

DOI 10.35775/PSI.2025.129.12.026

УДК 32

Д.Е. ГРЕБЕНЩИКОВА

соискатель ученой степени кандидата политических наук

Дипломатической академии МИД России; редактор

МИА «Россия сегодня», Россия, г. Москва

E-mail: [dasha.tde2000@gmail.com](mailto:dasha.tde2000@gmail.com)

<https://orcid.org/0009-0000-4690-4935>

## ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ И МЕДИЙНЫЕ МЕХАНИЗМЫ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ АНТИРОССИЙСКОЙ ПРОПАГАНДЕ НА ПРИМЕРЕ РАБОТЫ RT (RUSSIA TODAY)

**Цель исследования.** Актуальность темы обусловлена ростом антироссийской риторики в западных СМИ и необходимостью выработки эффективных стратегий противодействия деструктивным нарративам. Новизна исследования состоит в рассмотрении проблемы через призму западных механизмов борьбы с «российской информационной угрозой». На примере RT и RT DE анализируются институциональные и медийные формы реагирования, выявляется феномен гибридной адаптации российских медиа. Работа сочетает теоретический и практический подходы, направленные на укрепление устойчивости информационного пространства и формирование позитивного образа России за рубежом. **Вывод.** Ограниченная эффективность RT DE в Германии коренится в его восприятии как инструмента государственной пропаганды, что вызывает институциональное противодействие и недоверие. Это стимулирует переход к гибридной модели: децентрализованному сетевому присутствию, нацеленному на нишевые аудитории и амплификацию недоверия. Следовательно, устойчивое информационное влияние требует смены парадигмы – от централизованных брендов к созданию адаптивных сетевых коммуникаций, основанных на локализации, диверсификации акторов и построении доверия.

**Ключевые слова:** информационная безопасность, антироссийская пропаганда, стратегические коммуникации, медиаанализ, медиаобраз, гибридная адаптация, международное медиaprостранство.

Механизмы возможного противодействия антироссийской пропаганде целесообразно рассматривать через призму тех стратегий, которые западные государства применяют в рамках собственной борьбы с так называемой «российской информационной угрозой».

Одним из ключевых примеров, позволяющих рассмотреть механизмы институционального и медийного противодействия антироссийской пропаганде, является деятельность международного телеканала RT. Реакция западных стран на RT демонстрирует, каким образом создаются и применяются механизмы

контроля над информационным пространством, а также как формируются стратегии регулирования и ограничения медиавлияния.

Эти механизмы можно условно разделить на два элемента:

1. Институциональные, включающие законодательные ограничения, санкции, лицензионные и регуляторные процедуры, а также межгосударственную координацию.

2. Медийные, направленные на ограничение распространения контента и коррекцию восприятия аудитории (фактчекинг, медиамониторинг, создание альтернативных дискурсов и т. п.).

Анализ данных подходов позволяет выделить универсальные принципы информационного реагирования, которые могут быть адаптированы в российских условиях для повышения устойчивости к деструктивным нарративам и формирования позитивного медиаобраза страны.

Во-первых, эффективное противодействие антироссийской пропаганде должно строиться на комплексном и многоуровневом подходе. Одной лишь государственной инициативы в данной сфере недостаточно: необходимо вовлечение общественных институтов, образовательных организаций, научных центров и независимых медиа. Развитие платформ для открытого диалога, экспертного обмена и объективного освещения событий в России способствует укреплению доверия как внутри страны, так и за ее пределами.

Во-вторых, важнейшим направлением является создание и развитие собственных конкурентоспособных информационных ресурсов. Формирование качественного, достоверного и доступного контента, способного конкурировать с антироссийскими нарративами, обеспечивает информационное равновесие и формирует устойчивое восприятие России как субъекта, а не объекта международной коммуникации. Поддержка профессионального сообщества журналистов, аналитиков и медиаэкспертов, а также активное использование цифровых платформ, социальных сетей и мультимедийных форматов создают основу для продвижения альтернативной точки зрения и укрепления доверия к российским источникам.

В-третьих, важную роль играет активное взаимодействие с международным сообществом. Участие в глобальных медиадискуссиях, научных конференциях, форумах и международных медийных платформах способствует формированию взвешенного и аргументированного представления о позиции России по ключевым вопросам мировой политики. Конструктивный диалог и обмен информацией позволяют разрушать устойчивые стереотипы и антироссийские предубеждения, а также расширять возможности для публичной дипломатии.

В целом, эффективное противодействие антироссийской пропаганде должно основываться на комплексной и многоуровневой стратегии, включающей в себя как государственные инициативы, так и активное взаимодействие с гражданским обществом, медиасообществом, а также с международными партнерами. Такой подход позволяет не только минимизировать воздействие деструктивных

информационных потоков, но и укрепить систему национальной информационной безопасности, выстраивая доверие между государством и обществом, а также формируя устойчивый и достоверный образ России в мировом медиапространстве [3. С. 214].

Ключевым элементом противодействия антироссийской пропаганде выступает развитие стратегических коммуникаций, ориентированных на формирование прозрачных и достоверных каналов взаимодействия между государственными институтами, средствами массовой информации и обществом. Такой подход соответствует положениям Концепции информационной безопасности Российской Федерации, в которой акцентируется внимание на необходимости обеспечения информационного суверенитета и защиты национальных интересов в цифровом пространстве [2].

В этой связи эффективное противодействие деструктивным информационным воздействиям возможно лишь при условии системной интеграции стратегических коммуникаций с мерами по развитию медиаграмотности населения и повышению качества национального медиаконтента.

Таким образом, реализация данных механизмов позволяет не только повысить устойчивость российского информационного пространства к внешнему давлению, но и выстроить системную стратегию формирования позитивного образа страны за рубежом. Эти подходы особенно актуальны в контексте взаимодействия России и Германии, где информационная среда характеризуется высокой конкуренцией и активным присутствием альтернативных медиа.

Основные механизмы противодействия антироссийской пропаганде представлены в таблице 1 (см.: Табл. 1).

**Таблица 1.** Механизмы противодействия антироссийской пропаганде

Формирование контрповестки	Акцент на противоречиях внутри западных обществ, демонстрация двойных стандартов, критика политических институтов ЕС и НАТО.
Использование цифровых платформ	RT DE активно работает в YouTube, Telegram, Rumble и TikTok, что позволяет обходить цензуру и сохранять доступ к аудитории после блокировки телеканала в немецких сетях в 2022 году.
Апелляция к недоверию и социальная фрагментация	RT DE использует темы, вызывающие эмоциональный отклик у немецкой аудитории, такие как рост цен на энергоносители, миграционный кризис и «информационная монополия» западных СМИ.
Псевдонезависимая структура подачи контента	Использование приглашенных экспертов, блогеров и независимых журналистов для создания впечатления плюралистичности мнений и объективности.

Телеканал RT (ранее Russia Today) является одним из ключевых инструментов реализации стратегических коммуникаций России за рубежом, в том числе в Германии. Запущенный в декабре 2005 года при поддержке правительства РФ, RT первоначально позиционировался как средство «мягкой силы» для продвижения позитивного образа России, демонстрации ее культурного потенциала, истории и современных достижений. Однако стратегия акцентирования исключительно на имиджевых и культурных аспектах оказалась недостаточно эффективной для привлечения внимания западной аудитории и противодействия антироссийской риторике, доминирующей в западных СМИ.

В 2009 году компания провела масштабный ребрендинг, отказавшись от полного названия Russia Today в пользу сокращенного RT. Этот шаг позволил телеканалу дистанцироваться от прямой ассоциации с российским государством и одновременно подчеркнуть универсальность и независимость бренда. Смена стратегии оказалась успешной: уже к 2018 году еженедельная аудитория RT превышала 100 миллионов человек, а вещание велось на английском, испанском, французском, арабском и немецком языках. В Германии RT представил платформу RT DE, ориентированную на локальную аудиторию и тематически выстроенную вокруг критики западной политики, вопросов миграции, энергетической безопасности и свободы слова. Таким образом, RT DE стал частью более широкой институциональной стратегии противодействия антироссийским нарративам, действуя как канал, предлагающий «альтернативный взгляд» на международные события.

С точки зрения медийных механизмов, RT DE использует несколько ключевых подходов, представленных в таблице 2 (см.: Табл. 2).

Таблица 2 Стратегические коммуникационные механизмы RT DE в немецком медиaprостранстве

<b>Формирование контрповестки</b>	Акцент на противоречиях внутри западных обществ, демонстрация двойных стандартов, критика.
<b>Использование цифровых платформ</b>	RT DE активно работает в YouTube, Telegram, Rumble и TikTok, что позволяет обходить цензуру и сохранять доступ к аудитории после блокировки телеканала в немецких сетях в 2022 году.
<b>Апелляция к недоверию и социальная фрагментация</b>	RT DE использует темы, вызывающие эмоциональный отклик у немецкой аудитории, такие как рост цен на энергоносители, миграционный кризис и «информационная монополия» западных СМИ.
<b>Псевдонезависимая структура подачи контента</b>	Использование приглашенных экспертов, блогеров и независимых журналистов для создания впечатления плюралистичности.

Исследователи отмечают, что стратегия RT направлена не столько на прямое продвижение российского нарратива, сколько на подрыв доверия к западным СМИ и институциональным структурам. По мнению Роберта Ортгунга, профессора Исследовательского института открытых медиа, «основная цель RT – убедить западную аудиторию, что их собственные лидеры вводят их в заблуждение» [8]. Эта стратегия, по сути, является зеркальной реакцией на антироссийскую информационную кампанию, создавая пространство для альтернативного восприятия событий.

На институциональном уровне противодействие RT DE в Германии проявляется в жестких мерах регуляции и ограничении деятельности канала. В феврале 2022 года немецкий медиарегулятор Kommission für Zulassung und Aufsicht (ZAK) запретил вещание RT DE, ссылаясь на отсутствие европейской лицензии [10]. В ответ телеканал перенес часть инфраструктуры в Сербию и стал активно использовать цифровые форматы, усилив присутствие в мессенджерах и на альтернативных видеоплатформах. Таким образом, можно говорить о гибридной адаптации RT к институциональным барьерам, что само по себе является формой противодействия антироссийской пропаганде и попыткой сохранить информационное влияние в условиях ограничений.

Несмотря на критику и блокировки, RT продолжает играть определенную роль в формировании информационного дискурса в Германии, используя как институциональные механизмы (международные лицензии, юридическую гибкость, сетевую инфраструктуру), так и медийные инструменты (социальные сети, экспертные форматы, визуальные нарративы).

Несколько аналитических отчетов фиксируют значительный рост онлайн-аудитории RT DE в период пандемии и перед федеральными выборами 2021 года. Так, по данным мониторинга GMF и связанных исследований, RT DE демонстрировал резкий прирост подписчиков и просмотров на YouTube и в соцсетях в 2020-2021 годах, а в отдельные месяцы канал получал десятки миллионов просмотров видео [5].

В то же время широкие исследования уровня доверия к СМИ в Германии (Reuters Institute, Leibniz NBI, федеральные социологические исследования) показывают, что общее доверие к традиционным СМИ остается выше, чем к «альтернативным» ресурсам. RT DE как проект, финансируемый российским государством, фигурирует в списках источников, к которым доверие значительно ниже и которое, как правило, коррелирует с политической ориентацией респондентов, т.е. RT DE имеет заметную популярность в отдельных нишах аудитории, но не широкую массовую репутацию доверенного источника в немецком обществе в целом [6].

Кроме того, аналитики указывают, что влияние RT DE на формирование общественного мнения было не столько в массовом завоевании «центра», сколько в усилении и мобилизации уже существующих сомневающихся и маргинальных групп («амплификация недоверия») [9].

Так, исследования ISD и другие аналитические отчеты указывают, что высокая вовлеченность RT DE во многом была обусловлена перекрытием аудитории с сообществами ковид-скептиков, праворадикальных и конспирологических каналов. Анализ ISD (отчет «Ein Virus des Misstrauens», 2021) показал, что многие из самых популярных видео RT DE в исследуемом периоде имели тематику, привлекательную для этих сообществ, и что RT DE регулярно появлялся в топ-листах доменов, популярных в соответствующих Telegram-каналах [9].

Таким образом, опыт RT демонстрирует, что противодействие антироссийской пропаганде может быть реализовано не только через официальную дипломатическую или культурную политику, но и посредством медийной гибридной стратегии, адаптированной к особенностям немецкого информационного поля. Это делает влияние RT DE значимым именно как фактор поляризации и усиления альтернативных нарративов в Германии [7].

В этой связи в контексте формирования устойчивого и позитивного медиаобраза России на немецкоязычном медиарынке особое значение приобретает комплексное использование различных медийных стратегий. Эффективное противодействие антироссийской пропаганде невозможно при опоре исключительно на институциональные медиаформаты, напрямую ассоциируемые с государственными структурами. В течение длительного времени медиахолдинг RT DE выступал основным инструментом информационного продвижения, обладая сформированным международным имиджем и высоким уровнем узнаваемости. Однако в западном медиадискурсе, в частности в Германии, данный бренд нередко воспринимается сквозь призму политизированных оценок и стереотипов, что ограничивает его возможности для эффективного коммуникативного воздействия на широкую аудиторию.

С учетом этого, перспективным направлением стратегических коммуникаций видится развитие диверсифицированной модели распространения информации, включающей использование социальных сетей, децентрализованных платформ и альтернативных медиаформатов, которые не ассоциируются напрямую с брендом RT или конкретными личностями, связанными с ним институционально. Подобная стратегия позволяет не только смягчить негативное восприятие «официальных» каналов, но и способствует расширению охвата аудитории за счет более органичного присутствия в медиасреде.

Опыт RT DE, столкнувшегося с блокировкой вещания на территории Германии и ограничением распространения контента на традиционных платформах, демонстрирует необходимость адаптации российских медиаструктур к условиям цифровой конкуренции и политико-информационных барьеров. В этих условиях развитие независимых цифровых площадок, ориентированных на аудиторию за пределами России, представляется не только целесообразным, но и стратегически значимым шагом. Практика показывает, что подобные каналы коммуникации обладают более высокой устойчивостью к попыткам блокировки и способны эффективно выполнять функции по распространению

альтернативных точек зрения и формированию многополярного информационного пространства.

При использовании брендового медиахолдинга, подобного RT DE, для формирования медиаобраза России в Германии возникают значительные следующие барьеры.

В обществе складывается низкий уровень доверия к бренду как государственному медиаресурсу. Бренд RT воспринимается в немецкоязычном пространстве в качестве государственной пропаганды России, что автоматически снижает его воспринимаемую в обществе независимость и достоверность. В отчете Institute for Strategic Dialogue (ISD) отмечено, что немецкие власти и медиа рассматривают RT DE как «инструмент Кремля» и ставят его деятельность в один ряд с дезинформацией [4]. Соответственно, аудитория воспринимает бренд как «инструмент чужой власти», она либо игнорирует сообщения, либо относится к ним с подозрением. В этом плане альтернативные медиа или аккаунты без известной брендовой маркировки могут иметь больше свободы и воспринимаются как «независимые».

В связи с напряженной политической обстановкой бренд RT неоднократно сталкивался с регулярными и лицензионными ограничениями, что, конечно же, оказывало урон непосредственно образу государства. Особенно это касается RT DE, который ассоциируется с государством-источником. Так, немецкий медиарегулятор ZAK запретил RT DE вещание в Германии из-за отсутствия лицензии. Соответственно, подобные санкции ограничивают форматы распространения, местный легальный статус и публичную легитимность, что в свою очередь может снижать охват бренда.

Если бренд медиахолдинга тесно связан с повесткой международного конфликта (в данном случае Россия-Запад, Украина и др.), то сообщения, исходящие от этого бренда, воспринимаются как часть геополитического противостояния. Это уменьшает эффективность для широкой аудитории, особенно когда целью является формирование позитивного образа. В отчете ISD отмечено, что RT DE рассматривается немецкими властями как часть «информационной войны» России против демократических институтов Европы. Бренд оказывается «запятнанным» политической окраской: элементы нейтральности или позитивного имиджа теряют вес, поскольку аудитория уже «знает», что канал имеет определенную позицию [9].

Большой бренд-медиахолдинг, особенно ассоциированный с государством, вынужден следовать официальным линиям, фирменной стилистике и нормативам. Исследование «Argylov& Lavrishcheva» показывает, что «бренд-медиа» требуют более формализованных стратегий контента, что делает их менее адаптивными к быстро меняющимся формам участия в соцсетях [1. С. 58-74].

В цифровой среде, где значимыми оказываются микроформаты (мемы, короткие видео, сторисы), бренд-канал может проигрывать более легким альтернативам, которые действуют без тяжелой брендовой оболочки и могут быть воспринимаемы как «от народа».

Бренд-медиа, как RT, подвергаются усиленному контролю и критике: фактчекинг, научные отчеты, журналистские расследования активно анализируют их деятельность. Это создает дополнительную репутационную нагрузку, и даже если контент охотно распространяется, его воспринимаемая легитимность снижена.

**Заключение.** Анализ представленных факторов позволяет заключить, что ограничение эффективности RT DE в немецком медиапространстве носит не только технический или коммуникационный характер, но и отражает глубинные политико-институциональные противоречия между Россией и Германией. С одной стороны, жесткая регуляция вещания и ограничение дистрибуции контента RT DE – часть стратегии информационного сдерживания, направленной на поддержание медиасуверенитета Германии и предотвращение внешнего влияния на общественное мнение. С другой стороны, использование прямого бренда RT DE усиливает восприятие данного медиапроекта как инструмента государственной пропаганды, что снижает уровень доверия даже среди потенциально нейтральной аудитории.

При этом, как показывают исследования (см.: Reuters Institute Digital News Report 2024; ISD Global 2021; GMF 2022), доверие аудитории к RT DE остается низким именно в силу его явной институциональной связи с российским государством, что ограничивает возможности канала по формированию устойчивого позитивного образа России. В то же время данные обстоятельства стимулируют эволюцию стратегий коммуникации – переход к децентрализованным, сетевым и гибридным форматам распространения контента, что позволяет обходить традиционные регуляторные барьеры и сохранять влияние в транснациональной медиасреде.

Таким образом, институциональные и медийные механизмы противодействия антироссийской пропаганде в Германии должны базироваться на сочетании официальных и неофициальных инструментов коммуникации, интегрируя традиционные СМИ, социальные сети и цифровые медиа в единую стратегическую систему, направленную на укрепление доверия и повышение прозрачности российского информационного присутствия за рубежом. Противодействие антироссийской пропаганде следует рассматривать не как совокупность отдельных мер, а как целостную, многоуровневую стратегию, выстроенную на пересечении институциональных и медийных механизмов.

Следовательно, для повышения результативности информационной политики России в Германии необходимо смещение акцента с институционально ассоциированных брендов (таких как RT DE) на создание многоуровневых сетевых коммуникаций, встраивающихся в локальные общественные дискурсы без ярко выраженной политической маркировки. Такой подход может повысить доверие аудитории и уменьшить воспринимаемость российской медиаповестки как исключительно инструментализированной.

Анализ примера RT и RT DE демонстрирует, что ограничительные и регулятивные меры западных государств не приводят к устранению влияния российских

медиа, а, напротив, стимулируют их гибридную адаптацию – смещение в цифровые пространства, усиление сетевого присутствия и работу с нишевыми аудиториями. При этом влияние таких каналов проявляется не в массовом завоевании общественного мнения, а в «амплификации недоверия» – то есть в активизации сомневающихся и маргинальных групп, восприимчивых к альтернативным нарративам.

В этой связи главным направлением повышения устойчивости российского информационного присутствия становится не централизация усилий через крупные бренд-медиа, а их диверсификация, предполагающая создание многоуровневых сетевых коммуникаций, встроенных в локальные общественные контексты и не ассоциируемых напрямую с государственными структурами.

Особое значение при этом приобретает интеграция различных акторов – государственных институтов, гражданского общества, научных и образовательных центров, независимых медиа и международных партнеров. Только в условиях подобного взаимодействия возможно формирование конкурентоспособного, достоверного и убедительного контента, который будет не только противодействовать деструктивным нарративам, но и укреплять доверие к российским источникам информации. Такой подход обеспечивает не просто информационную устойчивость, но и способствует формированию позитивного и сбалансированного образа России на международной арене.

Научная новизна исследования заключается в том, что проблема противодействия антироссийской пропаганде впервые осмысливается через призму инструментов, которые западные страны применяют в собственной борьбе с «российской информационной угрозой». Это позволяет рассматривать ее не как одностороннюю защитную меру, а как элемент более широкой системы стратегических коммуникаций. В ходе анализа выделена двухкомпонентная модель противодействия, включающая институциональные и медийные механизмы, чья взаимосвязь и противоречия особенно ярко проявляются в транснациональном информационном взаимодействии. На примере RT DE выявлен феномен «гибридной адаптации» – способность медиа сохранять и даже усиливать влияние при условиях внешнего давления за счет перехода к децентрализованным цифровым форматам и работе с альтернативными аудиториями. Это подтверждает, что в современных условиях наиболее эффективной стратегией является не укрепление централизованных медиа с выраженной государственной идентичностью, а развитие гибких, сетевых и локализованных коммуникационных структур, способных выстраивать доверие через участие в повседневных медиадискурсах.

Таким образом, исследование предлагает концептуальный сдвиг: противодействие антироссийской пропаганде рассматривается не как вопрос контроля и цензуры, а как процесс формирования адаптивных коммуникационных экосистем, где доверие создается через прозрачность, диалог и органичное присутствие в международном информационном пространстве. Именно этот

подход – переход от императивных форм регулирования к созданию сетевой архитектуры доверия – и составляет научную и практическую новизну проведенного анализа.

### БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. **Аргылов Н.А., Лаврищева М.С.** Контент-маркетинговые стратегии российских бренд-медиа в социальных сетях (по материалам телеграм-каналов) // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2023. № 2 (48).
2. Концепция информационной безопасности Российской Федерации // Интернет-сайт Президента России. 2016 // <http://www.kremlin.ru/acts/news/53529>.
3. **Михайлов А.В.** Информационная безопасность и стратегические коммуникации: государственные и общественные механизмы защиты. Москва: Изд-во РУДН, 2021.
4. **Baumgärtner M., Höfner R., Müller A.** RT Germany: Berlin fears growing influence of Russian propaganda platform // SPIEGEL International. 2021 // <https://www.spiegel.de/international/germany/rt-germany-berlin-fears-growing-influence-of-russian-propaganda-platform-a-b62cb977-fc1a-4d66-8c7c-9859d8d00315>.
5. **Benzoni P., Doroshenko L., Schafer B.** No Bahn on RT: How RT Deutsch Stays on Track Despite Content Bans // Washington, D.C.: Alliance for Securing Democracy – German Marshall Fund of the United States. 2025 // <https://securingdemocracy.gmfus.org/no-bahn-on-rt-how-rt-deutsch-stays-on-track-despite-content-bans>.
6. **Behre J., Hölig S., Möller J.** Reuters Institute Digital News Report 2024: Ergebnisse für Deutschland. Hamburg: Leibniz Institut für Medienforschung // Hans-Bredow-Institut (HBI). 2024 // <https://leibniz-hbi.de/en/hbi-publications/reuters-institute-digital-news-report-2024>.
7. **Müller P., Freudenthaler R.** Right-Wing, Populist, Controlled by Foreign Powers? Topic Diversification and Partisanship in the Content Structures of German-Language Alternative Media // Digital Journalism. 2022 // [https://www.researchgate.net/publication/359804861\\_Right-Wing\\_Populist\\_Controlled\\_by\\_Foreign\\_Powers\\_Topic\\_Diversification\\_and\\_Partisanship\\_in\\_the\\_Content\\_Structures\\_of\\_German-Language\\_Alternative\\_Media](https://www.researchgate.net/publication/359804861_Right-Wing_Populist_Controlled_by_Foreign_Powers_Topic_Diversification_and_Partisanship_in_the_Content_Structures_of_German-Language_Alternative_Media).
8. **Ortung R.** Russia Today's strategy of influence: Challenging Western narratives through hybrid media operations // Journal of Media and Communication Studies. 2020. Vol. 12. № 3.
9. **Smirnova J., Winter H.** ISD Germany. Ein Virus des Misstrauens: Der russische Staatssender RT DE und die deutsche Corona-Leugner-Szene // London: ISD. 2021 // [https://www.isdglobal.org/wp-content/uploads/2021/11/RT-DE\\_final-report.pdf](https://www.isdglobal.org/wp-content/uploads/2021/11/RT-DE_final-report.pdf).
10. Zulassungs – und Aufsichtsfälle ZAK // Die Medienanstalten // <https://www.die-medienanstalten.de/service/datenbanken/zak-zulassungs-und-aufsichtsfaele>.

## D.E. GREBENSHCHIKOVA

Applicant for the degree of Candidate of Political Sciences  
of the Diplomatic Academy of the Russian Ministry  
of Foreign Affairs; Editor at International Information  
Agency «Rossiya Segodnya», Moscow, Russia  
<https://orcid.org/0009-0000-4690-4935>

# INSTITUTIONAL AND MEDIA MECHANISMS FOR COUNTERING ANTI-RUSSIAN PROPAGANDA: THE CASE OF RT (RUSSIA TODAY)

**The purpose of the research.** The relevance of this study lies in the growing anti-Russian rhetoric in Western media and the need to develop effective strategies to counter destructive narratives. The novelty of the research is in examining the issue through the lens of Western mechanisms used to combat the so-called «Russian information threat». Using RT and RT DE as case studies, the study analyzes institutional and media response mechanisms and identifies the phenomenon of hybrid adaptation of Russian media. The work combines theoretical and practical approaches aimed at strengthening information resilience and shaping a positive image of Russia abroad. **Results.** The limited effectiveness of RT DE in Germany is rooted in its perception as a tool of state propaganda, which causes institutional opposition and distrust. This encourages the transition to a hybrid model: a decentralized network presence aimed at niche audiences and the amplification of distrust. Consequently, sustained information influence requires a paradigm shift from centralized brands to the creation of adaptive network communications based on localization, actor diversification, and building trust.

**Key words:** information security, anti-Russian propaganda, strategic communications, media analysis, media image, hybrid adaptation, international media environment.