальнодержавного рівня (регулярно проводять щотижневі зустрічі Кремлівської ієрархії з найважливішими російськими журналістами з державних мас-медіа). Саме це відрізняє кампанію від інших, менш агресивних і не явно спрямованих на ЄС операцій з іноземним впливом. Журналісти, які беруть активну участь у ній, отримують президентські й військові нагороди. Держава вимагає, фінансує і винагороджує дезінформаційну діяльність, як економічно ефективний метод досягнення своїх цілей. Кампанія безпосередньо спрямована на заподіяння шкоди ліберальній демократії, верховенству права і правам людини, а також припиненню тих інституцій, міжурядових організацій, політиків та окремих осіб, які їх захищають [12].

Дезінформація є серйозною проблемою, бо використовується Кремлем як засіб набуття влади в російській і зовнішній політиці. Проте дезінформація також може бути смішною, недолугою, коли ті, хто намагається ввести в оману глядачів, помиляються і викриваються. У 2018 р. журналісти сайту EUvsDisinfo.eu перевірили багато фактів, які спростували дезінформаційні меседжі, зокрема: 1) російське державне телебачення показало бойові сцени з Сирії, які насправді виявилися кадрами комп'ютерної гри «Arma 3»; 2) російське державне телебачення показало, що лідер Північної Кореї Кім Чен Ін посміхається, потискуючи руку міністру закордонних справ Росії, але посмішка була додана за допомогою Photoshop; 3) Russia Today переконувала, що підозрювані в Солсбері є лише регулярними туристами; 4) російське державне телебачення помилково називало Азовське море «нашим внутрішнім морем» безпосередньо перед тим, як загострилася ситуація в цьому районі; 5) російське медіа інтерв'ювало данських політиків, які згодом не могли розпізнати власні слова, коли почули переклад російською; 6) російське державне телебачення показало «один з найсучасніших роботів», який виявився людиною у відповідному костюмі; 7) російське державне телебачення взяло інтерв'ю в «українця», який скаржився на свою країну, але опитуваний був білоруським актором тощо [4].

У січні 2019 р. «Огляд» дезінформації РФ викрив такі оманливі й фальшиві повідомлення:

1) Україна: *фальшиві звинувачення, що Україна є агресором на Донбасі і в Керченській протоці; Україна знову презентувалася як «невдала держава», оскільки були подані неправильні твердження про плани України закрити свої атомні електростанції через брак урану; МЗС України*

звинувачувалося в служінні інтересам олігархів й Україна невдовзі досягне вершини списку країн з найбільшим боргом; весь процес із наданням «томосу» ПЦУ є передвиборчим трюком і не зовсім реальним документом;

2) *Литва*: 13 січня литовці відзначали ніч у 1991 р., коли радянські війська намагалися придушити відновлену незалежність країни. Захищаючи свою свободу, люди чинили опір радянським агресорам, які використовували спеціальні війська і танки; загинуло 14 безбройних цивільних осіб. Прокремлівська дезінформація подавала ці події в іншому й цинічному світлі, стверджуючи, що 14 людей були вбиті земляками-литовцями. Окрім цього, Парламент Литви видав щорічну премію Свободи семи борцям за свободу – лісним братам, які чинили опір радянській окупації наприкінці Другої світової війни. Намагаючись дискредитувати боротьбу за незалежність країн Балтії і вибілити історію радянської окупації, віддавна прокремлівські медіа наклеюють на Балтійських лісових братів ярлик нацистських співробітників. Риторика була оновлена відповідно до сучасних тенденцій, оскільки лісові брати були позначені як терористи. Дезінформатори також використали нагоду похвалити режим Сталіна як «не кривавий і дуже гуманний»;

3) *Македонія*: планова поява нової Республіки Північна Македонія надихнула прокремлівські мас-медіа стверджувати, що країна була змушена змінити свою назву через вимоги у контексті вступу до НАТО, що ніби-то викликало масові протести;

4) *Грузія*: лабораторія в Грузії, яка є частиною Національного центру з контролю за захворюваннями та громадського здоров'я (NCDC), що почав функціонувати в серпні 2013 р., тривалий час перебувала в епіцентрі відкритих теорій змови. Центр Lugar є авторитетним закладом у лабораторній мережі NCDC і служить референс-лабораторією для системи охорони здоров'я Грузії. У січні 2019 р. в російських медіа з'явилися бездоказові заяви, що біологи з американської військової медичної групи і деякі приватні підрядники могли проводити таємні експерименти над грузинами і що майже 100 осіб загинули, бо безкоштовна програма ліквідації гепатиту С не йшла, як планувалося [11].

Усвідомлюючи деструктивний вплив дезінформації не лише на систему прийняття рішень, але й на масову свідомість, оцінки, судження й переконання громадян, у січні 2018 р. Європейська комісія створила групу експертів високого рівня (highlevel group of experts «the HLEG») для надання консультацій щодо політичних ініціатив для протидії фальшивим новинам та поширенню дезінформації онлайн. На думку Групи відповідь на дезінформацію має ґрунтуватися на таких п'яти «стовпах»:

1) підвищити прозорість онлайн-новин, включаючи адекватний і конфіденційний обмін даними про системи, що забезпечують їх обмін в Інтернеті;

2) сприяти медіа- й інформаційній грамотності для протидії дезінформації та допомогти користувачам у навігації у цифровому медіа-середовищі;

3) розробити інструменти для розширення можливостей користувачів та журналістів боротися з дезінформацією та сприяти позитивній взаємодії на основі інформаційних технологій, які швидко розвиваються;

4) зберігати різноманітність і стійкість європейської новинарної медіа-екосистеми;

5) сприяти продовженню досліджень впливу дезінформації в Європі, щоб оцінити заходи, вжиті різними суб'єктами, і постійно коригувати необхідні відповіді [2].

Кампанія з протидії кремлівській дезінформації, яку культивували й поширювали упродовж багатьох років, потребує тривалого часу й великих зусиль, адже є споживачі інформації, які сприймають факти саме в момент показу, але є й ті, хто потребує більшого переконання, повторення повідомлень, щоб виправити свої помилкові судження. До протидії й боротьби з дезінформацією мають залучатися журналісти різних медіа, діяльність яких повинна базуватися на принципах транспарентності, відповідальності, чіткому відокремленню перевірених фактів від думок; владні структури не повинні втручатися в інформаційну політику медіа; організації громадянського суспільства можуть реалізовувати проекти з підвищення медіа-грамотності громадян. Онлайн-платформи, зокрема соціальні мережі й онлайн відео-платформи, спроможні вплинути на громадську думку шляхом сортування, відбору та рейтингування новинарної інформації й слугуватимуть інструментом перевірки вірогідності фактів. Нажаль, немає доказів того, що потік російської дезінформації зменшиться, отже й поле для подальших наукових досліджень залишається широким.

Бібліографічний список:

1. Макаренко Є. Стратегічні комунікації в міжнародних відносинах. URL: http://journals.iir.kiev.ua/index.php/pol_n/article/viewFile/3117/2798 (дата звернення: 11.02.2019).
2. A Multi-Dimensional Approach to Disinformation. Report of the independent High level Group on fake news and online disinformation. URL: https://blog.wan-ifra.org/sites/default/files/field_blog_entry_file/HLEGReportonFakeNewsandOnlineDisinformation.pdf (дата звернення: 23.02.2019).
3. Cornish P., Lindley-French J. and Yorke C. Strategic Communications and National Strategy. A Chatham House Report. London, 2011, 42 p. URL: <http://sp.niss.gov.ua/content/articles/files/24-1436781085.pdf>, 2011 (дата звернення: 11.02.2019).
4. Disinformation in 2018: Twelve Embarrassing Moments. URL: <https://euvsdisinfo.eu/disinformation-in-2018-twelve-embarrassing-moments/> (дата звернення: 15.02.2019).
5. Disinformation Review. URL: <https://euvsdisinfo.eu/disinfo-review/> (дата звернення: 15.02.2019).
6. European Council conclusions, 19-20 March 2015. URL: <https://www.consilium.europa.eu/media/21888/european-council-conclusions-19-20-march-2015-en.pdf> (дата звернення: 20.02.2019).
7. EU vs Disinfo. URL: <https://euvsdisinfo.eu/about/> (дата звернення: 19.02.2019).
8. Lewandowsky S., Lynam J. Combating 'fake news': The 21st century civic duty. URL: <https://www.irishtimes.com/opinion/combating-fake-news-the-21st-century-civic-duty-1.3739327> (дата звернення: 11.02.2019).
9. Paul Ch. Getting Better at Strategic Communication. Santa Monica: RAND Corporation, July 12, 2011, 18 p. URL: <https://www.rand.org/pubs/testimonies/CT366.html> (дата звернення: 19.02.2019).
10. Questions and Answers about the East StratCom Task Force. URL: https://eeas.europa.eu/headquarters/headquarters-homepage/2116/-questions-and-answers-about-the-east-stratcom-task-force_en (дата звернення: 15.02.2019).
11. There have never been any Russian forces in Ukraine !? URL: <https://euvsdisinfo.eu/there-have-never-been-any-russian-forces-in-ukraine/> (дата звернення: 19.02.2019).
12. The Strategy and Tactics of the Pro-Kremlin Disinformation Campaign. URL: <https://euvsdisinfo.eu/the-strategy-and-tactics-of-the-pro-kremlin-disinformation-campaign/> (дата звернення: 19.02.2019).

References:

1. Makarenko Ye. Strategic Communications in International Relations. URL: http://journals.iir.kiev.ua/index.php/pol_n/article/viewFile/3117/2798 (date of address: 11.02.2019).
2. A Multi-Dimensional Approach to Disinformation. Report of the independent High level Group on fake news and online disinformation. URL: https://blog.wan-ifra.org/sites/default/files/field_blog_entry_file/HLEGReportonFakeNewsandOnlineDisinformation.pdf (date of address: 23.02.2019).
3. Cornish P., Lindley-French J. and Yorke C. Strategic Communications and National Strategy. A Chatham House Report. London, 2011, 42 p. URL: <http://sp.niss.gov.ua/content/articles/files/24-1436781085.pdf>, 2011 (date of address: 11.02.2019).
4. Disinformation in 2018: Twelve Embarrassing Moments. URL: <https://euvsdisinfo.eu/disinformation-in-2018-twelve-embarrassing-moments/> (date of address: 15.02.2019).
5. Disinformation Review. URL: <https://euvsdisinfo.eu/disinfo-review/> (date of address: 15.02.2019).
6. European Council conclusions, 19-20 March 2015. URL: <https://www.consilium.europa.eu/media/21888/european-council-conclusions-19-20-march-2015-en.pdf> (date of address: 20.02.2019).
7. EU vs Disinfo. URL: <https://euvsdisinfo.eu/about/> (date of address: 19.02.2019).
8. Lewandowsky S., Lynam J. Combating 'fake news': The 21st century civic duty. URL: <https://www.irishtimes.com/opinion/combating-fake-news-the-21st-century-civic-duty-1.3739327> (date of address: 11.02.2019).
9. Paul Ch. Getting Better at Strategic Communication. Santa Monica: RAND Corporation, July 12, 2011, 18 p. URL: <https://www.rand.org/pubs/testimonies/CT366.html> (date of address: 19.02.2019).
10. Questions and Answers about the East StratCom Task Force. URL: https://eeas.europa.eu/headquarters/headquarters-homepage/2116/-questions-and-answers-about-the-east-stratcom-task-force_en (date of address: 15.02.2019).
11. There have never been any Russian forces in Ukraine !? URL: <https://euvsdisinfo.eu/there-have-never-been-any-russian-forces-in-ukraine/> (date of address: 19.02.2019).
12. The Strategy and Tactics of the Pro-Kremlin Disinformation Campaign. URL: <https://euvsdisinfo.eu/the-strategy-and-tactics-of-the-pro-kremlin-disinformation-campaign/> (date of address: 19.02.2019).

Karpchuk N. P. EU Strategic Communication as a Means to Fight Against Disinformation

The article analyzes one of the directions of the European Union strategic communications aimed at debunking fakes and disinformation. Strategic communications belong to the innovative tools of the EU foreign policy, aimed at interaction in the format of both strategic partnership with international actors and regional cooperation with European countries. The East Stratcom Task Force has been created precisely

for the East Neighborhood countries to cooperate with the East Europe states and to better inform on the EU in these countries. The Task Force analysts see their mission in explaining and promoting the European Union's policy in the Eastern Neighborhood, as well as correcting disinformation. The Task Force reports and analyzes the trends of disinformation, explains and debunks disinformation messages and raises awareness of disinformation produced by the Russian Federation and Russian-language media.

EUvsDisinfo is the publicly available international disinformation database which provides weekly reviews of the Task Force and presents analytical articles on this issue. In particular, analytical materials emphasize that the Kremlin campaign for disinformation uses diversification of channels, messages depending on the target audience. However, all messages have a common goal that is to weaken the West, discrediting the idea of European integration, and to strengthen the Kremlin, promoting the convictions and values of the Russian Federation.

Disinformation is used by the Kremlin as a means of acquiring power in both Russian and foreign policy. The Task Force analysts conduct a comprehensive analysis of disinformation messages and demonstrate that disinformation cannot only be a way of intimidating and demonstrating power; it can also be ridiculous, mischievous, when its creators, trying to mislead the audience, are mistaken and exposed.

Being aware of the acuteness of the disinformation threats, the European Commission has set up a high-level group of experts whose mission is to provide advice on policy initiatives to counteract false news and disinformation online.

Key words: *strategic communication, disinformation, East Stratcom Task Force, EUvsDisinfo site, pro-Kremlin campaign on disinformation.*