

EU DisinfoLab, яка збирає знання та досвід щодо дезінформації в Європі, у 2025 р. зазначала: «Платформи соціальних мереж скоротили модерацію контенту, а Національний науковий фонд скасував сотні дослідницьких грантів, пов'язаних з медіаграмотністю, боротьбою з дезінформацією, різноманітністю, рівністю та інклюзивністю». Це «може створити ризики для національної безпеки, оскільки Росія та Китай матимуть більше свободи поширювати дезінформацію та посилювати іноземний вплив і втручання». Щодо кліматичної дезінформації подано такі оцінки: «Трамп називає глобальне потепління «корисним для нас». Маск перетворюється з героя електромобілів на противника кліматичних змін». Вони підживлюють «трансатлантичну хвилю кліматичної дезінформації, послаблюючи дії щодо клімату від Вашингтона до Бразилії, від Брюсселя до Берліна»¹³⁹.

У цьому контексті можна прогнозувати посилення негативного іноземного впливу щодо кліматичної дезінформації завдяки не лише традиційним акторам (РФ, Китай тощо), але і державно організованій дезінформації однієї з провідних країн – США, яка перешкоджатиме зусиллям щодо донесення до людей точної інформації про зміни клімату, сприяючи зниженню кліматичної грамотності населення та громадської підтримки кліматичної політики, спрямованої на протидію наслідкам зміни клімату, їхньому пом'якшенню та адаптації до них. І, хоча дехто вважає, що це поки не супроводжується створенням державної пропагандистської машини, як це має місце в авторитарних країнах, проте значно скорочуються ресурси для протидії як національним, так і міжнародним кампаніям з кліматичної дезінформації.

Альона Тихомирова, кандидат психологічних наук, старший викладач кафедри професійної освіти в сфері технологій та дизайну
Київський національний університет технологій та дизайну (м. Київ, Україна)

ПСИХОЛОГІЯ КЛІМАТИЧНОЇ ДЕЗІНФОРМАЦІЇ У КОНТЕКСТІ ІНОЗЕМНОГО ВПЛИВУ

Дослідження психологічних механізмів створення, поширення та сприйняття неправдивої інформації про зміни клімату відіграють важливу роль як у вивченні кліматичної кризи, так і в розробці ефективних методів протидії дезінформації. Існує думка, що внутрішні та міжнародні наслідки дезінформації мають причинно-наслідковий зв'язок, а тому американські дослідники *M. McBride et al.* підкреслювали, що «психологічні механізми, які дозволяють дезінформації поширюватися, однакові, незалежно від того, чи є актор

¹³⁹ Disinfo Update (2025). URL: <https://www.disinfo.eu/disinfo-update-30-04-2025-2/>

міжнародний чи внутрішній, доброзичливий чи зловмисний»¹⁴⁰. Проте, як нам здається, варто звертати увагу на певні психологічні нюанси створення, сприйняття та протидії неправдивій кліматичної інформації, яку поширюють іноземні дезінформатори.

Невипадково, на сайті Шведського агентства психологічного захисту, важливою частиною якого є робота з передачі результатів досліджень та інших знань з питань психологічного захисту і яке бере участь у міжнародній робочій групі з протидії іноземному втручання, зловмисним інформаційним впливом називаються дії, коли «антагоністичні іноземні держави або інші суб'єкти зовнішньої загрози намагаються шкідливо вплинути, порушити або спрямувати суспільний дискурс у Швеції». Для того, щоб можна було говорити про такий вплив, на думку авторів контенту, «інформація має бути оманливою, навмисною та деструктивною»¹⁴¹.

У проведеному науковцями Університету Женеви дослідженні зазначалося: «Як люди, ми сприймаємо наукові повідомлення не як нейтральні приймачі інформації, а зважуючи їх з нашими попередніми переконаннями, бажаними результатами, емоційними зв'язками, соціокультурним та ідеологічним фоном. Залежно від конфігурації цих психологічних факторів, антинаукові переконання можуть посилюватися і ставати стійкими до корекції»¹⁴².

Шведські психологи трактують іноземний інформаційний вплив як «форму когнітивного впливу, що здійснюється іноземними державами або їхніми агентами з метою впливу на сприйняття, поведінку та рішення цільових груп на користь цих іноземних держав». Вони підкреслюють, що такий вплив може здійснюватися як окрема діяльність або як частина більш масштабної операції, що поєднує кілька видів діяльності, «спрямованих на здійснення незаконного впливу, де кожна діяльність (або операція) має одну або кілька власних цілей, покликаних допомогти досягти більш значущої мети». Дослідники вважають, що інформаційні маніпуляції можуть поширюватися на «(1) рішення політиків та інших осіб, які приймають рішення в державному секторі; (2) частину або всю громадську думку; (3) політичні рішення або громадську думку в інших країнах, де суверенітет, цілі безпеки або інші національні інтереси можуть зазнати негативного впливу»¹⁴³.

¹⁴⁰ Megan McBride, Heather Wolters, Kaia Haney, and William Rosenau (2021). The Psychology of (Dis)information: Case Studies and Implications. URL: <https://www.vaemergency.gov/aem/blue-book/reading-corner/the-psychology-of-dis-information-case-studies-and-implications.pdf>

¹⁴¹ The Swedish Psychological Defence Agency. Glossary. (2024). URL: <https://mpf.se/psychological-defence-agency/aids/glossary>

¹⁴² Tobia Spampatti, Ulf J. J. Hahnel, Evelina Trutnevyte & Tobias Brosch (2023). Psychological inoculation strategies to fight climate disinformation across 12 countries. *Nature Human Behaviour*, 8(2), 380-398. URL: <https://www.nature.com/articles/s41562-023-01736-0#Sec>

¹⁴³ Pamment, J., Falkheimer, J., & Isaksson, E. (2023). Malign foreign interference and information influence on video game platforms: Understanding the adversarial playbook. *Myndigheten för psykologiskt försvar*. URL: <https://mpf.se/download/18.34f4c6361939015813e2ef/1733303782826/mpf-skriftserie-23-03-malign-foreign-interference-and-information-influence-on-video-game-platforms.pdf>

Хоча кліматична дезінформація може з'являтися через непорозуміння або ненавмисне поширення неточних даних, іноземні суб'єкти здатні використовувати її для ослаблення суспільної підтримки заходів у сфері клімату, затримки реалізації політики та погіршення міжнародної кооперації. Такий вплив становить дедалі більш серйозну загрозу світовим зусиллям у протистоянні змінам клімату, оскільки він може експлуатувати психологічно слабкі місця для маніпуляцій громадською думкою та уповільнення прогресу.

Найбільш важливими, на наш погляд, є низка психологічних аспектів кліматичної інформації, поширюваної іноземними дезінформаторами, про які йдеться далі.

Психологічний ракурс аналізу кліматичної дезінформації також потребує розрізнення понять *кліматичної мізінформації* та *дезінформації*. Перше стосується розповсюдження неточних даних без «злого» наміру, часто через помилки або непорозуміння. Друге стосується навмисного поширення неправдивої інформації, щоб заплутати або маніпулювати громадською думкою. Іноземні суб'єкти нерідко використовують вже існуючу мізінформацію або створюють на її основі нові наративи для досягнення власних цілей, які можуть призводити до затримки у здійсненні кліматичних заходів.

Експлуатування когнітивних упереджень у контексті зміни клімату вважається суттєвим інтелектуальним випробуванням через складність сприйняття довгострокових і накопичувальних наслідків антропогенних викидів. Іноземні дезінформаційні впливи можуть маніпулювати цим, запроваджуючи спрощені або емоційно заряджені наративи, які обходять складні наукові аргументи. Такі суб'єкти здатні використовувати «евристику доступності», акцентуючи увагу на короткострокових погодних аномаліях або ізольованих явищах, щоб заперечити усталені кліматичні тенденції. Інше когнітивне упередження, зокрема «упередження підтвердження», активно застосовується для поширення інформації, що відповідає попереднім політичним чи ідеологічним переконанням аудиторії, роблячи її несприйнятливою до наукових даних. Люди мають схильність довіряти легкодоступній інформації та шукати підтвердження вже існуючих поглядів, що відкриває можливості для дезінформаційних кампаній. Останні можуть вибірково висвітлювати дані або адаптувати повідомлення так, щоб вони підтримували існуючі упередження та зменшували ймовірність прийняття альтернативних доказів.

Дезінформація стає особливо впливовою, коли вона частково відповідає вже існуючим політичним, релігійним чи соціальним переконанням. Це явище пояснюється так званою «упередженістю підтвердження», яка полягає в тому, що людина схильна сприймати і використовувати лише ту інформацію, яка узгоджується з її переконаннями, і відкидати те, що суперечить.

Емоційні маніпуляції також є важливим елементом дезінформаційних стратегій. Вони спрямовані на провокацію сильних емоційних реакцій, таких як гнів і страх, що перешкоджають раціональному аналізу ситуації і слугують політичним інтересам через створення плутанини, тривоги та апатії. Бот-акаунти часто посилюють страх та недовіру до прихильників кліматичних заходів, використовуючи конспірологічні теорії про «кліматичні культи», «кліматичні афери» та «глобальні еліти». Вони стверджують, що заходи щодо боротьби зі зміною клімату загрожують природі та людському існуванню або є лише прикриттям для елітного збагачення та контролю. Аналіз показує, що дезінформація надає терміну «клімат» сенсу загрозової небезпеки, пов'язаної з ненадійною наукою, тоді як «зміна» постає більш заспокійливим явищем. Натомість, кліматичний активізм прагне поєднати «зміну» з негативними емоціями. У текстах дезінформації часто використовуються емоційно навантажені вирази для провокування реакцій типу гніву або страху через сенсаційність та перебільшення. Емоційна маніпуляція являє собою ключову тактику, оскільки потужні емоційні реакції можуть затьмарити логічне мислення, роблячи людей більш уразливими до сприймання невірної інформації без критичної перевірки.

Риторичні стратегії та логічні помилки. Ті, хто заперечують зміни клімату, часто застосовують риторичні стратегії, щоб створити ілюзію наукової суперечки там, де її фактично не існує. До таких стратегій відносять акцентування уваги на можливих природних причинах, популяризація недостовірних досліджень, оскарження звітів та процедур Міжурядової групи експертів зі зміни клімату (IPCC), а також поширення конспірологічних теорій. Вони також використовують тактику «затримки кліматичних дій», яка полягає у перекладанні відповідальності на окремих людей або на інші країни, пропагуванні неефективних рішень, підкресленні економічних витрат переходу до економіки з нульовими викидами та просуванні ідеї того, що діяти вже занадто пізно.

Маніпулятивні повідомлення формуються таким чином, щоб просунути певні інтереси, спотворити дані через вибіркове представлення досліджень та дискредитувати авторитетних науковців чи установи, зміцнюючи сумніви. «Технокогнітивний» підхід звертає увагу на недоліки в кліматичній дезінформації, такі як використання недостовірних експертів та анекдотичних аргументів. Опоненти боротьби зі зміною клімату спрямовують свою увагу на політичну протидію заходам щодо пом'якшення наслідків зміни клімату замість обґрунтованих заперечень. Застосування цих стратегій дає змогу іноземним суб'єктам сіяти сумніви щодо терміновості та серйозності проблеми зміни клімату, створювати плутанину навколо рішень і зрештою відстрочити або перешкодити ефективним кліматичним діям. Ці методи спричиняють шум і невизначеність навколо науки про клімат і політики, що ускладнює

здатність громадськості розрізнити правдиву інформацію від хибної, підриваючи тим самим підтримку заходів, які ґрунтуються на доказах.

Прямі атаки на науковців та наукові установи. Існують твердження про корумпованість кліматичної науки, які супроводжуються стереотипами демонізації та дегуманізації. Вони заперечують зміни клімату, висуваючи претензії щодо маніпуляції даними та порушення етичних норм у процесі наукових досліджень з метою підриву довіри до доказів змін клімату. Прикладом такої тактики виступає інцидент «Кліматгейт», коли електронні листи були вирвані з контексту для створення враження маніпуляції даними. Іноземні суб'єкти можуть посилювати ці атаки для зменшення сприйняття авторитетності та достовірності науки про клімат, роблячи їхню власну дезінформацію більш правдоподібною.

Протидія впливу міжнародної кліматичної дезінформації потребує особливої уваги до проблеми *когнітивного (психологічного) щеплення (пробункінгу)*, що передбачає проактивне інформування громадськості про пом'якшені варіанти мізінформації або про ключові тактики дезінформації. Це дозволяє сформувати своєрідні «психологічні антитіла», сприяючи стійкості до шкідливого контенту. Важливою складовою такого підходу є застосування стратегій психологічного щеплення, спрямованих на ключові чинники впливу на вірування, зокрема на науковий консенсус і довіру до науковців.

Зазвичай попередження про фейкові новини не завжди є достатньо ефективними. Натомість найбільш успішні методики «пробункінгу» включають подання достовірної інформації, коротке згадування міфу або прийому маніпуляції, роз'яснення їхньої неправдивості чи маніпулятивності, а також подальше підтвердження достовірної інформації. Такі проактивні стратегії забезпечують індивідів когнітивними інструментами та підвищують їх обізнаність для виявлення й подолання дезінформації ще на ранніх етапах контакту з нею. Це може бути більш стійким та ефективним підходом у протидії зовнішньому впливу порівняно з виключно реактивними заходами щодо викриття фейків.

Стратегії протидії міжнародній кліматичній дезінформації варіюються від когнітивного щеплення до *впровадження інструментів перевірки фактів*. Ці методи спрямовані на те, щоб надати людям навички, які допоможуть відрізнити достовірну інформацію від обману, та заохочувати здоровий скептицизм щодо неперевіраних джерел. Однак це не проста боротьба, адже для реалізації цих зусиль потрібна координація та ресурси, які часто перебувають поза межами можливостей окремих академічних установ. Перспективним може бути навчання громадськості протидії поширеним прийомам і наративам, що використовуються в кампаніях кліматичної дезінформації. Такий підхід сприяє розвитку «когнітивного захисту», що дозволяє більш критично оцінювати інформацію, послаблюючи вплив недостовірних тверджень. У підсумку це суттєво знижує ефективність зовнішніх маніпулятивних стратегій.

Дезінформація може продовжувати впливати на мислення ще довго після того, як людина вперше з нею стикається, і навіть після того, як вона була розвінчана, вважають S. Lewandowsky і E. Gilles. Вона така «липка» насамперед тому, що критичний підхід до її оцінки вимагає від людини більше пізнавальних зусиль, ніж просте визнання того, що недостовірна інформація є правдою¹⁴⁴.

Психологія може протидіяти негативним наслідкам дезінформації, наочно демонструючи її силу та способи реагування на неї. Психологи пропонують кілька стратегій для боротьби з дезінформацією¹⁴⁵, що ґрунтуються на теорії щепленні установок, яка припускає існування методів, за допомогою яких можна зміцнити впевненість людини у власному ставленні та допомогти підтримувати позицію з небажаним ефектом ззовні.

Цей прийом використовує як стратегію захист установок від прямих атак або постійного тиску на них, а теорія бере свій початок в експериментах американського соціального психолога W. McGuire, котрий першим замислився над питанням, чи можна робити «щеплення проти переконання» як щеплення від вірусних захворювань, пропонуючи людині обмежену дозу фейків («вірус») і спростовуючи їх, виробляючи таким чином «імунітет» до дезінформації. «Живучи в ідеологічно монолітному середовищі, людина схильна недооцінювати вразливість своїх переконань і ймовірність зазіхання на них. Отже, у неї буде мало мотивації або досвіду в розробці аргументів на підтримку своїх переконань або в підготовці спростувань на несподівані контраргументи» – написав дослідник. На його думку, попереднє ознайомлення з контраргументами, які досить легко спростовуються («щеплення»), може зміцнити вже існуючі переконання людини – іншими словами, «підвищити імунітет» до спроб вплинути на ці переконання¹⁴⁶.

Інформація, з якої складається «вакцина», не повинна бути агресивною і деструктивною – навпаки, «доза» повинна звучати переконливо і змушувати людину задуматися, чому вона дотримується саме цієї позиції. Незначні аргументи проти позиції сприяють виробленню системи захисних контраргументів, які в майбутньому слугуватимуть доказовою базою для обґрунтування своєї думки в дискусії.

¹⁴⁴ Lewandowsky S., Gilles E. (2012). The pivotal role of perceived scientific consensus in acceptance of science Gignac and Samuel Vaughan. *Climate Change*, 3, 399–404. URL: https://skepticalscience.com/docs/Lewandowsky_2012_Consensus.pdf

¹⁴⁵ Lewandowsky S, Oberauer K, Gignac G.E. (2013). NASA faked the moon landing--therefore, (climate) science is a hoax: an anatomy of the motivated rejection of science. *Psychol Sci*. May; 24(5):622-33. URL: doi: 10.1177/0956797612457686. Epub 2013 Mar 26. PMID: 23531484.

¹⁴⁶ McGuire, W.J. (1961). Resistance to persuasion conferred by active and passive prior refutation of same and alternative counterarguments. *Journal of Abnormal Psychology*, 63, 326–332.

ДЕЗІНФОРМАЦІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ФРАГМЕНТАЦІЇ СУСПІЛЬСТВА В УМОВАХ КОГНІТИВНОЇ ВІЙНИ

Найбільшою гіпотетичною небезпекою успішно проведеної кампанії щодо цілеспрямованої фрагментації суспільства є практичне унеможливлення відбудови нового конструктивного суспільного діалогу, оскільки фрагментація посилює конфліктність, стимулює недовіру до державних інституцій, ЗМІ та громадян один до одного. Українська дослідниця О. Кожем'якіна вважає, що довіра може виконувати регулятивну функцію як на міжособистісному рівні, так і у стосунку людини та світу, знижуючи тим самим його соціальну складність і невизначеність¹⁴⁷. У цьому контексті довіру можна розглядати не лише як психологічну категорію, але й як стратегічний ресурс національної безпеки, відновлення якого є надзвичайно складним після системного впливу інформаційних загроз. Довіра є основою будь-якого соціального капіталу, а також далеко не останнім важелем впливу у російсько-українській війні, основою його консолідації.

Зовсім свіже опитування, яке упродовж 2-12 травня 2025 р. проводив Київський міжнародний інститут соціології (КМІС) показує динаміку довіри до В. Зеленського, за результатами якого простежується, що у порівнянні із березнем 2025 р. частка тих, хто довіряє президенту, зросла з 69% до 74%, а частка тих, хто не довіряє – знизилася з 28% до 22%¹⁴⁸. Протягом 4-10 грудня 2023 р. КМІС проводив інше всеукраїнське опитування громадської думки «Омнібус», до якого були додані запитання щодо довіри військовим командувачам та щодо можливої відставки В. Залужного. У підсумку, серед тих опитуваних, кому відомі імена командувачів було виявлено, що 94% довіряють В. Залужному, 73% довіряють К. Буданову і 63% довіряють О. Сирському. Водночас рівень недовіри серед тих, хто їх знає, становить 5% для В. Залужного, 24% – для К. Буданова, 29% – для О. Сирського¹⁴⁹. Загалом у цьому дослідженні також йшлося про безумовно високий рівень довіри громадян до ЗСУ. Зрозуміло, що РФ вигідно працювати над тим, щоб зменшувати довіру українського населення та міжнародних партнерів як до війська так і до інститутів влади. У відповідь на ці рейтинги у 2024 р. російська пропаганда стабільно працювала над прагненням розділити українське суспільство та налаштувати один проти одного військових і цивільних, громадян і уряд.

¹⁴⁷ Кожем'якіна, О. М. (2011). Довіра в сучасному соціумі. Вісник Інституту економіки та прогнозування, (1), 48–53.

¹⁴⁸ КМІС (2025). Динаміка довіри Президенту В. Зеленському в 2019–2025 роках та ставлення до проведення виборів. Url: <https://cutt.ly/1rxwcbDt>

¹⁴⁹ КМІС (2025). Довіра військовим командувачам та ставлення до можливої відставки В. Залужного. Url: <https://cutt.ly/3rxwcTFu>