

**КЛИМАТИЧНА ДЕЗИНФОРМАЦИЯ.
НАРАТИВИ, АГЕНТИ, МАЩАБ И ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВАТА ПРЕД ИНФОРМАЦИОННИЯ
ИНТЕГРИТЕТ²**

Keywords: climate disinformation, information integrity, post-truth, disinformation narratives, social media, hybrid warfare, media literacy, decarbonisation.

Abstract: Climate disinformation is not a new phenomenon, but with the rise of digital platforms, its scale is now seriously undermining efforts to address the climate crisis and implement decarbonisation solutions. Energy modernisation in Bulgaria is lagging behind, and entire regions are losing the opportunity for a just transition, blocked by misleading narratives and widespread information with compromised integrity. This paper examines the key aspects and trends of the growing global problem of climate disinformation. Without claiming to be exhaustive, it outlines the main narratives, inductively synthesized through systematic analysis of public discourse, professional practice, and available literature. The analysis examines the role of corporate, political, and state actors in the spread of climate disinformation and attempts to map the scale of the phenomenon - one that has grown from a communicational and social issue into a matter of national security and an element of the hybrid war waged against the community to which Bulgaria belongs. The paper argues that effective countermeasures require simultaneous efforts at the regulatory, educational, and civic levels.

През ноември 2025 г. беше подписана Декларацията за информационен интегритет относно изменението на климата. Това се случи по време на 30-тата поред Конференция на страните по Рамковата конвенция на ООН по изменение на климата, проведена в град Белем, Бразилия. Президентът на страната Лула да Силва обяви COP30 за „COP на истината“ във „време на фалшиви новини и изопачаване на фактите“ и по повод на историческия документ заяви: „Живеем в епоха, в която мракобесниците отхвърлят научните доказателства и атакуват институциите. Дошло е време да нанесем още едно поражение срещу идеологията на отричането.“ (COP30 Brasil, 2025).

Декларацията определя растящите заплахи към надеждността на информацията като „основно предизвикателство на нашето време, което разклаща устоите на публичния дебат и общественото доверие, като подкопава способността на народите да вземат колективни

¹ Авторът е доктор по обществени комуникации и информационни науки към Факултета по журналистика и масова комуникация на СУ „Свети Климент Охридски“.

² Текстът е разгърната версия на доклад, изнесен на конференцията „Бъдеще в капана на въглеродното минало“ (15-16.05.2026 г., Пловдивски университет). Конференцията е организирана в рамките на научноизследователски проект със същото наименование, финансиран от Европейския съюз – Next Generation EU, чрез Националния план за възстановяване и устойчивост на Република България, проект ДУЕКОС BG-RRP-2.004-0001-C01.

решения“ (United Nations, 2025). Изразява загриженост към нарастващото въздействие на дезинформацията и заблуждаващата информация, към отричането на факти и умишлените атаки срещу журналисти, застъпници за околната среда, учени, изследователи, както и към практиките, които подкопават информационния интегритет, рушат общественото съгласие, забавят действието и заплашват глобалния отговор по овладяване на климатичната криза.

С документа подписалите страни поемат ангажимент да насърчават точната, научно базирана и достъпна информация за климата, да подкрепят независимостта на медиите, да предприемат мерки за промотиране на информационния интегритет в образованието, да работят за засилване на международното сътрудничество и изграждането на капацитет в гражданския сектор, академичните среди и бизнеса. Декларацията отправя апел към правителствата да осигурят прозрачни политики, защита за журналисти и учени, както и финансиране за изследване на проблемите с надеждността на информацията. Съдържа и конкретен призив към правителствата да поискат от технологичните компании да предоставят на изследователи достъп до данни и алгоритми, за да се гарантира прозрачност и да се изгради доказателствена база за това дали и как архитектурата на съответните технологични платформи допринася за подкопаване на информационния интегритет.

Декларацията е резултат от „Глобалната инициатива за информационен интегритет по изменението на климата“ (United Nations, 2024), инициирана от бразилското правителство, ООН и ЮНЕСКО, и обявена на срещата на G20 в Рио през ноември 2024. Инициативата цели да разшири обхвата на изследванията на климатичната дезинформация, като подкрепи стратегически действия и проучвания в целия свят, които подпомагат борбата срещу това все по-всеобхватно явление. За да финансира такива дейности през юни 2025, под шапката на ЮНЕСКО беше създаден и Глобалният фонд за информационен интегритет, който месец по-късно обяви, че вече разглежда 447 проектни предложения, постъпили най-вече от Глобалния юг (UNESCO, 2025).

Информационен интегритет

Класическа позиция в епистемологията е, че информацията не носи истинност като присъщо свойство, а изисква критична проверка и обосновка. Истината е нещо дефицитно, трудно за добиване и доказване, на фона на митове, измислици и предположения, които съзнанието е способно да роди за секунди. Дефинирането на „информационен интегритет“ идва с осъзнаването на тази позиция.

Понятието „интегритет“ насочва към надеждност, пълнота, достоверност (от латински – безупречност, цялост, честност). Информация с интегритет е онази, която стъпва първо на точни

и проверени данни, получени по утвърдени методологии, а след това и на безпристрастен анализ и рационални, обективни изводи. Тази цялост, непрекъснатост в процеса от измерванията, през обработката, чак до заключенията, разпространението и формирането на знание, е интегритетът, за който говорим. Всяка манипулация, емоция, пристрастие, сензация, всяко умишлено или неволно вмешателство в целостта на информацията – е шум във веригата, който замърсява истинността, чупи информационния интегритет, заблуждава аудиторията и в крайна сметка води до грешни представи за света и до грешни решения.

В дефинициите за информационен интегритет ключови са още сигурността (състоянието на защитеност от вмешателства в целостта на информацията, в смисъл на дигитална сигурност, защита от кибератаки); коректността при възпроизвеждане (степената, до която аудиториите разбират информацията така, както е била първоначално замислена от първоизточника, като тук влиза медийната грамотност, усилия за проследяване на въздействието на информацията); прозрачност на информацията (до колко целият процес по създаване на информацията е проследим, а източниците и другите компоненти в него – проверими) (Adam, Lai, Nelson, Wanless, Yadav, 2023).

Дезинформация и мисинформация

Най-общо, можем да разглеждаме всяко нарочно или неволно действие по разрушаване на информационния интегритет – като дезинформация. Много изследвания разграничават мисинформация от по-общото понятие, като разделителната ос тук е намерението (United Nations, 2023). Така дезинформация (disinformation) е не само неточна информация, но и онази, която е умишлено създадена и разпространена да заблуди, да причини вреда и съответно полза за поръчителя си. Докато мисинформация (misinformation) е неволно и често добронамерено разпространявана неточна или напълно погрешна информация от хората (в по-ново време и от машини), които може би дори не вярват, че разпространяват фалшиви факти. Или в случая с машините – не са програмирани да го правят.

Можем да кажем, че „успешната“ дезинформация е тази, която е успяла да пробие в публичния дискурс и се е превърнала в мисинформация, несъзнателно и доброволно разпространявана от хора, които не знаят истината или не разбират значението на нюансите в подменената реалност, която популяризират.

Тук трябва да обърнем внимание и на злоупотребата с понятието. Важно е да правим разлика между дезинформацията и смисления публичен дебат, в който съмнението е жизненоважна част. Различното мнение не е дезинформация! Климатичната политика е поле, което включва разнопосочни, но съвсем легитимни интереси на различни държави, индустрии,

социални групи и множество заинтересовани страни. В една идеална реалност, в центъра на тази политика би трябвало да стои именно надеждната информация. Но за съжаление средата на поляризиране и разделение в обществото успя да профанизира публичния дебат, дори онзи, в който очаквахме да се чуват само научни доводи. Това обаче не означава, че можем да наричаме „дезинформация“ всяка различна гледна точка, която не пасва на разбиранията ни. Науката не е място за активизъм, фанатизъм или разделяне в агитки.

Можем да извлечем едно просто и ясно правило: всеки аргумент, който е поставен върху информация с доказан интегритет – е легитимен. Независимо дали това съвпада с нечий очаквания или не. Обратно, аргумент, който изхожда от „счупена“ информация или факти по избор, е несъстоятелен, а разпространяването му е дезинформация или мисинформация.

Уязвимост

Основният фокус на Декларацията за информационен интегритет относно изменението на климата е „Глобалният юг“ или ако се върнем на по-старото понятие – развиващите се страни. Причина за това са ясните индикации, че огромният дял от научните изследвания по отношение на информационния интегритет са концентрирани в „Глобалния север“ (IPIE, 2025).

В Европейския съюз дезинформацията започва да заема централно място в политическия дневен ред още с руската окупация на Крим (2014), референдума за излизане на Великобритания от ЕС (2016) и президентските избори в САЩ с първия мандат на Тръмп (2016). Дума на годината за 2016 според издателство *Oxford University Press* става пост-истина (post-truth), а повратната точка в европейската информационна политика идва с избухването на скандала около консултантската фирма *Cambridge Analytica* през 2018, когато става ясно, че в продължение на години данни на десетки милиони потребители са били събирани неправомерно за изграждане на психологически профили и микротаргетиране на аудиторията, включително с дезинформационни послания и фалшиви новини, както и че тези практики са били ударно прилагани както от щаба на Тръмп, така и от поддръжниците на Брекзит през 2016.

До скандала с *Cambridge Analytica* фокусът по отношение на регулиране на платформите е върху опазването на личните данни, а не толкова върху дезинформацията (Datzer, Lonardo, 2023). С бума на конспиративни теории и фалшиви новини около пандемията COVID-19 от 2020 г. и с началото на пълномащабната руска война в Украйна от февруари 2022 г. дезинформацията вече е централен проблем на европейското законодателство.

В ЕС през 2022 г. влиза в сила Европейският акт за цифрови услуги, който заедно с Акта за цифровите пазари се стреми да гарантира безопасност и основни потребителски права в дигиталното пространство. Това включва мерки за прозрачност за онлайн платформите, борба с

незаконни продукти, услуги и подвеждащо съдържание онлайн, както и изисквания към платформите за бърза реакция и противодействие на незаконно съдържание като фалшиви новини, пропаганда, реч на омразата.

В последните години на фокус в Европа попада и климатичната дезинформация. Дирекция „Действия по климата“ на Европейската комисия вече развива специални инициативи за повишаване на обществената устойчивост към подвеждащи климатични наративи, като например кампанията #ClimateFactsMatter (EC, 2026).

Общественото мнение също е чувствително. Пример за това е изследване, измерващо предразположеността към дезинформация в Испания и Великобритания в контекста на резкия пик на спекулации, конспиративни теории и дезинформация веднага след срива на енергийната система на Иберийския полуостров от 28 април 2025 г. Изследването отчита, че над 70% смятат, че за да се гарантира свободата на словото и вземане на информирани решения е важно да бъдат предприети действия срещу климатичната дезинформация. Мнозинството там е убедено, че социалните мрежи трябва да са задължени да предотвратяват заблуждаващо съдържание, правителствата да насърчават информационния интегритет, а организациите, занимаващи се с проверка на факти (*fact checking*) да разполагат с повече ресурси (CAAD, 10.2025). Изследването отчита и сериозната уязвимост на аудиториите. Въпреки че над 80% от респондентите в двете държави са наясно с антропогенния произход на промяната в климата и съответно попадат извън типичния профил на скептика, който отрича и причините, и решенията за овладяване на климатичните промени – все пак 70% от испанците и 60% от британците са повярвали на поне един фалшив наратив, обясняващ причината за срива. Това идва на фона и на това, че съответно 43% и 30% ясно разбират, че причина за този срив е проблем с балансирането на напрежението, а не наличието на голям процент възобновяеми източници в енергийния микс, както пропагандата твърдеше.

До колко обществото е уязвимо от климатична дезинформация можем да съдим и по доверието към информационните източници. Според Евробарометър 52% от гражданите на Европейския съюз не мислят, че традиционните медии в техните страни предоставят ясна информация по отношение на климатичните промени. България не е много далече от тези стойности, като в страната скептично настроените към традиционните медии са 55%. (Eurobarometer, 2025).

Впечатление обаче прави позицията на българите по отношение на климатичната дезинформация в социалните мрежи. Ако за целия ЕС 46% от респондентите са отбелязали, че не се затрудняват да различат достоверната информация от дезинформацията в социалните мрежи, то в България това са 52%. Всъщност, по този показател българите попадат в първата

петица на гражданите, които оценяват най-високо собствената си способност да разпознават климатичната дезинформация онлайн. Най-големи оптимисти са италианците. В другата крайност на тази статистика са Швеция, където онези, които не изразяват съмнение в способностите си да разпознават истината и лъжата в мрежите са едва 28%, а също Естония 31%, Дания 33%, Гърция 34%, Нидерландия 35. (Eurobarometer, 2025).

Според Индекса за медийна грамотност за 2026 г. на Институт „Отворено общество“ обаче, устойчивостта към дезинформация в България е сред най-ниските в Европа, 34-то място сред 41 държави. В противоположния край и на тази класация отново се намират Дания, Финландия и Нидерландия (Open Society, 2026). Индексът е построен въз основа на измерими показатели по отношение на свобода на словото в изследваните общества, дефицитите в образованието, както и доверието между хората в съответните общества. Парадоксът е показателен: неадекватна самооценка на способността ни да различаваме вярната от фалшивата информация е симптом за ниска реална устойчивост към дезинформация. Това означава занижено критично отношение, липса на рефлекс към съдържанието в социалните мрежи и вероятно отсъствие на възискателност към начина, по който платформите ни предоставят информация.

Еволюцията на законодателния процес, който очертахме по-горе, от друга страна, е догонване на събитията. Усилията за налагане на регулация просто не могат да се мерят по бързина с бума на дигиталните платформи и със скоростта, с която алгоритмите на онлайн търсачките, на социалните мрежи и на чатовете с изкуствен интелект се развиват, адаптират и предефинират начините, по които глобалното общество се свързва, формира представите си за реалността и взема решения. Всичко това прави особено необходимо изследването на механиките на климатичната дезинформация и разработването на целенасочени политики за укрепване на информационния интегритет.

Агенти на дезинформацията

Според доклад на Международния панел за информационната среда (IPIE), източниците на климатична дезинформация обикновено са субекти с икономически или политически интерес да представят събития и проблеми по начини, които пренебрегват, заобикалят или по друг начин подкопават климатичната наука (IPIE, 2025). Дезинформация може да се разпространява от държавни субекти, бизнес корпорации, организации. Не трябва обаче да пропускаме и малките политически опортюнисти, самодейни инфлуенсъри или онова неизброимо множество от онлайн субекти, които монетизират от съдържание и не се съобразяват с никакви стандарти, за да разширят аудиторията си. Всички те целят единствено да

капитализират по някакъв начин публичността си и, за да се сдобият с такава, са склонни на бързи и лесни решения – гръмки твърдения, посяване на съмнение, скандали, лъжи. Броят на този вид агенти на дезинформация избуява във време на несигурност и смут, а това допринася съществено за отравянето на информационната среда и срива на обществено доверие.

Като говорим за климатична дезинформация обаче, трябва да започнем с големите индустриални субекти. А най-отгоре в списъка е индустрията за изкопаеми горива. Съществуват огромен брой документи и доказателства, които сочат, че големите петролни индустрии още от 50-те години на XX век са разполагали с пълен набор от научна информация за ефектите от изгарянето на фосилни горива върху климата. Въпреки това десетилетия наред са полагали целенасочени, систематични и организирани усилия за прикриване, омаловажаване и дори осмиване на научната информация (CAAD, 11.2025).

През 2021 британското издание *The Guardian* публикува селекция от реклами от десетилетията след 60-те на водещи петролни компании като *ExxonMobil*, *Shell*, *British Petroleum*, *Chevron* и други, целящи прикриване на факти, сеене на съмнение в научната истина, както и директно лобиране срещу климатични политики. Като Протокола от Киото например. (Guardian, 2021). През 1997 обединение, свързано с петролната индустрия и нарекло себе си *Global Climate Coalition* публикува реклама с апела „Не рискувайте нашето икономическо бъдеще“. Харчи 13 млн. долара за цялата кампания, а документи показват (US State Department, 2001), че е успяла да окаже пряко влияние върху президента Буш за решението му САЩ да не ратифицират Протокола от Киото.

Корпоративните и политическите агенти на дезинформация често са с един корен. Президентът Тръмп, например, който често влиза в ролята на водещ анти-климатичен инфлуенсър, е получил милиони от фосилната индустрия, за да ѝ се отблагодари с милиарди в данъчни облекчения, със сваляне на стимули за развитие на чисти енергийни алтернативи или с отмяна на регулации за опазване на природата. (Bacskai, 2025). С хиляди подобни практики фосилната индустрия нанася троен удар срещу истината. Първо, с директните лъжи и финансиране на дезинформационни кампании, които нормализират злоупотребата с информационния интегритет. Второ, с *greenwash* кампаниите и наративите си, които заблуждават аудиторията за реалните ефекти от бизнес практиките им. Трето и най-деструктивно обаче е това, че с огромния си ресурс и влияние в продължение на десетилетия тези компании допринасяха за рушене на доверието в науката изобщо. Точно както през 70-те години цигарената индустрия обяви „нашият продукт е съмнението, тъй като то е най-добрият начин да се конкурираме с фактите“ (Michaels, 2005), така фосилната индустрия продължава и днес да

налива милиарди за „фабрикуване на невежество“ (Панчев, 2022), което в крайна сметка унищожава тъканта, която ни свързва – общественото доверие.

Наративи в климатичната дезинформация

Наративът най-общо е разказът, който определено съдържание в убеждаващата комуникация ни предлага. Независимо дали говорим за комуникация на науката, за чисто политическо говорене, за журналистика или за рекламна комуникация – предложеното съдържание цели да ни въздейства посредством дадена серия от причинно-следствени връзки. В художествената литература разказът може да бъде плод на чисто въображение, в дезинформацията – също. За разлика от изкуството обаче, дезинформацията не цели да обогати въображението ни, а както казахме, да ни продаде лъжа или развалена истина.

Според доклада на Международния панел за информационната среда, влиятелни играчи – включително корпорации, правителства и политически партии – умишлено разпространяват неточни или заблуждаващи наративи за антропогенното изменение на климата. Те циркулират в дигитална среда, в чатове и в ефира, а резултатът от това е спад на общественото доверие, отслабена координация на политиките и порочен кръг между научното отричане и политическата пасивност (IPIE, 2025). Научните изследвания разкриват как в публичното пространство днес, в ерата на пост-истината, наративи на климатичната дезинформация вече конкурират на равни начала научното познание. Тези алтернативни режими на истина водят до цялостна епистемологична криза, която застрашава както демократичното управление, така и идеята за научна достоверност изобщо (Essien, 2025).

Трудно ще изчерпим списъка с възможни дезинформационни наративи по отношение на климата и климатичните политики, защото говорим за цунами, понесло със себе си всичко по пътя си – не само хомогенни послания, но и смесица от преплитащи се познати и новопоявяващи се фалшиви разкази. От най-абсурдните лъжи до далеч по-рафинирани заблуди, маскирани като „балансирана“ гледна точка. Такива стигат до нас през най-различни носители – от „говорещите глави“ в телевизора, които чупят информационния интегритет деликатно като просто крият една лъжа между две истини, до безличните генерирани с изкуствен интелект фалшиви изображения и видеа из социалните мрежи.

Типология на дезинформационни наративи по отношение на климатичните промени тук е изградена индуктивно въз основа на систематичен анализ на публичния дискурс и синтез на съществуващите изследвания в областта, но не е изчерпателна. Посочените десет наратива са ориентир за десет от много повече възможни посоки, в които фалшивият разказ за климата може да поеме.

Псевдонаучни наративи

Те започват да се въртят в публичното пространство още с първите по-сериозни данни за връзката на климатичните изменения с човешката дейност. Тук влиза отричането им и внасянето на съмнение в научния консенсус. Все още чуваме обяснения, че климатичните промени не могат да са резултат от антропогенни фактори, вместо това се изреждат вулканичната дейност, слънчевата активност, циклите на Миланкович и други земни и космически сили, които винаги през планетарната история на Земята са оказвали определено влияние върху климата. Научните данни обаче са категорични, че не те, а именно драстичната промяна в химичния състав на атмосферата от Индустриалната революция насам, както и намалената способност за улавяне на въглеродните емисии с обезлесяването, са основните причини за променящия се климат (IPCC, 2021).

Климатичната дезинформация днес обаче, изглежда различно от тази преди години. Времето на откровеното отричане на климатичната наука отмина. Ефектите от променящия се климат (наводнения, горски пожари, температурни рекорди) са твърде видими и наративът, че не съществуват е несъстоятелен. Все повече изследвания сочат, че отричането и сеенето на съмнения вече се е насочило към решенията и политиките за справяне с климатичната криза (IPIE, 2025).

***Greenwashing* наративи**

„Зеленото изпиране“ или *greenwashing* представлява заблуждаващ маркетингов подход, който представя компания, продукт или услуга като по-устойчива и екологична, отколкото всъщност е. Получава наименованието си през 80-те години на миналия век, когато в Европа и САЩ общественото мнение става по-чувствително и реактивно към замърсяването на околната среда. Пример за чист *greenwashing* е реклама на *ExxonMobil* от 1998 г., в която петролната корпорация убеждава аудиторията си, че преминава към производство на биогорива от водорасли и се „изпира“ чрез сътрудничество с научни институти, докато всъщност харчи повече за рекламната кампания, отколкото за проучвания с водорасли. Или *Shell* с реклама от 2020 г., в която се представят като компания, инвестираща широко в слънчева и вятърна енергия, но всъщност 98.7% от парите им отиват за добив на нефт и газ (Guardian, 2021).

Ако се огледаме вероятно ще се натъкнем на стотици примери с етикет „еко“ без никакво покритие. Този маркетингов подход обаче се превръща в дезинформация, когато започне да се налага като образ или аргумент в публичния дебат. Пример за това може да е публичното изтъкване от страна на български въглищни централи за инсталиране на филтри,

модернизация и спазване на всички норми, докато в същото време, например, Съдът на ЕС постановява, че България нарушава европейското законодателство, като позволява на ТЕЦ „Марица изток 2“ да работи в разрез с екологичните норми и да замърсява със серен диоксид (Свободна Европа, 2023).

Икономически наративи

Това са твърденията, че декарбонизацията е твърде скъпа, ще деиндустриализира Европа и ще унищожи икономиката; че зеленият преход има непосилна социална цена, която ще трябва да платят работниците и най-уязвимите; че изкопаемият газ е незаменим и дори „нисковъглероден“ източник на енергия; че електромобилите са по-скъпи от колите с ДВГ и преходът към електромобилност е невъзможен. Списъкът може да продължава до безкрай. Разговорът по всяка от тези теми обаче е смислен и дезинформацията тук идва от начина, по който се спекулира с неизвестните. Да, декарбонизацията може да деиндустриализира Европа и може да постави много общности под изпитание, но може и да е шанс за развитие, какъвто континентът не е преживявал от последната индустриална революция насам. Шанс, от който Китай се възползва отлично, като през 2025 г. над 1/3 от растежа на БВП в страната се дължи именно на чистата енергия (CREA, 2025), докато Европа губи позиции, например в технологиите за възобновяема енергия, в които беше водеща сила преди две десетилетия (Crijns-Graus, Wild, Amineh, Hu, Yue, 2022).

Екологични наративи

Това са разкази, в които действия по климата са представяни като анти-природни и дори анти-климатични. Такива например са твърденията, че фотоволтаиците или вятърните турбини са по-замърсяващи от въглищната индустрия. Макар и климатичният отпечатък от двете страни на сравнението да е очевиден (Nugent, Sovacool, 2014), дяволът и тук е скрит в детайлите и определено има място за дебат в посока оптимизиране на екологичния отпечатък при всяка нова технология. Именно тези нюанси обаче се експлоатират за разпространяване на лъжи.

Екологичните наративи, както и всички други, могат да стигнат до абсурди или до откровени лъжи. Подобно на новината, че за провеждането на COP-30 са изсечени 100 хил. дървета в Амазонската джунгла. Твърдение, събрало милиони преглеждания в мрежите и надлежно репостнато от президента Тръмп. Но напълно невярно. Дървета в Амазония са изсечени за магистрала, но по проект, стартирал повече от десетилетие преди да се знае, че през 2025 в Белем ще се проведе климатична конференция (EuroNews, 2025).

Геополитически наративи

Такива виждаме в конспиративните твърдения, че климатичната политика е инструмент за западен контрол, а климатичното действие – заговор на елитите за налагане на глобална доминация. Интересен е случаят с Китай, където антизападната пропаганда преди 2012 г. представяше климатичните промени като опит на „Запада“ да спре развитието на страната (ANNIE Lab, 2023). След като Китай се установи като водещ световен производител на чисти технологии обаче, крайно десни източници на дезинформация на запад отново наричат климатичните промени измама, но този път целта на тази измама, според тях, е да направи Запада зависим от зелените технологии на Китай (AlJazeera, 2023).

Геополитическите заблуждаващи наративи са присъщи и у нас. Най-очевиден пример за това са атаките срещу „Зелената сделка“ и плана „RePowerEU“ с политиките за ограничаване на енергийната зависимост на ЕС от Русия. Според доклад на Центъра за изследване на демокрацията (ЦИД) за дезинформационното съдържание във фейсбук от 2023 г., крайнодесни и прокремълски политически играчи у нас успешно налагат представата за тези политики като „утопична идеология“, „вредни“, „наложени от Брюксел“ (CSD, 2023). Доклад на Фондация за хуманитарни и социални изследвания (ФХСИ) за 2024 пък директно говори за наратива „Зелената сделка ни проваля! Да възстановим зависимата от Русия енергетика!“ (Вацов, Вълканов, Димитрова, Димитрова, Дончев, Паскалев, Якимова, 2025).

Наративи на идентичността

Като водещи човешки потребности, идентичността и принадлежността често се ползват за носител в рекламната комуникация. Чрез процес на символна асоциация към националната, културната, географската или социалната идентичност могат да се прикрепят конкретни политически решения, публични личности или цели индустриални сектори, което трансформира отношението към тях от рационално в лично, емоционално, инстинктивно. На това залага „Friends of Coal West Virginia“ („Приятели на въглищата Западна Вирджиния“) – организация, създадена с помощта на специалисти по маркетинг и целяща да увеличи подкрепата за въглищната индустрия на локално и национално ниво в САЩ. Прави го със спонсорство на местни спортни събития, разпространяване на символи и сувенири, свързващи местната идентичност на общността с индустрията (Friends of Coal, 2013).

Освен в рекламата и маркетинга, същите наративи обаче са често използвани и в дезинформацията, която налага парадигмата „ние срещу те“ в опитите за смислен дебат. Икономическият контекст, алтернативите, замърсяването, цената – всичко това няма как да се дискутира, когато темата вече е въпрос само на идентичност.

В България виждаме как често въглищната енергетика също се представя като нещо изконно, традиционно, неразривно свързано с „българщината“. Дни преди местните избори от октомври 2023 г. в социалните мрежи се завъртя картина, на която са изрисувани кандидати за общински съветници и политици – разбира се в народни носии и на фона на ТЕЦ (FrogNews, 2023). В България патриотичните наративи от този тип кулминираха в едно епохално парламентарно заседание от септември 2024 г., когато две партии окупираха трибуната, късаха кабели и пяха химни, за да не допуснат приемането на Пътната карта за климатична неутралност. Парадоксално, заложените в нея цели в реалността се преизпълняват дори без да е приета, но спирането ѝ тогава постави в риск именно предвидимостта в сектора, както и огромни финансови възможности за справедлив преход и модернизация във въглищните райони

Технооптимистични наративи

Тук влиза целенасоченото фаворизиране на една или друга технология, което волно или неволно отмества вниманието от факти или от по-адекватни решения на климатичната криза. Типичен технооптимизъм са твърденията, че геоинженерството и системите за улавяне на въглерод са решението на климатичната криза. Този наратив минимизира спешността на действията и оправдава продължаващото използване на изкопаеми горива. Друг особено актуален технооптимизъм е ядрената енергетика, която макар и да има място в прехода към въглеродна неутралност, продължава да крие рискове, строи се твърде бавно, а инвестицията в нови мощности, дори според консервативните оценки на Международната енергийна агенция, е в пъти по-скъпа от чистите алтернативи (IEA, 2024).

Профанизиращи наративи

Това е съдържанието, което осмива и профанизира темата. Например фалшивата новина, че Грета Тунберг се е обявила срещу клечките за хранене, за да спаси гората. Вместо да оспорва фактите, този подход принизява обекта си и така подкопава доверието в него. Профанизиране е когато вместо за климатични политики се говори за менюто в ресторанта по време на конференцията, когато международните преговори се представят като „туризъм“, учените като наивници, активистите като лицемери. Ефектът от подигравките не е отричане, а нещо по-лошо: обезсмисляне.

По време на COP30, например, вайръл стана AI генерирано видео, в което на бизнес дама ѝ се налага да минава през руини и обори, за да стигне до предполагаемата си квартира в град Белем, където участва в конференцията. Друго видео пък показва Белем наводнен и негоден за провеждане на конференцията. И двете фалшиви видеа генерират хиляди гневни и

подигравателни коментари към COP изобщо, към пришествието към това съдържание имена на политици, но и към идеята за необходимост от изграждане на глобално политическо съгласие по принцип.

Фаталистични наративи: „Вече е твърде късно, нищо не може да се направи“.

Опасен вид дезинформация е да се твърди, че е твърде късно, че нищо не може да се направи, че събития като COP и всички опити за произвеждане на международно съгласие са безполезни, че не можем да влияем на глобалните процеси и всичко вече е решено. Или че климатичната криза няма решение. Това говорене обезсърчава всяко действие, а в дългосрочен план ни обрича на реалност, в която всеки се спасява поединично. С други думи – на обществен разпад.

Оптимистични наративи

На обратната страна са твърденията, че климатичните промени всъщност не са лоши. Сибир и Гренландия ще станат топли и приятни, във Великобритания вече се отглеждат сортове за шампанско (Gannon, Conway, Hardman, Nesbitt, Dorling, Borchert, 2023), а Сахара ще позелене (Taguela, Akinsanola, Adeliyi, Rhoades, Nazarian, 2025). Следва въпросът: и какво от това? Как точно зеленината в Сахара ще ни радва ако България е разкъсвана от все по-сериозния проблем с безводието?

Дезинформацията като проблем на контекста

Съвременните изследвания върху дезинформацията показват, че не съществуват напълно защитени групи: уязвимостта към невярна информация е широко разпространена и произтича от универсални когнитивни и психологически механизми, макар и да варира в зависимост от индивидуални, социални и контекстуални фактори. Политическата поляризация в обществото или икономическата несигурност могат да бъдат силен катализатор за по-висока предразположеност към дезинформация. Страхът от загуба на работното място например, увеличава зависимостта от слухове и неформални информационни канали, което може да ни направи по-податливи на манипулативни послания (Bracci, Riva, 2020). Загубата на усещането за контрол и несигурността пък могат да доведат до по-силно изразено конспиративно мислене (De Witte, Van Hootegeem, Roll, 2025).

Днес информацията е по-достъпна от всякога, а това означава, че всеки от нас е изложен и на много по-голям обем дезинформация. От невинни и вероятно забавни фалшиви видеа в социалните мрежи, до доста по-сложни дезинформационни наративи, които пробиват в

сериозни медии или парламентарни заседания, за да се озоват после пак в мрежите, където емоцията, крайностите и скандалът им позволяват да се разпространят вирусно. Днес не са необходими сложни разкази и аргументи, а по-скоро бързи емоции. И средата ги предоставя. Предвид повишеното и в огромна степен нерегулирано предлагане на информационния пазар в момента, нямаме право да виним потребителя, че се поддава на дезинформация. Вместо това би следвало да разглеждаме прилива на дезинформация като проблем на веригата на доставки, която днес функционира така, че е способна най-безпрепятствено да доставя развалени продукти директно до съзнанието на всеки един от нас. Проблемът, с други думи, е в контекста. Комуникационният контекст превръща глобалната общественост в „дигитална тълпа“, която е неспособна на рационални решения.

За тълпата Густав Льобон казва, че е лесна за водене, никога не се съмнява, емоционално нестабилна е, впечатлява се от силни, цветни образи, не от съждения и обяснения. Критичната ѝ мисъл се изпарява, когато инстинктът изплува. И от момента, в който станат част от тълпата - подчертава Льобон, и образованият, и невежият човек стават еднакво неспособни да мислят рационално. Той твърди следното: „Поради многообразието на дразнителите, които въздействат върху тълпите, на които те винаги се подчиняват, те са изключително подвижни. Това обяснява как за един миг преминават от състояние на крайна жестокост до съвършено великодушие или героизъм“ (Льобон, 2021: 37). Макар и публикувана през 1896, книгата му „Психология на тълпите“ звучи твърде актуално днес. Льобон пише във времето, в което политическият печат и културата за старт на деня със сутрешния вестник, са новата норма. В своите разсъждения той отдава „времето на тълпите“ именно на промяната в медийната среда, в която новите политически идеи се разпространяват по-бързо от всякога преди това. Едва няколко десетилетия след публикуването на „Психология на тълпите“, възходът на нацизма и пряката му връзка с бума в радиоразпространението през 20-те и 30-те години на 20 век в Германия доказва в пълнота неговите наблюдения (Adena, Enikolopov, Petrova, Santarosa, Zhuravskaya, 2015). Винаги до сега появата на нови медии и нови начини за свързване е водела до съвсем нова реалност, а оттам и до сътресения в обществата.

Размери на климатичната дезинформация

По правило дезинформацията нараства около събития, които поляризират обществото. Кризи, национални и местни избори, референдуми, важни парламентарни заседания, големи международни събития, от които се очакват трудни, нееднозначни решения. Срещите на COP са такива събития и ръстът на дезинформация около тях е добре описан още години назад (Falkenberg, 2022). През 2025 г., само 50 дни преди началото на конференцията по климата в

Бразилия анти-COP дезинформацията бележи месечен ръст от 267%, а ключови думи, свързани с COP, се появяват над 14 хил. пъти редом до думи като „бедствие“, „майтап“ и „провал“ (CAAD, 11.2025; Oii, 2025).

Както вече казахме, дезинформационните наративи могат да се прокарат умерено, под прикритието на рационални аргументи или „балансирана“ гледна точка. Например в познатата среда на традиционните медии. Манипулирането на фактите обаче не е нещо ново. Новото днес е в скоростта, с която разчитащата на емоции дезинформация достига до нас, за да извиква инстинкти, нужди, желания, страхове. За разлика от истината, тя не трябва да се аргументира, да сравнява данни и да строи сложни умозаклучения. Затова лъжата е по-бърза от истината, а лъжата в дигиталните платформи – по-бърза от всичко, което светът е познавал преди бурното им развитие в последните две десетилетия. Никога досега толкова голямо информационно съдържание не е преминавало през толкова малко и същевременно толкова централизирано управлявани платформи за масова комуникация. Най-голямата социална мрежа в момента – *Facebook* – към 2010 има 430 млн. потребители, днес са над 3 милиарда – число, сравнимо с общото население на Индия и Китай взети заедно. Активните потребители на *Facebook* всеки ден са над 2,11 млрд. души (Kumar, 2026).

Можем да изброим на ръка основните платформи, през които много хора по света получават до 100% от дневната си доза информация. Всички те обаче са частни компании и алгоритмите, които ги задвижват, служат на строго търговски цели – да държат вниманието ни възможно най-дълго, да ни забавляват достатъчно добре, за да не игнорираме рекламното и платено съдържание, да увеличават печалбите за своите акционери. Истината не е задължително сред тези цели.

През декември 2025 г. Илон Мъск призова за закриване на ЕС, а платформата „X“ изтри профила на Европейската комисия едностранно (БТА, 2025). Поводът бе наложената от Комисията глоба от 120 млн. евро за нарушения на Европейския акт за цифрови услуги (*Digital Services Act*). Причина за глобата е неработещото верифициране на потребителите и на източниците на рекламни съобщения, липсата на прозрачност, както и неспазване на европейските изисквания за предотвратяване на измами онлайн, трафик на наркотици, детска порнография, дезинформация и други зловредни действия (BBC, 2025). Зачищането на официален институционален профил, последвано от нападателни съобщения от страна на корпорацията срещу европейската общност, е тревожен знак за преминаване на границите и за лекотата, с която технологични гиганти могат да упражняват натиск върху демократични институции, включително чрез действия, които на практика са форма на цензура.

Национална сигурност и хибридна война

Крайностите по отношение на мащаба, централизацията и възможностите за информационна злоупотреба, които наблюдаваме с възхода на дигиталните платформи, се превръщат в проблем за националната сигурност. Климатичната дезинформация днес се ползва в арсенала на хибридната война срещу европейските демокрации, в това число и срещу България. Хибридната война не е официално обявена война. Тя се води тайно и подмолно, а нейно основно оръжие е пропагандата и дезинформацията. Но далеч не се ограничава до там. В арсенала ѝ влиза овладяване на медии, подкупване на политици и публични фигури, създаване и поддържане на политически субекти, но също – шпионаж, кибератаки, саботажи. Използва всички налични канали и всяка пролука в защитите на „вражеската“ страна с цел да придобие максимален контрол над управлението ѝ. С провокиране на разделение по критични за обществото теми, с всяване на паника, с вклиняване на съмнение и недоверие във всеки обществен или политически процес, за да създаде хаос и обезсили атакуваната страна. Или да омаломощи институциите ѝ, за да отвори входа към тях за хора под контрол и така в крайна сметка курсът на развитие на овладяната държава да се промени към изгоден за атакуващата страна.

Пряката връзка между Кремъл и определени процеси в българската публична среда е обширна тема и с нея се занимават сериозно редица организации като Центъра за изследване на демокрацията (ЦИД), Асоциацията на европейските журналисти (АЕЖ) и *factcheck.bg*, Фондация за хуманитарни и социални изследвания (ФХСИ). Нерядко дезинформацията, свързана с климатичните промени в България, се оказва с общ корен с проруската пропаганда.

В своя доклад за 2024 ФХСИ (Вацов, Вълканов, Димитрова, Димитрова, Дончев, Паскалев, Якимова, 2025) прилага данни за хиляди онлайн публикации с фалшива информация през годината, чието разпространение впоследствие се умножава от „Машината“ от т.нар. сайтове – гъби (Свободна Европа, 2024). Това е система от множество анонимни сайтове, чиято единствена функция е да „препечатват“ дезинформационно съдържание, което впоследствие да наводни онлайн пространството през споделяне от тролове или ботове.

От *factcheck.bg* разкриват как фейсбук група с името „Русия“ в един момент сменя името си на „Защо българите плащат най-скъпо“ (Factcheck.bg, 2024) и заедно с още няколко страници и групи с подобни имена публикуват фалшиви твърдения от типа на това, че без въглищни централи в България няма да има ток, че с работещи ТЕЦ-ове замърсяването намалява или че в Германия премахват ветрогенератори, за да копаят въглища. (Factcheck.bg, 2023).

Дезинформационната кампания на „Исторически парк“ срещу вятърната енергия във Ветрино пък започва с обикновено печатно издание. Подвеждащи и напълно неверни и

многократно опровергавани (Factcheck.bg, 2024) наративи срещу вятърната енергия, в паралел с дезинформационно проруско съдържание – се разпространяват с безплатния вестник „Красиво Ветрино“, а също и по всички дигитални канали около „Исторически парк“. През 2022 г. масираната кампания доведе до произвеждане на уникален (и незаконен) мораториум за производство на вятърна енергия във Ветрино, а планираните вятърни мощности в размер на 519 MW така и не заработиха. Това е съществена загуба от хибридната война за България, защото страната изоставя значително именно по отношение на дела на вятърна енергия в енергийния микс (едва 711 MW инсталирана мощност при 4870 MW за соларната енергия).

Решения и заключение

Дори понякога да изглежда, че пространството за истина се свива всеки ден, поводи за оптимизъм има. Въпреки цунамито от дезинформация по отношение на климатичните промени, изследвания показват, че 89% от хората смятат, че правителствата им трябва да направят повече за овладяване на проблема, а 69% дори са готови да допринасят с 1% от месечния си доход за овладяването на климатичните промени (CAAD, 11.2025).

Проучванията разкриват и нещо много по-важно от добрите намерения. Анализ от 2021 г. сочи, че едва 10 основни източника са отговорни за 69% от всички публикации, свързани със заблуждаваща информация за климатичните промени (CCDH, 2021). Тази „токсична десетка“, както я нарича изследването, има общо 186 млн. преки последователи, а то обхваща интеракции и споделяния на заблуждаващи публикации във *Facebook*, които дори печелят значителни суми от реклама. Сред отровната десетка попадат *The Washington Times*, *The Daily Wire* и руските *RT* и *Sputnik News*. Изследване за разпространението на фалшиви новини преди президентските избори в САЩ през 2020 г. пък установява, че едва 2107 души са отговорни за разпространението на 80% от фалшивите новини в социалната мрежа *Twitter* (Baribi-Bartov, Swire-Thompson, Grinberg., 2024).

Важният извод тук е, че източниците на преднамерена дезинформация са много по-малко, отколкото изглежда, но инфраструктурата е такава, че допуска измамата да бъде умножавана и разпространявана. Именно в тази информационна среда е проблемът.

Изследването за „Токсичната десетка“ предлага да се спре монетизацията на сайтове, които системно публикуват климатична дезинформация и да не се допуска рекламиране от такива сайтове в социалните мрежи. Други експерти директно препоръчват криминализиране на дезинформацията и грийнуошинга, идващ от индустрията за фосилни горива. Водят се и такива съдебни дела. Говори се все по-активно за регулация на социалните мрежи, а Европейският акт за цифрови услуги вече адресира част от тези проблеми. Отделно от това,

медийната грамотност на всички нива в обществото трябва да се засилва, въпреки че няма как да навакса експоненциалното развитие на технологиите. Все още говорим за социалните мрежи, но платформите като *ChatGPT* или *DeepSeek* също могат да манипулират съдържание според това кой и как настройва алгоритмите, а това очертава още по-големи предизвикателства.

Още в края на 19 век Лъобон забелязва влиянието на масовата комуникация върху обществените процеси и способността за взимане на големи групови решения. Но както преди, така и сега би следвало първоначалното объркване да улегне, от хаос да преминем в една по-регулирана и предвидима среда, а хората в крайна сметка да се научат и да се адаптират към новите реалности. Въпросът е каква цена ще платим преди това да се случи.

Когато се провежда първата среща на върха за климата през 1995 г. концентрацията на CO₂ в атмосферата е 361 ppm. През май 2026 г. тя вече е над 431 ppm. Месеци наред средната глобална температура надхвърля определения от Парижкото споразумение праг от 1,5°C и време за губене няма. Щетите от екстремни прояви на времето, наводнения, безводие и горски пожари ще струват много повече, отколкото провеждането на разумни, справедливи реформи в енергетиката сега. И без в това да включваме страничните ефекти от промяната в климата по отношение на земеделието, климатични бежанци и социални конфликти по света (Панчев, 2016).

Днес климатичната дезинформация не е страничен шум, а фактор, който забавя политиките, разделя обществата и подкопава доверието в науката. Това е факторът, който лишава цели региони от модернизация, нови възможности и енергийна независимост, докато печели време за остарели технологии, за още замърсяване и за зависимост от вносни горива. Днес наблюдаваме наслагване на две глобални кризи – епистемологична и климатична. Няма как да бъде овладяна едната, без да бъде решена другата.

COP30 направи важна стъпка, като постави информационния интегритет на дневен ред, но е необходимо повече действие. Необходима е комбинация от регулации за платформите, посмела журналистика, по-добра научна комуникация и медийна грамотност на всички нива в обществото. А също и личен избор: какво споделяме в социалните мрежи, колко време прекарваме там, на кого вярваме, как проверяваме, колко изискваме. Всяка година, в която декарбонизацията се забавя от фалшиви наративи, означава по-скъпи и по-болезнени решения в бъдеще. Битката за климата неизбежно минава през битката за истината.

Литература

Adam, I., Lai, S., Nelson, A., Wanless, A., Yadav, K. (2023). Emergency management and information integrity: A framework for crisis response. Carnegie Endowment for International Peace.

https://assets.carnegieendowment.org/static/files/Adam_et_al_-_Emergency_Management.pdf.

Adena, M., Enikolopov, R., Petrova, M., Santarosa, V., Zhuravskaya, E. (2015). Radio and the rise of the Nazis in prewar Germany. Discussion Paper SP II 2013–310r, VZB Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung, August 2013 (revised April 2015) <https://bibliothek.wzb.eu/pdf/2015/ii13-310r.pdf>.

AlJazeera. Romero, P. (2023). China's new problem: climate misinformation driven by nationalism. *AlJazeera*, 03.07.2023. <https://www.aljazeera.com/opinions/2023/7/3/chinas-new-problem-climate-lies-fuelled-by-nationalism>.

ANNIE Lab. (2023). Special report: Narratives that drive climate misinformation in China. *Asian Network of News & Information Educators (ANNIE lab)*. May 2023. <https://annielab.org/2023/05/30/special-report-narratives-that-drive-climate-misinformation-in-china/>.

Bacskai, O. (2025). Fossil Fuel Industry Donors See Major Returns in Trump's Policies. *Brennan Center For Justice*. 15.09.2025. <https://www.brennancenter.org/our-work/analysis-opinion/fossil-fuel-industry-donors-see-major-returns-trumps-policies>.

Baribi-Bartov, S., Swire-Thompson, B., Grinberg, N. (2024). Supersharers of fake news on Twitter. *Science*, 384, 979–982. <https://doi.org/10.1126/science.adl4435>.

BBC. Cress, L. (2025). Elon Musk's X bans European Commission from making ads after €120m fine. *BBC*, 08.12.2025. <https://www.bbc.com/news/articles/c0589g0dqq7o>.

Bracci, A., Riva, E. (2020). Perceived job insecurity and anxiety: A multilevel analysis on male and female workers in European countries. *Frontiers in Sociology*, 5. <https://doi.org/10.3389/fsoc.2020.573549>.

BTA. Marin M. (2025). EU osazhda „napalno bezumnite izyavlenia“ na Elon Musk sled nalozhenata na „Eks“ globa. *Balgarska telegrafna agentsia*, 08.12.2025. <https://www.bta.bg/bg/news/economy/1023785-es-osazhda-napalno-bezumnite-izyavleniya-na-ilon-mask-sled-nalozhenata-na-eks>. БТА [Марин М. (2025). ЕС осъжда „напълно безумните изявления“ на Илон Мъск след наложената на „Екс“ глоба. *Българска телеграфна агенция*, 08.12.2025].

CAAD, Climate Action Against Disinformation. (10.2025). Iberian Blackout Polling: Spanish and UK Exposure to Big Tech-Spread Conspiracy Theories. *CAAD*, October 2025. <https://caad.info/wp-content/uploads/2025/10/Iberian-Blackout-Polling-in-Spain-and-UK.pdf>.

- CAAD, Climate Action Against Disinformation. (11.2025). Deny, Deceive, Delay: Demystified. How Big Carbon uses disinformation to sabotage climate action, and how we stop them. CAAD, November 2025. <https://caad.info/analysis/reports/deny-deceive-delay-demystified/>.
- CCDH, Center for Countering Digital Hate. (2021). THE TOXIC TEN. How ten fringe publishers fuel 69% of digital climate change denial. *Center for Countering Digital Hate*, 2021. <https://counterhate.com/wp-content/uploads/2021/11/211101-Toxic-Ten-Report-FINAL-V2.5.pdf>.
- COP30 Brasil. (2025). “We are moving in the right direction, but at the wrong speed”, warns Lula at the opening of COP30. Published on Nov 10, 2025. <https://cop30.br/en/news-about-cop30/we-are-moving-in-the-right-direction-but-at-the-wrong-speed-warns-lula-at-the-opening-of-cop30>.
- CREA, Centre for Research on Energy and Clean Air. (2026). Analysis: Clean energy drove more than a third of China’s GDP growth in 2025. CREA, 05.02.2026. <https://energyandcleanair.org/analysis-clean-energy-drove-more-than-a-third-of-chinas-gdp-growth-in-2025/>.
- Crijns-Graus, W., Wild, P., Amineh, M. P., Hu, J., Yue, H. (2022). International comparison of research and investments in new renewable electricity technologies: A focus on the European Union and China. *Energies*, 15(17), 6383. <https://doi.org/10.3390/en15176383>.
- CSD, Centre for the Study of Democracy. (2023). Countering Green Deal disinformation narratives in Bulgaria. Policy Brief No.124, February 2023. https://csd.eu/fileadmin/user_upload/publications_library/PB124_EN.pdf.
- Datzer, V., Lonardo, L. (2023). A short history of EU anti-disinformation policy. LSE Blogs. *The London School of Economics and Political Science*, 01.09.2023. <https://blogs.lse.ac.uk/euoppblog/2023/09/01/a-short-history-of-eu-anti-disinformation-policy/>.
- De Witte, H., Van Hootehem, A., Roll, L. C. (2025). Is occupational insecurity associated with conspiracy views? A test of parallel mediation through political powerlessness and relative deprivation. *Economic and Industrial Democracy*, 46(3), 714–741.
- EC, European Commission, DG Climate Action. (2026). Climate Disinformation. Be aware. Be prepared. Be informed. #ClimateFactsMatter. EC, 2026. https://climate.ec.europa.eu/eu-action/climate-disinformation_en.
- Essien, E. O. (2025). Climate change disinformation on social media: A meta-synthesis on epistemic welfare in the post-truth era. *Social Sciences*, 14(5), 304. <https://doi.org/10.3390/socsci14050304>.

- Eurobarometer. (2025). European Commission, Special Eurobarometer 565. Climate Change. *Eurobarometer report February-March 2025*. Published June 2025. <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/3472>.
- EuroNews. Nilsson-Julien, E. (2025). Fact check: Did Brazil chop down 100,000 trees for COP30? *EuroNews*, 17.11.2025. <https://www.euronews.com/my-europe/2025/11/17/fact-check-did-brazil-chop-down-100000-trees-for-cop30>.
- Factcheck.bg. Dotkova, V. (2023). „Premahvat perki, za da kopayat vaglishta“ – koy razprostranyava podvezhdashti twardenia za germanskata energetika. *Factcheck.bg*, 07.10.2023. <https://factcheck.bg/premahvat-perki-za-da-kopayat-vaglishta-koj-razprostranyava-podvezhdashti-twardeniya-za-germanskata-energetika/> [Доткова, В. (2023). „Премахват перки, за да копаят въглища“ – кой разпространява подвеждащи твърдения за германската енергетика. *Factcheck.bg*, 07.10.2023].
- Factcheck.bg. Kirkova, M. (2024). Mrezha ot grupi v sotsialnite medii razprostranyava dezinformatsia za zelenata energia i voynata v Ukrayna. *Factcheck.bg*, 18.03.2024. <https://factcheck.bg/mrezha-ot-grupi-v-socialnite-medii-razprostranyava-dezinformatsiya-za-zelenata-energiya-i-vojnata-v-ukrajna/> [Киркова, М. (2024). Мрежа от групи в социалните медии разпространява дезинформация за зелената енергия и войната в Украйна. *Factcheck.bg*, 18.03.2024].
- Falkenberg, M., Galeazzi, A., Torricelli, M., et al. (2022). Growing polarization around climate change on social media. *Nature Climate Change*, 12, 1114–1121. <https://doi.org/10.1038/s41558-022-01527-x>.
- Friends of Coal. (2013). Friends of Coal. A Success Story. <https://kentuckycoal.com/wp-content/uploads/2017/03/White-Paper-Friends-of-Coal-2013-1.pdf>.
- FrogNews. (2023). Sotsrealizam po bankyanski: „Vazrazhdane“ se uvekovechiha s masleno platno kato Borisov pri „Turski potok“. *FrogNews*, 17.10.2023. <https://frognews.bg/novini/sotsrealizam-bankianski-vazrazhdane-uvekovechiha-masleno-platno-kato-borisov-pri-turski-potok.html>. [Соцреализъм по банкянски: „Възраждане“ се увековечиха с маслено платно като Борисов при „Турски поток“. *FrogNews*, 17.10.2023].
- Gannon, K. E., Conway, D., Hardman, M., Nesbitt, A., Dorling, S., Borchert, J. (2023). Adaptation to climate change in the UK wine sector. *Climate Risk Management*, Vol. 42, 100572. <https://doi.org/10.1016/j.crm.2023.100572>.
- Guardian. Franta, B. (2018). On its 100th birthday in 1959, Edward Teller warned the oil industry about global warming. *The Guardian*, 01.01.2018. <https://www.theguardian.com/environment/climate-consensus-97-per->

cent/2018/jan/01/on-its-hundredth-birthday-in-1959-edward-teller-warned-the-oil-industry-about-global-warming.

Guardian. Supran, G., Oreskes, N. (2021). The forgotten oil ads that told us climate change was nothing. *The Guardian*, 18.11.2021. <https://www.theguardian.com/environment/2021/nov/18/the-forgotten-oil-ads-that-told-us-climate-change-was-nothing>.

IEA. World Energy Outlook 2024. International Energy Agency (IEA). October 2024. <https://iea.blob.core.windows.net/assets/140a0470-5b90-4922-a0e9-838b3ac6918c/WorldEnergyOutlook2024.pdf>.

IPCC, International Panel for Climate Change. (2021). Climate Change 2021. The Physical Science Basis. Summary for Policymakers. *IPCC*, 2021. www.ipcc.ch/report/ar6/wg1/downloads/report/IPCC_AR6_WGI_SPM_final.pdf.

IPIE, International Panel on the Information Environment. (2025). [E. Elbeyi, K. Bruhn Jensen, M. Aronczyk, J. Asuka, G. Ceylan, J. Cook, G. Erdelyi, H. Ford, C. Milani, E. Mustafaraj, F. Ogenga, S. Yadin, P. N. Howard, S. Valenzuela (eds.)]. Information Integrity about Climate Science: A Systematic Review. Zurich, Switzerland: *IPIE*, 2025. SR2025.1, doi:10.61452/BTZP3426.

Kumar, N. (2026). Facebook users statistics 2026 – global data & growth trends. *Demandsage*, 07.05.2026. <https://www.demandsage.com/facebook-statistics/>.

Le Bon, G. (2021). *Psihologia na talpata*. Sofia: Izdatelstvo Asenevtsi. [Льобон, Г. (2021). *Психология на тълпата*. София: Издателство Асеневици].

Michaels, D. (2005). Doubt is their product. *Scientific American*, 292(6), 96–101. <https://doi.org/10.1038/scientificamerican0605-96>.

Nugent, D., Sovacool, B. (2014). Assessing the lifecycle greenhouse gas emissions from solar PV and wind energy: A critical meta-survey. *Energy Policy*, vol.65, 229-244. doi.org/10.1016/j.enpol.2013.10.048.

Oii, Observatory for Information Integrity. (2025). COP disinformation hits record high. *Oii*, 25.09.2025. <https://oiiclimate.substack.com/p/cop-disinformation-hits-record-high>.

Open Society. (2026). The Media Literacy Index 2026. Measuring Vulnerability of Societies to Disinformation. *Open Society Institute* – Sofia. January 2026. <https://osis.bg/wp-content/uploads/2026/01/Media-Literacy-Index-2026.pdf>.

Panchev, H. (2016). Klimatichni bezhantsi. Sled Siria koy e sledvashtiyat? *Koalitsia za klimata Bulgaria*. <https://climatebg.org/klimatichni-bezhantsi-sled-siria-koy-e-sledvashtiat/>. [Панчев, Х. (2016). Климатични бежанци. След Сирия кой е следващият? *Коалиция за климата България*].

- Panchev, H. (2022). Globalni krizi i formirane na saglasie. *Klimateka*, януари 2022. <https://www.climateka.bg/globalni-krizi>. [Панчев, Х. (2022). Глобални кризи и формиране на съгласие. *Климатека*, януари 2022].
- Svobodna Evropa. (2023). Bulgaria nezakonno pozvolyava na TETs "Maritsa iztok 2" da zamarsyava, reshi Sadat na EU. *Svobodna Evropa*, 09.03.2023. <https://www.svobodnaevropa.bg/a/32310411.html>. [Свободна Европа. (2023). България незаконно позволява на ТЕЦ "Марица изток 2" да замърсява, реши Съдът на ЕС. *Свободна Европа*, 09.03.2023].
- Svobodna Evropa. Angelov, G. (2024). Az robotih za Mashinata. Mrezhata ot saytove, koyato obeshtava pari sreshtu dezinformatsia. *Svobodna Evropa*, 8.05.2024. <https://www.svobodnaevropa.bg/a/saytove-gabi--mashina--dezinformatsiya-rusiya/32889599.html>. [Свободна Европа. Ангелов, Г. (2024). Аз работих за Машината. Мрежата от сайтове, която обещава пари срещу дезинформация. *Свободна Европа*, 8.05.2024].
- Taguela, T. N., Akinsanola, A. A., Adeliyi, T. E., Rhoades, A., Nazarian, R. H. (2025). Understanding drivers and uncertainty in projected African precipitation. *npj Climate and Atmospheric Science*, 8(1). DOI: 10.1038/s41612-025-01123-8.
- UNESCO. (2025). First Global Initiative for Information Integrity on Climate Change Grants Announced Ahead of COP30. *UNESCO*, 23.09.2025. <https://www.unesco.org/en/articles/first-global-initiative-information-integrity-climate-change-grants-announced-ahead-cop30>.
- United Nations. (2023). Information Integrity on Digital Platforms: Our Common Agenda. Policy Brief 8, UN Executive Office of the Secretary-General (EOSG) Policy Briefs and Papers, June 2023. <https://indonesia.un.org/sites/default/files/2023-06/Our%20Common%20Agenda%20Policy%20Brief%20Information%20Integrity%20%28EN%29.pdf>.
- United Nations. (2024) Global Initiative for Information Integrity on Climate Change. <https://www.un.org/en/climatechange/information-integrity>.
- United Nations. (2025). Declaration on Information Integrity on Climate Change, adopted at COP30 in November 2025, United Nations. www.unesco.org/sites/default/files/medias/fichiers/2025/11/cop_30_declaration_information_integrity_on_climate_change_12112025.pdf.
- US State Department (2001). 2001 State Department Briefing for Global Climate Coalition Meeting. Briefing memorandum June 20, 2001. *ClimateFiles*, climatefiles.com.

<https://www.documentcloud.org/documents/4407192-Global-Climate-Coalition-Meeting-2001/>.

Vatsov, D., Valkanov, V., Dimitrova, V., Dimitrova, M., Donchev, L., Paskalev, D., Yakimova, M. (2025). *Propaganda i dezinformatsia v balgarskite medii onlayn sreshtu Evropeyskia sayuz i evropeyskite institutsii* (1.01–31.12.2024). Doklad na Fondatsia za humanitarni i sotsialni izsledvania. <https://hssfoundation.org/doklad-propaganda-i-dezinformaciq-2024/>. [Вацов, Д., Вълканов, В., Димитрова, В., Димитрова, М., Дончев, Л., Паскалев, Д., Якимова, М. (2025). *Пропаганда и дезинформация в българските медии онлайн срещу Европейския съюз и европейските институции* (1.01–31.12.2024). Доклад на Фондация за хуманитарни и социални изследвания].