

BREAK THE CHAIN

НАРЪЧНИК ЗА
ПРЕПОДАВАТЕЛИ (И НЕ САМО)

ОСИГУРЯВАНЕ НА
НАЧИНИ ЗА
СПРАВЯНЕ С
ФАЛШИВИ НОВИНИ
И ДЕЗИНФОРМАЦИЯ
ОНЛАЙН

FOCUSED
ON
ADULTS

55+

:Автори, редактори и екип на сътрудниците: Magdaléna Hanáčková, Tereza Pálková, Radka Muchová, George Papaioannou, Daria Kyslitska, Olivier Rappaport, Vassilis Korakis, Marta Terroba, Paloma de la Puente, Katerina Tsilili

Сътрудничество: E-SENIORS: INITIATION DES SENIORS AUX NTIC ASSOCIATION - France
KOMICHA LTD - Bulgaria
ATERMON B.V. - Netherlands
FEDERACION DE ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES Y USUARIOS DE LOS MEDIOS (ICMEDIA) - Spain
HEARTHANDS SOLUTIONS LIMITED - Cyprus

Издател: EDUcentrum, z.ú.
K Lomu 1056, 25229 Dobřichovice
Czech Republic
E-mail: info@educentrum.cz

Графичен дизайн: Mgr. MgA Markéta Horáková

Благодарност: Mgr. MgA Markéta Horáková

:Снимки: Ing. Lukáš Hána, Bc. Lucie Nemešová and Mgr. Michaela Hlaváčová for expert consultations
Canva



Заглавие на проекта: Break the chain: Осигуряване на начини за справяне с фалшиви новини и дезинформация онлайн
Този проект е финансиран с подкрепата на Европейската комисия.

Номер на проекта: 2021-1-CZ01-KA220-ADU-000029779
Erasmus+ KA220-ADU- Cooperation partnerships in adult education

Подкрепата на Европейската комисия за изготвянето на тази публикация не представлява одобрение на съдържанието, което отразява възгледите само на авторите и Комисията не носи отговорност за каквото и да е използване на информацията, съдържаща се в него.

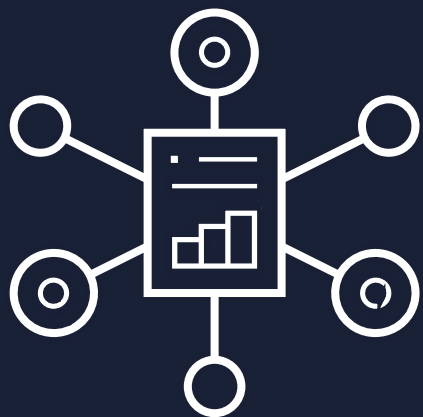
Настоящата публикация е достъпна като документ с отворен код въз основа на лиценза Creative Commons CC BY-NC 4.0 (Attribution-NonCommercial 4.0 International). За повече информация: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/legalcode>



Тази публикация се разпространява
безплатно. Прага, 2022 г.



СЪДЪРЖАНИЕ



ВЪВЕДЕНИЕ	5
ДЕЗИНФОРМАЦИЯ: ТЕОРЕТИЧНА ЧАСТ	9
Какво е необходимо за справяне с дезинформацията	
Резултати от въпросника, фокусирани върхи текущите нужди на преподавателя	10
Списък с термини	10
Опасностите на дезинформацията	12
Исторически контекст на дезинформацията	14
Целите на дезинформаторите	17
Техники за дезинформация	18
Трикове на манипулация, характерни за дезинформация	19
Ролята на интернета и промените в медийния свят	20
Надеждни източници	21
Платформи за разпространение на дезинформация	22
Социални и филтърни балони	23
Фалшива реклама	25
Когнитивни процеси: Как мозъкът ни се справя с дезинформацията	25
Емоционален аспект	27
Положителни отзиви	28
	30

СПЕЦИФИКА ПРИ ОБУЧЕНИЕТО НА ВЪЗРАСТНИ 32

Невропластичност	33
Невроандрагогика	34
Активност и задълбочена обработка на данни	35
Какво трябва да се вземе предвид при	37
анализа на потребностите	31
Как да планираме дейностите	
Повече за методите, които препоръчваме	39
в нашите уроци	39
<i>Използване на мисловни карти</i>	40
<i>Техниката на мозайката</i>	
Подпомагане на възрастните при	40
поемането на самостоятелно обучение	
с помощта на ИКТ	41
Хибридно/онлайн обучение	

ДЕЗИНФОРМАЦИЯ: ПРАКТИЧЕСКА ЧАСТ 43

Стратегическа комуникация: Съвети как да говорим	45
с хората с различно мнение и превенция на риска	
Как да разберете дали става въпрос за фалшиви	46
новини -- фейкнюс	47
5 ВЪПРОСА за оценка на медийното съдържание	
Няколко бележки относно съдържанието на	48
примери за дезинформация	48
Оценка	

ПЛАНОВЕ НА УРОЦИТЕ И СЪВЕТИ ЗА ПРЕПОДАВАНЕ 49

ДЕЗИНФОРМАЦИЯ: ОСНОВНИ ТЕРМИНИ	51
ПОЛОЖИТЕЛНИ ОТЗИВИ	56
СТЕРЕОТИПИ И УТВЪРЖДАВАЩИ	60
ПРЕДРАЗСЪДЪЦИ	64
МНЕНИЕ СРЕЩУ ФАКТ	68
ЦЕЛИ И ТЕХНИКИ ЗА ДЕЗИНФОРМАЦИЯ	71
ИЗТОЧНИЦИ	73
ФОТОМОНТАЖ И	77
ФОТОМАНИПУЛАЦИЯ ВЕРИЖНА ПОЩА	79
СОЦИАЛНИ САЙТОВЕ И ИЗКУСТВЕН	
ИНТЕЛЕКТ	
Препоръчани източници	82
Сайтове за проверка на	85
фактите	86
Източници	



ВЪВЕДЕНИЕ



Въведение

Първият резултат от проекта наръчник Break the Chain, насочен предимно към преподаватели по медийна грамотност в курсове за възрастни, е възможността да се предоставят важни идеи за всеки, който проявява интерес към процеса на дезинформация.

Break the Chain има за цел да помогне на възрастните да идентифицират **въздействието, което фалшивите новини и дезинформацията** оказват върху поведението ни и да бъдат намерени начини за справяне със ситуацията. Проектът осигурява **цялостен холистичен подход**, като се фокусира върху представянето на цялата необходима информация за фалшивите новини и дезинформацията, въздействието им върху нашите решения и начините за откриването им.

През последните години дезинформацията се превърна от досаден спам в сериозна заплаха, която значително манипулира общественото мнение, подкопава демократичните системи, излага на риск здравето на гражданите и в крайна сметка кампаниите за дезинформация бяха включени сред стратегиите и предизвикателствата на хибридната война през следващото десетилетие.

ИВъв всеки случай, както създателите на дезинформация, така и тези, които се съпротивляват срещу дезинформацията са стигнали до осъзнаването каква радикална сила може да има дезинформацията в условията на технологично усъвършенствано общество. В същото време преподавателите обясняват, че проблемът не може да бъде решен само с обучение по ИКТ или медийна грамотност, но той е свързани и със зрелостта на **критичното мислене** на гражданите, която не може да бъде придобита за един ден. Освен това **психологическият аспект** играе важна роля и представлява сериозно предизвикателство за преподавателите.

Борбата срещу дезинформацията изисква твърде много усилия, отнема дълго време и понякога се оказва, че не води до резултат. Възщност всеки един опит за подобряване на ситуацията и възможността да се помогне на гражданите да се ориентират си струва си и заслужава уважение. Това ръководство трябва да служи на всички смели просветители, които се впуснат в това начинание..

Силно препоръчваме поради причини, обяснени в теоретичната част на ръководството, да представите обучението по дезинформация по-скоро като **дискусия**, а не един вид 'проповед' от страна на преподавателя. Участниците трябва да разберат, че водещият е тук, за да им помогне да разпознаят колко е широко разпространена дезинформацията, как тя се разпространява невероятно бързо и може да причини вреда и как да се предотврати манипулацията. Дискусията трябва да доведе до **осъзнаване на отговорността**, която идва с използването на интернет пространството.

Повечето държави вече осъзнават опасностите, които крият фалшивите новини и дезинформацията и инвестират в **образователни програми** и обучение на гражданите си. Те обаче са насочени предимно към училищата и младежите като липсва по-конкретна инициатива за включване на възрастното население. Ето защо нашият екип от шест европейски държави реши да обедини усилията си, да помогне за прекъсването на веригата и да допринесе за борбата с дезинформацията чрез обучение на уязвимата целева група на възрастните **над 55 години**, които може да се нуждаят от още по-голяма помощ с ИКТ технологиите, отколкото по-младите поколения.

Трябва да приемем факта, че промяната на убежденията на хората е дълъг и труден процес. Въпреки това няма по-добър и по-ефективен начин от **образованието, търпението и взаимното разбиране**. Всички тези аспекти трябва да бъдат взети под внимание в случай че желаете резултатът да бъде ефективен.

Бъдете подготвени за ситуацията, че работата на преподавателя в областта на дезинформацията не е свързана само с предаването на знания, а повече с **взаимоотношенията** с вашите ученици. Изоляцията и липсата на комуникация в съвременния свят са една от причините, поради които възрастните над 55 години да се поддават на удобната съблазън, която предлагат дезинформаторите

Ръководството е разделено на две части. Първата разглежда дезинформацията от теоретична гледна точка като обяснява явлението в исторически контекст, както и съвременната медийна среда. Значителна част от наръчника е посветена на целите и техниките на дезинформацията. За да може да се води борба с дезинформацията, е необходимо да се разберат мотивите и похватите, които се използват за манипулиране на общественото мнение.

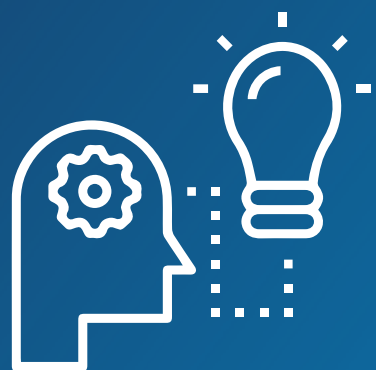
Във втората част прилагаме примери за съставяне на **планове за уроци** по важни теми и конкретни съвети за ефективно, деликатно и забавно преподаване на възрастни. Теоретичната част е отделена от практическата част. Обучаващият трябва да е запознат с проблематиката поне в степента, която предоставяме в този наръчник и да може да прилага теоретичните знания на практика. Същата задача стои и пред участниците във вашите курсове.

Целта на този наръчник е да ви подготви за задачи и дейности, които задължават учениците да обработват задълбочено получената информация, да

да бъде прилаган на практика и да бъде интегриран в рамките на вече съществуващите знания и умения. Същевременно се предвижда използването на цифрови средства, които ще улеснят провеждането на съответните курсове за обучение и ще помогнат на възрастните да бъдат част от **виртуалното обучение**..

Помагалото не е предназначено за медийна грамотност, то е само за обучители. Благодарение на лесната за разбиране и кратка (въпреки че е предизвикателство за такъв сложен казус като дезинформацията) теоретична част, то може да служи на широката публика като източник, за да се стигне до основите на проблема или по-лесно да се намерят отговори как да говорите с хора с различен мироглед. В крайна сметка всички сме уязвими!





ДЕЗИНФОРМАЦІЯ

ТЕОРЕТИЧНА
ЧАСТ

ТЕОРЕТИЧНА ЧАСТ

Какво е необходимо
за борба и справяне с
дезинформацията



Като се има предвид опасността, която разпространението на фалшиви новини и дезинформация представлява за демократичния свят, очевидно е, че заинтересованите страни от държавния, неправителствения и частния сектор трябва да обединят усилията си и да инвестират в **стратегии за борба с дезинформацията**.

Въпреки че се появяват много неправителствени инициативи, липсата на проверяващи фактите, които да се занимават с проверка на информацията, е проблем, който много държави наблюдават (iCmedia 2022, с. 20) С бързото развитие на технологиите дезинформаторите използват все по-сложни техники и разкриването на цялата дезинформация изисква много време, енергия и професионални умения. Общият проблем изглежда е слабото сътрудничество на държавата с проверяващи фактите и/или липсата на изградени мрежи за проверка на факти, с изключение на Нидерландия. (iCmedia, 2022 г., стр. 30) Ситуацията изисква **допълнителни политики, инструменти за проверка и процеси за проверка на фактите**

Разпространението на случаите, главно по време на изборни процеси, пандемията Covid - 19, а също и на международно ниво като например при нахлуването на Русия в Украйна, засили спешността, с която демокрациите трябва да реагират на дезинформацията. Поради това много правителства въведоха **национални закони** за противодействие на враждебните дейности, които дезинформацията представлява,

въпреки че е очевидно, че степента на желание за регулиране на дезинформацията е различна - например западноевропейските страни като Нидерландия са по-активни при определянето на борбата си срещу дезинформацията, спазването на кодекси за поведение и криминализирането на опитите за нанасяне на вреда на обществото в сравнение със страните от бившия Източен блок като България или Чешката република. (iCmedia, 2022 г., стр. 20-29)

Ролята на държавата и нейното **регулиране** на дезинформационната сцена доста често обаче е проблематична, тъй като засяга проблема с **цензурата**. В едно цивилизовано демократично общество начинът за борба с дезинформацията не може да бъде регулирането на общественото мнение чрез забрана на свободата на словото. Освен това свободата на изразяване усложнява налагането на санкции на дезинформаторите. Не можете да наказвате никого за това, че отразява и споделя информация и мнения. Тъй като решаващият, но и неосезаем фактор за различията между отделните видове дезинформация е **намерението**, докато голяма част от дезинформацията се изпълзва от наказание и санкция.

Така че изглежда, че в тази трудна битка най-много са необходими: **образование, търпение и взаимно разбиране**. Повече от очевидно е, че предпазването на гражданите от негативното въздействие на дезинформацията не се състои само в предоставянето на технологични инструменти и рационално обяснение на явлението. Особено ние, преподавателите, трябва да разбираме всички аспекти на дезинформацията и податливостта на хората към нея. Трябва да разбираме гледната точка на нашите съграждани и да им помогнем да преодолеят стреса от **информационното претоварване** и хаоса.

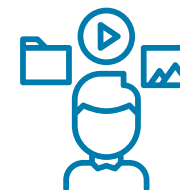
Това, което трябва да помогнем на обществото да постигне като цяло е **здравословен скептицизъм** - състояние между двете крайности на пълна доверчивост, когато хората са лесно манипулируеми и пълно недоверие,

когато хората се съмняват във всичко. Това крайно разделение на възгледите води до **поляризация** на обществото и до невъзможност за общуване. Важно е да покажете на своите ученици защо и как да тренират своето **критично мислене**.

Поради тази причина е важно да имате предвид, а и да напомняте на учениците си, че обучението по медийна грамотност и борбата с дезинформацията не се основава на идеята за преподаване на това коя информация или източници са "добри" и "лоши", а на изграждането на умения, които ще позволят на участниците да преценяват достоверността на съдържанието и самостоятелно да правят точни заключения относно неговата надеждност.

С проекта "Break the Chain" искаме да допринесем за борбата с манипулацията и да се съсредоточим върху нуждите на учителите по медийна грамотност, за да улесним тяхната . . . трудна мисия

Резултати от въпросник, фокусиран върху настоящите нужди на треньорите



В началото на проекта "Break the Chain" помолихме учители по медийна грамотност, обучители и лектори от шест държави да попълнят въпросник, насочен към отразяване на актуалната ситуация с фалшивите новини, дезинформация и образователни практики, които да послужи като важна предпоставка за разработването на настоящото ръководство

Въпросникът беше попълнен от 116 преподаватели по медийна грамотност от шестте държави, повечето от които работят в неправителствени организации, но също и в центрове за обучение на възрастни,

организации, занимаващи се с медийна грамотност, изследователски институти или обществени образователни институции. Както показва нашият доклад, те предлагат курсове предимно на по-младите поколения, каквато е всеобщата тенденция, докато **курсовете за възрастните над 55 години** не са толкова често срещани. В същото време огромното мнозинство от анкетираните са съгласни, че броят на обученията, предлагани на възрастните, не е достатъчен, като се има предвид, че те се сблъскват с примери на дезинформация почти всеки ден. Резултатите от анкетата показват също, че дори треньорите по медийна грамотност са особено внимателни когато оценяват способността да разпознават дезинформация и повече от половината от тях смятат, че са податливи на дезинформация. Тези констатации не са изненадващи. Всъщност колкото повече разбирате принципите на дезинформацията, толкова повече трябва да признаете колко хитри и подсъзнателни са техниките, как скоростта на технологичното развитие затруднява да се справим с нея и как всички ние сме уязвими на дезинформация, независимо колко умели проверяващи фактите сме, поради простия факт, че сме човешки същества със специфични когнитивни и емоционални процеси. Предлагаме ви този факт да бъде постоянно подчертаван по време на обучението.

Що се отнася до въпроса относно платформите, при които анкетираните се сблъскват със случаи на дезинформация, **социалните мрежи** са на челно място, следвани от **телевизията, електронната поща и печатните медии**.

Важна част от въпросника се отнася до методите, инструментите и недостатъците, които обучаващите използват в момента, за да преподават материала относно фалшивите новини и дезинформация. Най-популярните инструменти са дейностите по повторно търсене, следвани от използването на различни статии или видеоклипове. Младите преподаватели също така посочват онлайн или офлайн игрите като привлекателен и

интерактивен инструмент. Дейностите по проучване заемат челно място в класацията на най-популярните методи за преподаване, следвани от: обучение, основано на проучване, обучение между връстници и смесено обучение. На въпроса относно методите, в които обучаващите биха искали да се усъвършенстват или да научат повече за тях, EQL води в списъка, а различните интерактивни методи като изследователски дейности, смесено обучение и обучение между колеги предизвикват в някаква степен също голям интерес. Отбелязва се също, че винаги е чудесно да се черпи вдъхновение от нови методи, инструменти и подходи.

Като основни предизвикателства, с които се сблъскват анкетираните в курсовете за възрастни, те най-често посочват **липсата на методология, следвана от липсата на умения за работа с ИКТ и медийна грамотност и налични ресурси**. Значителна част от тях посочват като общ проблем и липсата на мотивация. Тъй като недостигът формира важна част от нашия принос, на този етап искаме да дадем място и на други коментари. Едно от предизвикателствата, срещани сред курсовете за възрастни, споменато от анкетираните от всички държави е недоверието на учащите, **дълбоко вкоренените и залегнали убеждения, нежеланието да променят отношението си или въобще дори нежеланието да участват**. Екипът на "Break the Chain" счита това за сериозен казус и посвещава обширна част от ръководството на психологическите аспекти на работата, както и на стратегическите съвети за комуникация, за да се предотвратят конфликти по време на обучението.

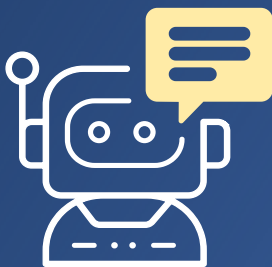
Когато бяха запитани за **медийната грамотност** и връзката с дезинформацията на възрастните над 55 години в сравнение с другите възрастови групи, повечето анкетиранци подчертаха липсата на умения поради факта, че не са израснали в ерата на ИКТ технологиите, както това се наблюдава при по-младите поколения. Те нямат опит с толкова разнообразна медийна изява, не разбират функционирането на

социалните мрежи и рядко сравняват повече източници. Особено това важи за анкетираните от Чешката република, които дори посочват, че значителна част от дезинформацията се споделя устно от приятел на приятел или се праща по електронна поща. Възрастните над 55 години също така се характеризират като по-малко гъвкави в промяната на мнението си и по-малко мотивирани да научават нови неща. Следователно изводите, които трябва да направим от тази практика са да осигурим методика, която да включва термини, обяснения и инструменти, които да са възможно най-прости, лесни за разбиране и да създават безопасна и приятна среда за преподаване.

Последните два въпроса от въпросника бяха свързани с опита на анкетираните участници **в обучение или курсове по дезинформация**. Само половината от тях признават, че са посещавали някога обучение/курс. Практиките, които са били прилагани по време на обучението, са включвали най-вече теоретична част, посветена на термините и опасностите от дезинформация, както и някои дейности, свързани с инструменти за идентифициране на произхода и проверка на снимки и видеоклипове, реални примери за кампании за дезинформация и неформални интерактивни образователни методи. Обучението им помогна да включат нови инструменти и методи в преподаването си и да осъзнаят колко е важно да се вземат предвид спецификите на всяка група ученици.

Наръчникът Break the Chain се надяваме ще даде нови перспективи и вдъхновение на всички преподаващи по нелекия и сложен път на обучението на възрастни над 55 години във връзка със сложната тема за фалшивите новини - 'фейкнюс' и дезинформацията.

Списък с термини



В самото начало нека обобщим основните термини, които се появяват в контекста на дезинформационната сцена. В процеса на обучението участниците трябва да са наясно с тези термини и изрази и трябва да разбират тяхното значение.

Първоначалната **викторина, кръстословица или друга забавна игра**, посветена на термините, може да послужи като мотивираща водеща дейност, както и **като важен принос за анализа на потребностите ви**. Напълно вероятно е вашите ученици да са запознати с някои термини, но може да се наложи да се изясни значението на други:

БОТ



Компютърна програма, която автоматично създава **фалшиви профили** в социалните сайтове и може да бъде използвана за автономно **разпространение, споделяне и коментиране**.

Верижна поща



Масово препращан имейл, чието съдържание обикновено се състои от дезинформация, измами, пропаганда или търговски оферти и призив да се препрати имейлът по-нататък. Верижните имейли могат да включват прикачени файлове с опасни компютърни кодове (вирус, троянски кон) и да се злоупотребява с имейл адресите на получателите.

Кликбейт



Сензационно заглавие или текст, който предизвиква **емоционална реакция**, понякога придружен от провокираща или вълнуваща снимка/видео. То има за цел да привлече вниманието и да подтикне хората да кликнат върху връзки към определени уебсайтове, които често включват реклама. **Ragebait/rage farming** е вид clickbait, който предизвиква негативни емоции като гняв или страх, за да увеличи броя на зрителите или взаимодействието.

Теория на конспирациите

Теория, която обяснява дадено събитие или съвкупност от обстоятелства като **результат от таен заговор** на някои елитни органи, като например правителство, тайни служби или икономически групи.

Дезинформация

Дезинформация, създадена и споделена с намерението умишлено да заблуди читателя/слушателя, за да манипулира или обърка общественото мнение.

Елфи

Групи от хора, появили се в киберпространството като реакция на дейността и въздействието на троловете. Те проверяват фактите и се борят с дезинформацията, като я развенчават. За разлика от фермите за тролове, тяхната дейност не е платена.

Проверяващфактите



.Лице, чиято задача е да проверява фактическата информация, особено в нещо, което се публикува.

Фалшива реклама



Всяка реклама или промоция, която представя в невярна светлина естеството, характеристиките, качествата или географския произход на стоки, услуги или търговски дейности. Подвеждащата или фалшивата реклама може да накара потребителите да закупят продукти, които в действителност са фалшиви, дефектни или дори опасни.

Фалшиви новини-фейк



Нов термин за вид дезинформация, която **имитира съдържанието на новинарските медии**. Тя е частично базирана на достоверна информация, така че изглежда достоверна, но тонът ѝ е по-скоро сензационен.

Ноах



Пример за дезинформация под формата на алармиращи верижни съобщения, които насърчават читателя да ги изпрати отново или да ги сподели.

Дезинформация



Фалшива информация, **споделена без намерение** за измама. Типични примери са **градските легенди** - фолклорни хумористични или ужасяващи случки, които са се случили "на приятел на приятел". Намерението е да се сподели вълнуваща история с усилие да се привлече вниманието, а не да се заблуди и манипулира читателят/слушателят.

Пропаганда



Разпространяване на информация с цел **целенасочено формиране на обществените идеи, нагласи и поведение**, така че реакциите да са в съответствие с намеренията и нуждите на пропагандиста. Докато **бялата пропаганда** (= връзки с обществеността) използва вярна и обективна информация, за да повлияе на общественото мнение (напр. кампания за ваксиниране), инструментите на **черната пропаганда** са дезинформация или скан-дализация с намерение да се опетни или отслаби опонентът. (Gregor, 2018 г., стр. 15)

Спам



Непоискано съобщение, обикновено електронна поща, което се разпространява масово в интернет. Първоначално е било търговско, но сега може да включва всякакъв вид манипулативно съдържание.

Трол



Човек, който участва в **онлайн дискусии** и разпалва **спорове, провокира и обижда другите** участници в дискусиата, отклонява се от темата и подхранва цинизма и недоверието към всичко. Обикновено целите на троловете са **да манипулират обществените мнение и да настройват населението един срещу друг**. Някои от тях го правят за забавление, а на други им се плаща за тази дейност

Ферми за тролове



Организиранни групи от тролове, чиято основна задача е **да произвеждат огромно количество дезинформация и да претоварват кибернетичното пространство**.



Опасност от дезинформация



„ При COVID-19 много бързо осъзнахме, че сме в комуникационна криза, каквато не сме имали досега.“

(Melissa Fleming, UN Under-Secretary-General for Global Communications)

Защо е толкова важно да се повишава осведомеността за дезинформацията и да се посочват нейните явни и скрити опасности?

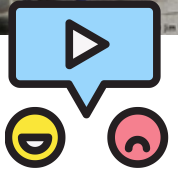
Съвременните методи за разпространение на дезинформация се основават на **задълбочените познания в областта на психологията и човешките когнитивни процеси**. Те помагат за насочване към конкретна аудитория и улесняват усвояването на информацията чрез механизми, които хората рядко осъзнават. **Сублимните характеристики** на дезинформацията заедно с **липсата на информираност** на гражданите се превръщат в слабост, подкопаваща съпротивата на обществото.

Дезинформацията вече не е достояние само на сензационните таблоиди, които примамват читателите с пикантни истории от живота на известни личности. Целите са станали по-далечни, а техниките - по-слабо разгадаеми. Изправени сме пред дезинформационни кампании, които **могат да повлияят опасно на начина ни на мислене, да разпространят фалшиви обвинения, страх, омраза и да доведат до екстремистки тенденции в обществото**.

Един от последните примери за това как дезинформацията подхранва **негативните емоции** и води до **тежки последици** е въстанието и нападението срещу Капитолия в САЩ през януари 2021 г. Експертите твърдят, че това радикално и агресивно поведение е пряк резултат от непрекъснатото биене на бива употребена от нацисткия пропагандист Гьобелс преди и по време на Втората световна война, но никога не е била толкова ефективна, колкото с интернет като инструмент за разпространение. В общи линии дезинформаторите успяха да убедят голямо мнозинство от избирателите на Тръмп, че всъщност Тръмп е спечелил изборите, че е имало изборна измама и че е граждански дълг на хората да се борят с несправедливостта. (Rash, 2021)



Източник: Just Security



Източник: Just Security

14

Marjorie Taylor Greene for Congress
Yesterday at 1:59 PM · Public
#StopTheSteal
Sign your Official STOP THE STEAL PETITION!
-- Marjorie

STOP THE BIDEN STEAL!
SIGN YOUR PETITION NOW

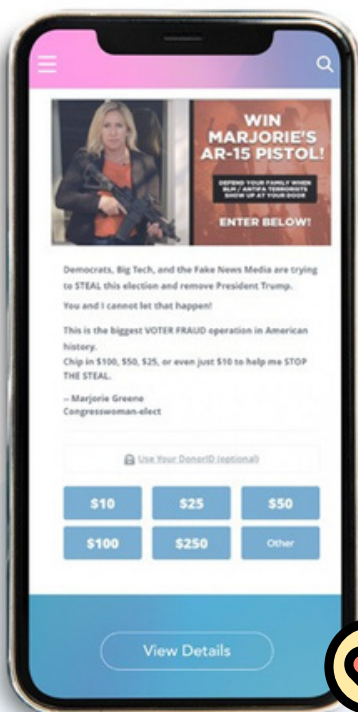
MARJORIETAYLORGREENE.COM
STOP THE STEAL - SIGN THE OFFICIAL PETITION

Election officials follow strict rules when it comes to ballot counting, handling and reporting.
Source: Bipartisan Policy Center
See Election Updates

2K
225 Comments 363 Shares



Source: Just Security



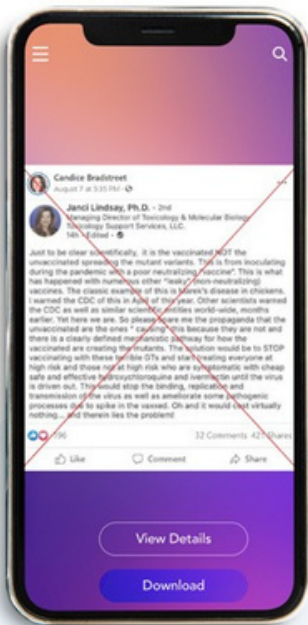
Source: Just Security



Освен това дезинформацията представлява заплаха за опазването на здравето, околната среда и безопасността на гражданите на ЕС. Понастоящем този проблем се оказва особено опасен и вреден в рамките на Ковида-19, която е не само пандемия, но и "информация" (Sádaba & Salaverría, 2022) или "дезинформация".

Многобройни са опитите да се нарушат официалните констатации, изявления и препоръки по отношение на пандемията **Covid-19**. Темите включваха **произхода и разпространението на вируса** (обвиняване на 5G мрежата, производителите на химически оръжия или други действащи лица), **фалшиви и неверни статистически данни**, свързани със заболяемостта и смъртността, **икономическите последици** (умишлена изолация на гражданите, измами, целящи да откраднат личните данни на хората), **дискредитиране на журналисти и достоверни информационни канали**, **опасна дезинформация относно превенцията, диагностиката и лечението** (например пиене на кравешка урина, за да се предотврати достигането на вируса до белите дробове), **политизиране** (едностранчива информация, за да се отрече значението на неудобни за управляващите факти или информация, предназначена да заблуди с цел политическа изгода) или дезинформация, **насочена към знаменитости**, включително фалшиви истории. (Posetti, 2020) Дезинформаторите се възползваха от несигурността на глобалния проблем с пандемията Covid-19, който е идеална тема за тези цели, и не се поколебаха да поставят здравето и сигурността на хората в опасност.





Disinformation targeted at vaccinated population. Debunked by AFP. Source: <https://www.afp.com/en>

Дезинформацията също се превърна в опасно оръжие, използвано в **стратегии за хибридна война**. През 2022 г. за първи път, предвид конфликта в Украйна, НАТО включи "кампаниите за дезинформация, инструментализирането на миграцията, манипулирането на енергийните доставки и използването на икономическа принуда" сред стратегиите и предизвикателствата на хибридната война през следващото десетилетие. (González, 2022)

С намаляването на доверието в мейнстрийма и нарастващата сила на **дезинформацията самата демокрация е под сериозна заплаха**. Демократичната система се основава на гласа на обществото. Но щом не можем да предпазим обществеността от манипулиране при вземането на вредни решения, демокрацията губи значение и ние доброволно приемаме върховенството на изопачените факти и пресметливите лъжи.

И въпреки че интернет е невероятен източник на информация от целия свят и дава пространство на всеки, който иска да разпространява идеите си, алгоритмите в интернет водят до **изолация във филтърни балони**, които ще бъдат разгледани в следващите раздели. Вследствие на това обществото е застрашено от **поляризация, разпадане на единството**, при което всяка партия е убедена в своята "истина" и смята, че противниковата страна е слъпа за това, което е очевидно. Поляризацията е сериозен проблем, защото общество без способност за намиране на **компромис** е по-лесно за манипулиране.

В крайна сметка потокът и скоростта на притока на информация може да доведе до **нежелание да се вярва на каквото и да било**. А общество без визия е слабо. От друга страна, това е напълно достатъчно за дезинформаторите. Хаосът е благодатна почва за тях, тъй като те са готови да предоставят "ясни отговори" и да манипулират обществото със своята "единствена истина".

Разбира се, различните видове дезинформация имат различно ниво на потенциална опасност за социума. По-долу можете да видите скала, улавяща видовете неразбиране и дезинформация по отношение на вредата, която могат да причинят.



Източник: адаптиран от Wardle, 2019.

САТИРА ИЛИ ПАРОДИЯ

Няма намерение да причини вреда, но има потенциал да заблуди. Първоначално това е вид изкуство, което не да претендира за истинност, а да забавлява и да коментира социални проблеми. Причината, поради която е в скалата на вредата е фактът, че понякога **може да бъде сбъркана с факт**. Също така, дезинформаторите, защитавайки се, обичат да прикриват истинските си намерения като сатира, която не е имала за цел да да бъде приемана сериозно.

ФАЛШИВА ВРЪЗКА

Когато заглавията, визуалните материали или надписите не подкрепят съдържанието. Типични примери за това са clickbaits, които се опитват да достигнат съдържанието до най-широк кръг възможната аудитория. Те се класират доста ниско в скалата на вредите, но в същото време развалят репутацията на сериозната журналистика.

ПОДВЕЖДАЩО СЪДЪРЖАНИЕ

Заблуждаващо използване на информация за формулиране на даден проблем или лице. Типични техники са представянето на фрагменти от цитати в подкрепа на по-широка гледна точка, цитиране на статистически данни по начин, който е в съответствие с дадена позиция или решение да не се отразява нещо, защото то подкопава даден аргумент.

ФАЛШИВО СЪДЪРЖАНИЕ

Когато истинско съдържание се споделя с **фалшива контекстова информация**. Типичен пример е снимка, изобразяваща друго събитие, време и място от това, което е споменато в заглавието.

САМОЗВАНО СЪДЪРЖАНИЕ

Когато истинските източници се представят за истински, като използват добре познати логотипи или новини от утвърдени личности или журналисти.

МАНИПУЛИРАНО СЪДЪРЖАНИЕ

Когато се манипулира обща информация или изображения с цел заблуда. Част от истинското съдържание е променена. Това се отнася най-често за снимки или видеоклипове.

ИЗФАБРИКУВАНО СЪДЪРЖАНИЕ

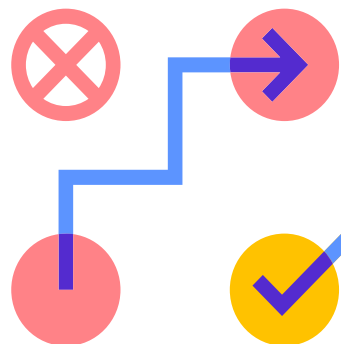
Ново съдържание, което е **100% фалшиво**, измислено и създадено, за да заблуждава и вреди

Всепроникването на дезинформацията не засяга само тези, които ѝ вярват, но за съжаление всички ние сме малко или много потърпевши. Както вече беше посочено, не е задължително целта да бъде прокарването на противоположно мнение. **Претоварването на публичното пространство** с дезинформация, с която мозъкът ни трябва да се справи, води до **парализиране на критичното ни мислене**. Дори да смятаме дадена дезинформация за странна, една по една те ще изчерпят способността ни да мислим критично, тъй като мозъкът ни ще бъде да кажем уморен и ще се откаже от търсенето на истината. Когато критичното мислене е парализирано, ние отделно прибегваме до нашите подсъзнателно запечатани "аргументи", **убеждения** с други думи, които са съвестно формирани от дезинформацията. Нейните техники и форми са сложни и ще бъдат описани подробно на следващите страници.

Исторически контекст на дезинформацията



Въпреки че терминът е съвсем нов, дезинформацията е част от нашето общество **още от самото начало на цивилизования свят**. Особеностите на **пропагандата**, първоначално използвана най-вече във **военното дело**, са регистрирани още в древността. Разбирайки как работят човешкият мозък и емоциите, човек е можел да манипулира обществото, за да постигне каквито и да е намерения и цели, без значение дали те са полезни или вредни за обществото. Ето някои известни примери за използването на дезинформация в историята:



Александър Велики е известен с това, че издига в култ своята личност чрез въздигане на статуи, поеми и монети с неговия портрет, което по онова време е било привилегия запазена за богове и легендарни герои като Херкулес. За да повиши морала на войниците си, той също така симулира "откровения" като змия с маска на човек в далечината, която трябвало да накара войниците да повярват, че това е Асклепий, богът на лечителите, който се появява в змийска форма и те не трябва да се притесняват за нараняванията си в битката.

В продължение на повече от хиляда години **Църквата** е имала най-мощната пропаганда. Един от върховете са кръстоносните походи през XI в., когато папа Урбан II успява да привлече войници за Първия кръстоносен поход, като обещава да опрости греховете на тези, които се присъединят към него. Свещениците споделяли информация за зверства, извършвани над поклонници от мюсюлмани, като кастриране, обезглавяване или изкормване, така че вярващите да имат претекст да се борят с неверниците.

Историята показва какви опустошителни последици е имала дезинформацията по време на **Втората световна война**. Нацистите постоянно повтарят своите теории за доброто качество на германската раса, а други етнически или политически групи са представяни много негативно. Медийният бум под формата на многобройни вестници, радио и телевизия доведе тези идеи до широката общественост и всички знаем до какъв трагичен резултат доведе това за евреите и другите засегнати групи.

Десетилетията на **Студената** война между САЩ и Съветския съюз показаха колко важно е разделението на собствеността на медиите и политическата власт. И Източният, и Западният блок обаче манипулираха гражданите си като им предлагаха черно-бял свят: ние - защитниците на всичко добро, и те - злите врагове. Пропагандата на Студената война беше силно базирана на **предизвикване на страх, етикетиране и демонизиране** и от двете страни и работеше, въпреки че от наша гледна точка тя все още беше доста наивна и разпознаваема.

Друг феномен, който често се свързва с дезинформацията, са **теориите на конспирацията**, основно истории за конспирация, показват как дезинформаторите се **възползват от механизмите на човешкия мозък**, които рядко осъзнаваме. Обикновено те се основават на факт, който е изваден от контекста и е изопачен или променен. Докато в миналото те са били подкрепяни от малък брой от населението и са представлявали повод за смях на мнозинството, сега конспиративните теории са се превърнали в част от **масовата култура**.

Макар че съдържанието им се променя в зависимост от **актуалните проблеми**, същността им винаги се състои в убеждението, че животът ни се контролира от някой друг по различни причини (власт, пари, намаляване на раждаемостта...) или най-малкото сме жертви на лъжи. Абсурдният момент е, че по същество конспираторите обвиняват някой друг за това, което се опитват да направят. Като намират първо "извършителя", те отклоняват вниманието от себе си и своите намерения.

Примери за конспиративни теории:

- .Земята е плоска и историята е фалшифицирана
- Светът се контролира от привилегирована елитна група (рептили, илюминати, Джордж Сорос...)
- Chemtrails (Кемтрейлс) не са следи от кондензирани пари, а химически спрей, който може да причини различни последици (стерилизация, климатични манипулиране на времето, разпространение на грип...)
- Педофилската банда на Хилари Клинтън насилва и убива деца в мазето на пицария.
- Бил Гейтс е отговорен за COVID-19 и иска да контролира населението чрез микрочип импланти, съдържащи се във ваксината.

Източник: manipulatori.cz

. Така че дезинформацията не е нищо ново под слънцето. Сега обаче създателите ѝ разполагат с инструмент, който няма аналог в историята на медиите и който улеснява проблема как дезинформацията да достигне до възможно най-широка аудитория - това е **интернет**. Почти неограничената свобода на словото и възможността за споделяне на съдържанието в социалните мрежи или по електронната поща се превърнаха в предизвикателство и тъмна страна на тази масова медия. Съдържанието не преминава през процеса на проверка, както в традиционните медии, а създателите на дезинформацията умишлено пренебрегват принципите на сериозната журналистика. Разбира се те представят този факт като предимство в сравнение с традиционните "цензурирани" медии, които в своята интерпретация крият истината. Целта на дезинформацията и фалшивите новини обаче не е да информират, а да объркат, да претрупват с информация и да натрапват това, което трябва да мислим.

Целите на дезинформаторите



Живеем в свят, в който влиянието върху другите е нещо обичайно: рекламата, връзките с обществеността, дори политиката и дипломатията се основават на **силата на влиянието**, а информацията е техен легитимен инструмент. Дезинформаторите се преструват, че действат по същия начин, но те **умишлено използват лъжата**, за да постигнат целите си.

Най-общо казано, общата цел на дезинформацията е **да се разпространи влиянието и да се предпази обществото от информирана и разумна преценка**. Причините могат да бъдат различни, както и значимостта на причинените на обществото вреди. Много често дезинформаторите комбинират

техниките и целите, за да се постигне максимален ефект и да се запази непредсказуемостта. Ето защо е важно да се разберат мотивите и принципите на дезинформацията. (Правителствена комуникационна служба)

Тук е важно да се отбележи, че особено при **намерението за дискредитиране, поляризиране и подкопаване на националния просперитет и сигурност**, целта не е да се убеди обществото в противоположната "истина" и пълното приемане на дезинформацията, а по-скоро да се претовари с толкова много информация, че мозъкът просто да се откаже и да стане недоверчив към всичко и всички. Отново това е моментът, в който манипулацията може да вземе връх.

Най-често срещаните причини са:

Причина за дезинформация	Характеристики
Икономически причини	Целта е финансова печалба. Типични примери за това са кликбейтовете. Тъй като обхватът на реклами в интернет се оценява по броя на кликанията, създателите на clickbaits ще използват всякакви ефективни методи, за да привлекат хората да кликнат върху нея
да надхитриш системата	Целта е да спечелите уважение или лично предизвикателство да бъдете по-умни от системата. Хакване на критични системи, изтичане на поверителни материали, злоупотреба с алгоритми или други цифрови системи обикновено са вторични въздействия.
Дискредитиране	Целта е да се засегне доверието, надеждността и репутацията на дадено лице или организация. Чрез лъжи или изопачена истина дезинформаторите се опитват да дискредитират жертвата и да разклатят общественото мнение. Това е най-често срещаната цел на дезинформацията и допълва други намерения като поляризиране на обществото и информиране - операция за оказване на влияние.
Поляризация	Целта е да се засилят конфликтите, като се подклаждат. Тактиката е да се провокират и двете страни в спора, така че да не остане място за конструктивен умерен диалог и компромис. Чувствителните теми (миграция, ваксиниране и др.) се разпалват от тролове или ботове, така че да предизвикат конфликти вместо конструктивен диалог. Добре известен факт е, че разделеното общество е по-лесно за манипулиране.
Подкопаване на националния просперитет и сигурност	Целта е да се навреди на репутацията на държавните институции и представители и да се подкрепят целите на външната политика на враждебна държава. Последниците са подобни на поляризацията - недоверие във властта, разделено население, което не може да постигне компромис и нарушаване на съюзите (а оттам и на властта) на държавите.

Техники за дезинформация



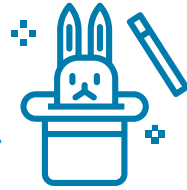
Съществуват толкова много примери за различни начини, по които може да се манипулира съдържанието, че е почти невъзможно да се обобщят в един принцип. По-лесно е да разделите техниките и да ги опишете поотделно, така че учениците ви да разберат по-добре предизвикателствата, пред които сме изправени.

:Техниките могат да се обобщят в следния основен модел, наречен **FIRST**

1. **Сфалшиво съдържание** - манипулирано съдържание, напр. снимки, редактирани във Фотошоп подправени документи
2. **Самоличност** - фалшив или непосочен източник, фалшиви профили в социални сайтове,
3. **Реторика** - пристрастни, провокативни или фалшиви аргументи
4. **Символика** - използване на символичната стойност на събитията, напр. терористични атаки,
5. **Технология** - използване на технологични предимства, например ботове, които засилват съобщенията.

Както и при целите, техниките могат да бъдат и много често са комбинирани като манипулират съдържанието, за да бъде то възможно най-убедително.

Трикове за манипулация, характерни за дезинформацията



Напомнете на обучаващите се, че дезинформаторите са тренирани професионалисти, които използват доказани методи, основани на научните изследвания на човешкия мозък и когнитивните процеси. Когато оценяваме дадена информация, трябва да внимаваме за типичните признаци на манипулативни тенденции:

Целта на дезинформацията е да предизвикате емоции у читателите (страх, гняв, отвращение, присмех, състрадание, желание за богатство...), които изключват рационалното мислене. За подхранване на емоциите се използват изрази с негативна конотация. (нацисти, хлебарка...) Фалшивите новини са основно жанр на таблоидната журналистика, който се възползва от склонността ни да се привличаме от скандали, сензации, престъпления, истории, чужди нещастия - изобщо от всичко, което може да бъде представено емоционално.

Пристрастеността към потвърждението е черта на човешкия мозък, която ще бъде описана по-подробно в главата

за когнитивните процеси. Въпреки че дезинформаторите не е задължително сами да вярват в това, те умишлено ще казват това, което целевата аудитория мисли (и следователно иска да чуе).

Експлоатация и укрепване на **стереотипи**. (напр. мюсюлманите са терористи./ ромите се възползват от социалните помощи...) Стереотипите не са лоши в своята същност. Те ни помагат да се ориентираме в един сложен свят, като опростяват и приписват категория на нещата, събитията или хората. Въпреки това винаги трябва да имаме предвид, че обобщаването може да бъде опасно и че нищо не е черно-бяло. **НЕ ВСИЧКИ** мюсюлмани са радикални фундаменталисти и **НЕ ВСИЧКИ** роми се възползват от социални помощи. Като твърдим това можем да навредим на онези, които се опитват да опровергават стереотипа. Истинският проблем идва, когато стереотипите дехуманизират хората, което евентуално може да доведе до дискриминация и насилие. Добре познат пример за жертви на фалшиви стереотипи, водещи до ужасни последици, са евреите по време на Втората световна война.

Етикетиране. Използване на редица атрибути и наименования за отделни лица или групи с цел предизвикване на негативни емоции като отвращение. Свързано е със стереотипизирането.

Прехвърляне на вината. Обвиняване на неудобен индивид или група (като институция или организация) за настоящите проблеми в обществото чрез използване на други похвати като поставяне на етикети, осмиване, унижаване или фалшиво тълкуване на

мненията за "черната овца".

Манипулиране на снимки и видеоклипове. Снимките и видеоклиповете се използват в статиите, за да се докажат и подкрепят твърденията. Докато по-младото поколение лесно може да си представи с какви технологии разполагаме в днешно време, за да модифицираме оригинала, по-възрастните поколения могат да имат проблеми с поставянето под въпрос на това, което виждат "със собствените си очи". Освен редактирането на цветовете, контраста и светлината или изтриването на нежелани предмети или хора от снимката, никога не е било по-лесно да се комбинират повече снимки или техни части в напълно нова снимка и да се направи фотомонтаж. В същото време, ако това е качествена работа, просто не е възможно да се разпознае дали е оригинална снимка или фалшификат. Обикновено обаче не е необходимо да се извършва редактиране. Поставянето на аудио-визуалния материал в друг контекст често е просто достатъчно. Опасността от манипулираните снимки и видеоклипове се състои в това, че всички ние сме податливи на дезинформация, подкрепена от визуални материали. Визуалните материали по принцип повишават способността ни да си припомниме информацията, ето защо те са неизменна част от цялото медийно съдържание, включително и от фалшивите новини.

Непроверени или непроверими доказателства. ("със собствените ми очи", без източник или с фалшив източник)

Поляризация. Пропастта между НИЕ и ТЯХ се задълбочава умишлено. Вместо да се насърчава намирането на компромис се призовава към борба с противоположните мнения.

Загатване на намерение. Въпреки че дезинформаторите се поставят в позицията на хора, които отварят очите, те индиректно предлагат какво трябва да мислим. Понякога се използват реторични въпроси, за да се внуши как трябва да подходим към въпроса. ("Трябва ли да се примирим с това?")

Призовават към действие, вместо просто да предоставят информация. Често предполагат радикализация, дори насилие.

Заблуда - Логическа грешка в разсъжденията или невалиден ход в изграждането на аргумента. Някои от тях се използват непреднамерено поради някои ограничения на говорещия, но дезинформаторите ги използват умишлено, за да манипулират или убеждават чрез измама. Най-широко използваните примери за фалшификации са:

.Whataboutism - аргумент за контраатака, който се отклонява от същността на дебата. Това е нарушение на логическото доказателство, което засяга емоциите, а не разума. Целта е да се принизи опонентът или цялата дискусия.

Аргумент: "Жените се сблъскват със сексизъм на работното място." **Заблуда:** "Ами мъжете? Те също се борят."

Фалшива дилема - въпросът се опростява до съществуването само на две противоречащи си възможности без нищо друго.

"Който не е с нас е против нас".

Ролята на интернет и промените в медийния свят



Светът на медиите се промени бързо през последните десетилетия. Печатните медии са на ръба на екзистенцията, особено ежедневната преса, тъй като не могат да наваксат скоростта на интернета. В световен мащаб доверието в традиционните масови медии спада. Неизчерпаемият брой медии, които заливат общественото пространство, както и влиянието на кампаниите за дезинформация, които се опитват усилено да дискредитират традиционните медии, са най-вероятните причини. Стратегията на дезинформаторите е очевидна: първо - да накарат хората **да се съмняват в традиционните медии**, второ - да предложат ясна и всепоглъщаща алтернатива.

Въпреки че дезинформацията не е нещо ново в историята на човечеството, никога не е имало толкова мощен и бърз инструмент за нейното разпространение, какъвто е интернет. За нула време дезинформацията може да достигне до аудитория от цял свят, а възможността и желанието да я споделиш с едно кликане позволява обхват, който не е бил възможен дори във времената на традиционната медия. От една страна, е невероятно да имаш достъп до различни светогледи, теории и мнения, от друга страна, източниците, които предлагат единствената

Пристрастие към потвърждаване - подбор на аргументи, които подкрепят нашата позиция, и пренебрегване на тези които я отхвърлят

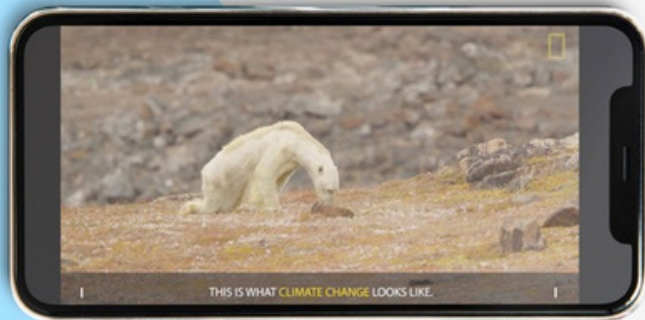
Пристрастна извадка - обобщение, основано на извадка от популацията, която се явява пристрастна и следователно не е представителна

"*нецензурирана истина*" не преминават през процесите, които в миналото са гарантирали обективността на медиите. По принцип сега отчасти трябва да свършим работата на журналистите и бързите проверяващи, ако не искаме да приемем факта, че някои медии са се ангажирали да спазват **етичния кодекс на поведение**.

Традиционните обективни медии се намират в трудна ситуация. Качествените новини се сблъскват с конкуренцията на по-развлекателни платформи, а за съжаление сериозната журналистика просто "не се продава". Хората свикнаха с факта, че ако не ни харесва съдържанието на медията, просто намираме друга, която отговаря на нашето мнение или житейска философия. Проблемът е, че целта на **пристрастните медии** не е да информират, а да предоставят убеждението, което целевата аудитория желае да чуе. Това почти **не оставя място за критично мислене**.

Когато говорим за сериозна журналистика, е важно да подчертаем пред своите ученици, че никой не е съвършен и професията на журналиста не прави изключение. Под натиска на времето, високите изисквания и конкуренцията може да се случи така, че дори сериозните медии да допуснат грешка или да бъдат подведени от дезинформация. Журналистите са изложени на постоянната дилема между качество и бързина, която е основна в днешния свят на интернет. Не винаги има време да се провери цялата информация и да се следи изобретателността на дезинформаторите. Понякога дори и проверената информация може да се окаже невярна или тенденциозна.

Източник:
Bezfaulu.net



Важно е **намерението на журналиста и неговата реакция на грешката**. От решаващо значение е желанието да се признае грешката и несъвършенството и да се изясни ситуацията.

Известен лапсус на сериозните медии може да се демонстрира със случай на видеоклип за полярна мечка за National Geographic от 2017 г. В опит да повишат осведомеността и да събудят емоции по сериозния въпрос за изменението на климата и глобалното затопляне, репортерите от иначе едно от най-уважаваните издания, предоставят видеото с надпис *"Ето как изглежда изменението на климата"*. Въпреки че има солидни научни доказателства, свързващи топенето на морския лед и намаляването на популацията на белите мечки, те трябваше да се сблъскат с критики от научна гледна точка, че не може да се докаже каква е причината за състоянието на тази конкретна бяла мечка. След това National Geographic се извини, че не е трябвало да свързва глада на полярните мечки директно с изменението на климата и редактира видеото. (McGwin, 2018) Въпреки това доверието в медията претърпя щети, въпреки че намерението да се насърчат дискусиите за последиците от глобалното затопляне върху арктическата среда беше благородно. За да се поддържа **доверието** в медиите, те трябва напълно да се въздържат

от манипулативните методи и техники, които използват дезинформаторите. А когато се случи грешка, те трябва да обяснят нарушението и да го поправят, защото дезинформаторите чакат удобен момент, за да очернят сериозните медии.

Важно е също така да споменете на обучаващите се, че **сайтовете за дезинформация и фалшивите новини** често имитират **дизайна на сериозните медии**, за да объркат възможно най-много хора. Например по време на кампаниите преди президентските избори в САЩ през 2016 г. един от сайтовете, които пускаха фалшиви новини (напр. Папа Франциск забранява на католиците да гласуват за Хилъри Клинтън), се наричаше NewYork-TimesPolitics.com и изглеждаше почти идентично със сериозния всекидневник New York Times. Всъщност авторите бяха група тийнейджъри от малко македонско градче, жадни за печалби, които споделиха дезинформационния си сайт в про-Тръмп групи във Facebook. Споделените от читателите "новини" достигнаха лавинообразна скорост и преди Google и Facebook под обществен натиск да реагират, щетите бяха непоправими. (Gregor, 2018 г., стр. 48)

През последните няколко години се наблюдава възход на така наречените **"алтернативни" медии**, които предлагат "единствената истина", която е "умишлено скрита от нас" от официалните медии и управляващия елит. Това е още един пример за това как дезинформаторите се възползват от сегашната обстановка и атмосфера в обществото и я използват в своя полза. Тази "нова версия на реалността" за съжаление, често е изградена на базата на манипулативни техники, както показват изследванията като най-често използваните техники са **измисляне, прехвърляне на вината, поставяне на етикети и игра с емоциите**. (Gregor, 2018 г., стр. 59)

Силата на интернет и фактът, че можем да намерим отговор на всеки въпрос за няколко секунди, могат да ни доведат до погрешното убеждение, че

вече не се нуждаем от експерти. Не помага и научният език, който изгражда бариера между резултатите от научните изследвания и широката общественост. Ето защо тази епоха понякога се нарича **постфактологична**. Това не означава, че ние нямаме достъп до научно доказани факти, означава, че просто не им се доверяваме. Дезинформаторите се наслаждават на тази ситуация, тъй като тя е идеалната почва за манипулация. Нищо чудно, че тактиката им е да разпалват недоверието ни към съществуващите официални структури

Популярността на дезинформацията и конспиративните теории и особено проникването им в основните медии, също са **симптоми на по-дълбока социална криза**, загуба на доверието в традиционните институции и объркване относно промените в информационното пространство. Ето защо, за да се ограничи негативното въздействие на дезинформацията върху обществото, не е достатъчно да се опровергае тя или да се репресират нейните създатели, а също така трябва да се съсредоточим върху дългосрочни и устойчиви усилия за укрепване на доверието в институциите и качествените независими медии. (Hořejš, 2022 г.)

Достоверни източници



Когато преподавате материал за надеждните източници бъдете подготвени, че може да се появят гласове, които да поставят под съмнение официалните медии - както много често съветват "алтернативните" медии. Изследвания в САЩ показват за съжаление, че потребителите на Facebook вярват повече на информация, когато тя е споделена от "надеждна личност" (което е съмнително), отколкото когато източникът е надеждна агенция. В резултат на това, ако информацията е споделена от лице, на което потребителите имат доверие, няма значение, че източникът е фалшив. (NORC, 2018) Това поставя **авторитета на сериозните медии** в сложна ситуация.

Научете учениците си как да разпознават характеристиките на надеждните източници, но в същото време обсъдете колко трудно и трудоемко е да се проверява всяка една новина. Ако учениците ви са във фазата, в която се доверяват на сайтове за проверка на факти, напомнете им, че има **професионални проверяващи на факти**, които инвестират времето и енергията си в **развенчаването на дезинформацията**. Преди да бъдат погълнати от собствените си проучвания, учениците ви имат възможност да проверят дали професионалистите не са свършили работата вместо тях.

Ако курсът ви позволява, добра практика е да **поканите професионалисти** от областта на сериозната журналистика или проверка на фактите да споделят собствения си опит с дезинформацията и фалшивите (фейк) новини.

Напомнете на вашите ученици

Естествено сме склонни да избираме информация, която подкрепя нашето мнение или мироглед. Не пренебрегвайте мнението на експерта само защото то не отговаря на вашето убеждение.

Имайте предвид факта, че експертите и професионалните журналисти също са хора и могат да грешат. Въпреки това тяхното образование и практика са гаранция, че експертизата им ще бъде по-близо до истината, отколкото мнението на някой, който си е изградил представа след като е прочел няколко статии в интернет, а **намеренията** са важни. Докато експертът ще се опита да прокара информация, която е била **проверена с легитимни инструменти**, целта на дезинформатора ще бъде точно обратната.

Същото важи и за надеждните източници като цяло. Уведомете че е невъзможно да се посочи един 100% надежден източник. Ако хората се опитат да намерят сигурност в това, те ще бъдат разочаровани. Познаването на **принципа на дезинформацията** обаче от своя страна, ще намали риска за манипулация и склонността да се повярва на фалшиви новини.

Да имаме категорично мнение не означава, че разбираме въпроса! Опитайте се да правите разлика между **мнение и факт**.

Вашият глас има стойност в едно демократично общество. Все пак трябва да признаете, че вашият непрофесионален анализ на ситуацията не трябва да взема предвид абсолютно всички фактори.

По принцип няма правилно или неправилно отношение, защото то винаги се оценява по някакъв стандарт. Обикновено психолозите разглеждат нагласите като правилни или погрешни до степента, в която те се смятат за **полезни за нечие физическо или психологическо благополучие**. (Никърсън, 2022) Можете да уверите учениците си, че **благосъстоянието** на обществото е приоритет за вас.



Платформи, разпространяващи дезинформация



В предишната глава споменахме проблема със **сайтовете за дезинформация**, "алтернативните медии", както те се наричат, представляващи се като източници на информация, която "официалните корумпирани медии" искат да скрият от обществеността. Проведе се дебат дали да се забранят тези сайтове, а в някои страни доставчиците на интернет наистина ги деактивираха (например в Република Чехия в началото на войната в Украйна, когато интернет пространството се напълни с прокремълска дезинформация).

Опонентите са прави, когато казват, че **цензурата** няма място в едно демократично общество. Но този опит за защита на демокрацията е контрапродуктивен, защото е в полза на дезинформаторите. Те го използват като доказателство, че властите искат да скрият истината и да заглушат противоположните гласове. **Образованието вместо цензурата** е по-труден, но и по-ефективен начин. Главно в този размирен период трябва да внимаваме за доверието, което е оставила демократичната система.

Според доклада "Break the Chain" обаче най-големите разпространители на фалшиви новини и дезинформация са **платформите на социалните медии**. (iCmedia, 2022 г., стр. 14 - 15) Макар че традиционните медии като радио, телевизия и преса все още се считат за най-надеждните (iCmedia, 2022 г., стр. 6), се наблюдава нарастваща тенденция безплатните и леснодостъпни социални сайтове да се превръщат в единствен източник на информация.

Не би било справедливо да осъдим социалните сайтове и да се откажем от многобройните им предимства. Важно е обаче

да разберем как функционират тези сайтове и защо те са предимно безплатни. Тази осведоменост трябва да филтрира съдържанието, което консумираме в социалните сайтове.

Функционирането на социалните сайтове се основава на **алгоритми между мрежите**. Това са механизмите, които **персонализират нашето интернет пространство** въз основа на предишната ни активност. Ако търсим или гледаме видеоклипове с кучета, в бъдеще алгоритмите ще ни показват повече видеоклипове с кучета вместо с котки. Алгоритмите следят интересите ни, дори времето, прекарано в отделни публикации, и след това назначават резултатите, които ни интересуват. Ако вие и друг човек търсите даден термин в един и същи момент, индивидуализираните алгоритми на интернет могат да предоставят различни резултати на всеки от вас. Всеки път когато щракнете, вие влияете на последващите реклами и препоръки за новини, които ви се предлагат. Целта е да се увеличи удоволствието от използването на технологиите, но винаги трябва да сме наясно с този механизъм, защото в краен случай той може да доведе до изолиране във филтърния балон, който ще бъде разгледан по-долу.

Спорният въпрос за функционирането на алгоритмите предизвика дискусия, например в случаи като кампанията за Брекзит, президентските избори в САЩ през 2016 г., covid-19 или неотдавнашния конфликт в Украйна. Тъй като дискусията се води основно във Facebook или други социални мрежи, алгоритмите водят до **засилване на подкрепящите идеи и потискане на противоположните**, което прави **невъзможно обективното разглеждане**.

Друг начин за подчертаване на дадена публикация, разпалване на емоции и поляризиране на дебата са коментарите на **тролове** или автоматични **ботове**. Обикновено троловете са участници в онлайн дискусии, чиито цели са да манипулират общественото мнение и да настройват населението едно срещу друго. Някои от тях го правят за забавление, но на повечето **им се плаща**,

особено когато са организирани във **ферми за тролове**. Това са групи от тролове, чиято основна задача е да произвеждат огромно количество дезинформация и да претоварват кибернетичното пространство. В една известна агенция "Главсет" в Санкт Петербург например работят повече от 1000 блогъри на пълен работен ден, които се занимават с редица фалшиви акаунти във Facebook и Twitter. Някои от тях използват и т.нар. **ботове** - компютърни програми, които автоматично създават фалшиви профили в социалните сайтове и могат да бъдат програмирани да разпространяват, споделят и коментират самостоятелно. Благодарение на тези тактики може да изглежда, че общественият дебат и аргументите в социалните мрежи са по-изострени, отколкото са в действителност. И това всъщност е и тяхната цел.



в някои случаи през последните няколко години се разкрива колко значителна е била ролята на руските тролове за повлияване на общественото мнение. В доклад на британската агенция за комуникации от 2018 г. се установява, че руските про-Брекзит интервенции в социалните медии са били на стойност до 4,6 млн. евро по време на кампанията, а руските акаунти са публикували над 45 000 съобщения за Брекзит през последните 48 часа на кампанията във Facebook. (Bentzen, 2019 г.)

Под този натиск Facebook, Google и други социални мрежи се ангажираха с по-балансиран и отговорен подход по отношение на дезинформацията. С помощта на **проверяващи фактите** те започнаха да отбелязват публикации, за които е доказано, че са дезинформационни, особено тези, които тласкат общественото мнение към политически крайности. Интернет гигантите също така се опитват да изключат дезинформаторите от публикуването на реклами в платформите и да отслабят алгоритмите, но честно казано това е сложна ситуация за тях. Техните печалби идват от **персонализирани реклами**, при които броят на кликанията е това, което продава. Така че, въпреки че моралната им позиция е достойна за уважение, не можем да очакваме от тях да подкопаят собствения си бизнес. Преди всичко, всяка форма на цензура никога няма да реши проблема с ниската медийна грамотност и липсата на критично мислене.

Уверете се, че учениците ви разбират, че нищо, дори и в интернет не е безплатно. Ако дадена услуга, като например Facebook, Google и други е безплатна, те най-вероятно печелят от нея чрез реклама. **Целенасочената реклама**, това, че интернет "знае" от какво се нуждаем или какво искаме, отново е резултат от алгоритми, а те работят върху събирането на данни от нашата интернет активност. Това е цената, която плащаме за услугата, която използваме.

Въпреки че социалните сайтове обикновено се считат за най-често използвания инструмент за разпространение на дезинформация, проучването показва, че колкото по-възрастни са хората, толкова повече използват **електронната поща** като средство за споделяне на дезинформация в сравнение с по-младите поколения. (iCmedia, 2019 г., стр. 16) Този проблем е засечен главно в Република Чехия, където **електронните съобщения** заместват или допълват социалните сайтове.

В миналото съдържанието на верижните имейли е било предимно забавно, с твърдения като "изпрати този имейл на десет души и щастието ще дойде при теб", които са служели най-вече за злоупотреба с имейл адреси. В днешно време обаче съдържанието става все по-сериозно включително опасни фалшификации, дезинформация, изпълнена с омраза, търговски оферти или прикачени файлове с вредни компютърни кодове, които могат да заразят устройството или мрежата. Тъй като хората често препращат имейлите на своите приятели съмишленици, те също така основно създават среда за ехо камери, която ще бъде разгледана в следващата глава.

Социални и филтърни балони



Тъй като не е възможно едно човешко същество да обхване в дълбочина цялата информация и социални групи, ние естествено се събираме в различни **социални балони**, които включват хора със сходни възгледи за света или статус. Като се затваряме в нашите социални мехури, ние се позоваваме на бариерите между обществени групи, които се различават в културно, социално или политическо отношение. Понякога имаме чувството, че нашата социална група трябва да представлява цялото общество. Но ако реалният свят все още предлага възможности за проникване в друг социален балон и за разбиране на други мотиви, то светът на интернет има потенциала да **изолира** хора в несъвместими вселени от мнения.

Филтърните балони са основно версии на социалните групи в интернет. Основната разлика е, че докато в реалния живот ние съзнателно регулираме принадлежността си към определени групи хора и по този начин имаме контрол върху нея, в случай на филтърни балони алгоритмите правят това вместо нас, както е описано в предишната глава.

Друг термин, който неотдавна навлезе в обществения дебат са **ехокамерите**, които описват затворени групи в интернет и в които съмишленици се уверяват взаимно, че тяхната гледна точка е правилна, а всички алтернативни теории са изключени (Европейска комисия, 2021 г.) Хората, които не са удовлетворени от живота си са склонни да се крият в тези ехокамери, където обстановката е по-скоро позитивна и там те не се чувстват толкова тревожни от несигурността на реалния свят.

Защо филтърните мехурчета са опасни? Те **ограничават хоризонтите ни чрез погрешно представяне на реалността**. По-задоволително е да ни бъде представено това, което искаме да видим, обаче тогава сблъсъкът с реалния свят е по-труден. Мненията и светогледите на различните филтриращи групи могат да бъдат толкова диаметрално противоположни, че да няма обща основа за започване на дебат. Ставаме интелектуално изолирани.

Изглежда, че интернет е изиграл решаваща роля в разрушаването на това, което можем да наречем **"обективна реалност"**. От социологическа гледна точка "реалността" може да се разбира като социална конструкция, основана на навиците на обществото. Тогава легитимността на реалността зависи от **съгласието** на членовете на обществото. А когато сме затворени в един балон, където хората с едно и също мнение се подкрепят взаимно, е достатъчно да се убедим, че това е реалността.

Какво можем да направим, за да **преминем отвъд границите** между социалните и филтърните балони? Не пропускайте възможността да потърсите **общуване лице в лице с хора** от различни места, културни среди, различни възрастови групи и мнения. Бъдете открити. Слушайте. Дискутирайте. Опитайте се да разберете. Същността на демокрацията е дискусията. Дезинформаторите знаят какво да нарушат.

Фалшива реклама



Фалшива реклама или заблуждаващ маркетинг е всяка промоция, която представя невярно естеството, характеристиките, качествата или географския произход на стоки, услуги или търговски дейности. Вредата от нея се състои в това, че тя може да накара потребителите да закупят продукти, които в действителност са фалшиви, дефектни или дори опасни.

Гражданите на ЕС са защитени от нелоялни търговски практики чрез **Директивата относно заблуждаващата и сравнителната реклама**, която осигурява минимално ниво на защита от заблуждаваща реклама в цяла Европа. (European Parliament, 2006) След това всяка отделна страна има **национални разпоредби**, както и **саморегулиращи се кодекси за поведение**, на които се подчинява рекламната индустрия. Въпреки това все още се наблюдават случаи, когато рекламодателите се опитват да заобиколят справедливите практики, за да увеличат печалбите си, а възрастните граждани могат да бъдат податлива група. Въз основа на анализа на потребностите в началото на курса трябва да прецените дали обучението за капаните на фалшивата реклама е желателно или не.

Нека разгледаме най-честите форми, които знаем, че може да приеме фалшивата реклама, но не забравяйте също да споменете на своите ученици, че **маркетингът**, както и цялата област на дезинформацията по своята същност е творческа дейност. Това означава, че неговите представители винаги ще се стремят да измислят **нови начини за заблуда или манипулиране** на потребителя и тактики, които могат да заобиколят правните дефиниции в различните юрисдикции.

Най-често срещаната форма на фалшива реклама е неправилното **етикетиране**, което може да включва:

Отпечатване на невярна или подвеждаща информация върху опаковката на продукта или във всякаква печатна форма на реклама или онлайн.

Твърдението, че предлагате продукт или услуга на определена цена, която в действителност не се продава.

Представяне на неверни или измамни твърдения относно производството или произхода на даден продукт.

Фалшиви екологични твърдения, като например, че даден продукт е "рециклируем" или "биоразградим", когато няма научни доказателства в подкрепа на тези твърдения.

Невероятните сделки може да са примамливи, но трябва да внимаваме с **техниките за примамка и подмяна**, които предлагат продукти или услуги на определена цена, без да имат намерение някога да ги продават на тази цена.

Надуването е хитър метод, основан на използването на преувеличени твърдения, за които не може да се докаже, че са верни или неверни. Тези твърдения като например "Най-добрите готови ястия в света." са спорни, но не са незаконни (ако не дискредитират конкурента), защото тази оценка е по-скоро субективна, отколкото базирана на някакво научно изследване.

"**Научните**" твърдения без доказателства обаче са забранени, но все още се практикуват. Един от последните случаи е предизвикан от огромната корпорация за преработка на храни и напитки "Нестле". Тя беше обвинена в "нарушаване на рекламните твърдения и подвеждане на потребителите с хранителни твърдения" за бебешки млечни формули. Те са представяли своя хранителен продукт като съпоставим с майчиното мляко, което не е било доказано. Това поведение не само се смята за неетично, но може да има и последици за здравето на бебетата, защото нарушава обективната, вярна информация, която дава възможност на жените да вземат най-доброто решение за себе си, когато обмислят кърмата срещу адаптираното мляко. (Plüss, 2022)

Фалшиви отзиви или препоръки се появяват и във фалшивата реклама. Не само фалшиви отзиви, но и препоръки за продукт, който никога не сте използвали (насочени най-вече към инфлуенсъри), не са приемливи



.опълнителните и **скритите такси** също често са проблем. Винаги напомняйте на учениците си да проверяват дали това е крайната цена.

Разбира се юрисдикцията се опитва да защити потребителите и да предотврати манипулативните методи. Прилагат се редица правни разпоредби, но понякога те не могат да се конкурират със скоростта на маркетинговата изобретателност. И решаващ проблем остава непоследователното тълкуване и прилагане на закона или кодекса за поведение, какъвто е и случаят с дезинформацията.



Когнитивни процеси



Когнитивни процеси: Как мозъкът ни се справя с дезинформацията



От неврологична гледна точка ВСИЧКИ ние сме податливи на дезинформация и ако отричаме това, отричаме човешката си природа. Нашето общество се развива технологично много бързо през последните години и ние не успяхме да приспособим начина си на мислене към този напредък. Ние лично не можем да променим напредъка на технологиите и изобилието от информация. Но можем да променим **осъзнаването на процесите, които стоят зад дезинформацията, и реакцията си спрямо тях.**

В един идеален свят достъпът до неограничено количество информация, който интернет предоставя би довел до информирано и образовано общество. Мозъкът ни обаче **НЕ** е проектиран да обработва **постоянния приток на нова информация**, с която ни бомбардират най-вече социалните мрежи. Капацитетът на когнитивните процеси на нашия мозък е просто ограничен. За да може да работи в потока от възприятия, мозъкът ни е програмиран **да обобщава, опростява и създава стереотипи.** Когато виждаме нещо, с което вече имаме опит, мозъкът автоматично свързва опита, за да не се налага да го оценява отново и отново. Този процес е необходим за **ученето и категоризацията.** Без него не бихме могли да откриваме връзки и отношения.

Тази свръхспособност на мозъка ни да използва **"умствени съкращения"** и трикове, за да улесни работата си, обаче се отразява негативно и на способността ни да различаваме информация от дезинформация. В този аспект това може да е по-голям проблем

за по-възрастния човек, отколкото за по-младия, защото мозъкът може да се уповава на богатия житейски опит и да откаже да използва други мисловни карти освен тези, които са му познати

Учениците ви трябва да разберат, че техният начин на мислене не е погрешен, но в свят, който никога не е бил толкова затрупан от информация и бързина на живота, трябва да имаме предвид как работи мозъкът ни и как регулира това, което възприемаме. Ако не сме готови да го направим сами, можем да сме сигурни, че дезинформаторите ще го направят вместо нас.

Как **интензивността и повторението** на дезинформацията влияят на мозъка ни? Огромно е значението и влиянието им. Повторението е основно средство за учене още от момента на раждането ни. То позволява на съзнателното умение да се прехвърли в подсъзнанието, освобождавайки работната памет и давайки възможност за по-нататъшно усвояване на умения. (Център iCan Dream, 2021 г.)

Отново тази способност на мозъка ни да прехвърля информации от съзнанието в подсъзнанието може лесно да бъде използвана от **дезинформаторите.** **Постоянното повтаряне и честотата** са умишлени и също толкова значими, колкото съдържанието и формата на дезинформацията. Ако всеки ден виждаме или четем колко опасно и вредно е ваксинирането - дори и да е само кратко заглавие и да решим да игнорираме статията - е почти невъзможно мозъкът ни да не бъде повлиян. А щом веднъж информацията стигне до **подсъзнанието** ни, е трудно да я пренапишем.

Същото се отнася и за **постоянното излагане на определени емоции.** Дори и да не вярваме на фалшивите новини, не можем да избягаме от емоциите, които те трябва да предизвикат. А ако дълго време сме изложени многократно на страх, омраза, гняв, съблазън и други емоции, те стават част от подсъзнанието ни. Това

е тъмната страна на възможностите на нашия мозък. И дезинформаторите знаят това много добре. В епохата, в която автоматичните ботове могат да служат като масови разпространители на повтарящи се негативни съобщения и да заливат мозъка ни с **неестествени количества двупосочна информация**, нашето уязвимо подсъзнание е в голяма опасност.

В психологията реакциите на мозъка към повторения и интензивност могат да се обяснят с т.нар. **ефект на простото излагане**. Това е психологически феномен, при който хората са склонни да развиват предпочитания към неща или хора, които са им по-познати от други. А многократното излагане на въздействието увеличава познатостта. (Palumbo, 2021)



Емоционален аспект



*„Истинският проблем на човечеството е следният: Имаме палеолитни емоции, средновековни институции и богоподобни технологии.“
(Едуард Уилсън)*

*„Хората обичат да мислят, че "фактите говорят сами за себе си", но това не е така. Те се нуждаят от защитник. И най-добрият начин да го направите е да ги формулирате по начин, по който човекът ще бъде отворен за тях.“
(Фил Плейт)*

Опитът и проучванията в областта на развенчаването на теориите на конспирацията показват, че обикновените факти и данни рядко могат да променят убеждения, с които хората са емоционално свързани, особено когато те са обединени в групова идентичност.

Макар че нашата рационална цивилизация трудно признава това, изследванията показват, че в **процеса на вземане на решения** емоциите играят по-важна роля от логиката. По принцип първо вземаме решение чрез емоциите и едва на втория етап използваме логиката, за да обосновем това решение. Така че целият процес може да изглежда като рационално заключение, но в основата на решението стои **емоция, която едва по-късно се обработва от разума**. Това обяснява защо сме толкова привлечени от емоционално оцветени или шокиращи новини и как важна роля играят емоциите при получаването и оценката на информацията. Това е и причината, поради която е толкова трудно да се опровергае дезинформацията с факти - в основата е **емоционалната връзка** и произтичащото от нея мнение. (Gregor, 2018 г., стр. 79 -80) Това е и причината толкова много дезинформатори да се основават на вече съществуващи мнения

по отношение на емоционално натоварени теми като имиграция, военни конфликти, и аборти, феминизъм

Естествено сме склонни да вярваме на информация, която за пореден път и отново потвърждава нашето мнение. Причината е, че това **чувство за потвърждение** е свързано с отделянето на **допамин** - "хормона на щастието". От друга страна, противоположното мнение предизвиква **неприятно напрежение**, така че сме склонни да го игнорираме или както е в случая, мозъкът ни бързо предоставя "рационална" причина защо да не обръщаме внимание на срещуположното мнение (например "Сериозните медии така или иначе са корумпирани").

Нещо повече мозъкът ни не изпитва нужда да се съмнява, да поставя под въпрос или да проверява това, в което вече вярваме. Този естествен процес е още по-обезпокоителен, когато осъзнаем, че алгоритмите в интернет, особено в социалните сайтове, имитират работата на нашия мозък. Това от своя страна затваря всички ни в порочен кръг и единственият изход е да използваме своята **осъзнатост и критично мислене**.

В главата за филтърните балони и ехокамерите вече се сблъскахме със склонността на хората да предпочитат (само) информация, която потвърждава техните съществуващи убеждения или хипотези. В психологията наричаме това явление **пристрастност към потвърждение**. (Noor, 2020) Когато търсим доказателства, естествено се опитваме да подкрепим мнението си, вместо да го опровергаем. Например, когато сме убедени, че ваксинирането е лошо, ние се фокусираме върху онези няколко изключения, които са довели до здравословни проблеми, и игнорираме високия процент случаи когато ваксинацията е помогнала да се предпазим от сериозни проблеми. Така се възпрепятства балансираната обективна оценка.

Преподавателите, както и студентите, трябва да са наясно с тази селективна функция на мозъка ни, за да не се изненадват, че предоставянето на "проверени факти" не променя убежденията на хората. Това се отнася особено за сложни въпроси, които предизвикват силни емоционални реакции.

.Уверете своите ученици, че пристрастието към потвърждение е нормално и засяга всички нас. То служи предимно като ефективен начин за обработка на информацията поради ограничеността ѝ, на която хората са изложени. (Noor, 2020) Нямаме възможност да проверяваме всеки един аргумент, но поне трябва да сме наясно как работи предубеждението за потвърждение и как дезинформаторите се възползват от него.

CONFIRMATION BIAS



Source: Noor, 2020

:Какво можем да направим, за да намалим пристрастието към потвърждение:

Четете **целите статии**, вместо да правите заключения въз основа на заглавията и снимките.

Потърсете **достоверни доказателства**, представени в статията.

Насърчавайте себе си и другите да събират информация по **съзнателен начин**. (Noor, 2020)

.Дезинформаторите се възползват и от друга човешка особеност, а именно така нареченото **противодействие на волята**, вкоренено противопоставяне на всяко чувство за принуда чрез насилие и автоматична съпротива срещу принудата. Тя се задейства всеки път когато човек се чувства принуден или притиснат да изпълни нечия чужда заповед. (Maté, 2018, р. 364) Ето защо фалшивите новини винаги намират извършител или осъждат някой друг за манипулация и лъжа. Защото те искат да отклонят вниманието от собствените си намерения за манипулация

Всеки преподавател трябва да е наясно с **теоремата на Томас** - социологическа концепция, според която "фактите" нямат единно съществуване извън хората, които ги наблюдават и интерпретират. По-скоро "истинските" факти са начините, по които различните хора влизат в ситуации и ги определят. (Оксфордска справка) Ето защо определенията на ситуацията могат да бъдат **субективни** за отделна група или субкултура. Не забравяйте, че когато говорите за "научни факти", вашите ученици могат

да **разпознаят друг авторитет, различен от науката**, затова бъдете готови да обясните какви критерии признавате за доказателства за надежден източник.

Основата на теоремата на Томас обяснява и защо съществува опасност от интерпретиране на реалността въз основа на дезинформация. В нея се казва: "Ако хората определят ситуацията като реални, те са реални в своите последствия." (Оксфордска справка) Така че независимо от това на какви "факти" основаваме мненията и убежденията си, последствията като наше поведение или действие ще бъдат реални и ще влияят на света. Отново за пример може да послужи нападението над Капитолия.

През последните години в дискусиата за радикалния екстремизъм се появи още един термин. Този феномен се нарича **ретротопия** и описва ирационалния копнеж по "миналото като бъдеще", което е било сигурно и лесно за ориентация. **Бързината на промените** предизвиква **безпокойство**. Все по-големи сегменти от западното общество споделят чувството, че са изоставени, игнорирани (не са "изслушани") и излишни. (Önnerfors, 2019) Това е носталгия по **изгубената идентичност** в един бързо променящ се свят, в който особено възрастните хора се чувстват изоставени. Няма да навлизаме в детайлите на явлението, тъй като това е ком-плексен въпрос, но вие като преподавател трябва да сте наясно с тези настроения и да сте подготвени, че някои от вашите студенти може да се окажат в това състояние на духа. В тези случаи взаимното разбиране, уважението, запазването на достойнството на вашите студенти и стратегическата комуникация ще бъдат повече от необходими.

Ако искаме да разгледаме по-задълбочено склонността към поддаване на дезинформация, това може да обясни кои са слабите места, към които се насочват дезинформаторите. Досегашните психологически изследвания показват, че хората са привлечени от теориите на конспирацията и дезинформацията, когато важни **психологически**

потребности не са задоволени. Такива хора търсят знание и яснота за важни събития. Освен това те имат нужда да **се чувстват сигурни** и да контролират обкръжението си и да поддържат положителен имидж за себе си и за групите, към които принадлежат. (Blue, 2021) Когато тези потребности не са задоволени в обществото хората започват да търсят групи, които предлагат удовлетворение.

Дали това е началото на войната с тероризма през 2001 г., откогато обществото се чувства в постоянно **извънредно положение** или това е вината на дълготрайни тенденции? Във всеки случай настоящите заплахи като Covid-19, финансовата, екологичната и енергийната криза, както и предстоящите военни конфликти, за съжаление създават **несигурна среда**, която играе в полза на дезинформаторите. Естествено е човек, който се страхува за живота и имуществото си да търси спасител, който обещава да се бори с опасността и врага, независимо дали става дума за реално намерение или за популизъм, а ако трябва да се бориш с врага, първо трябва да посочиш него.

Парадоксалното е, че дезинформаторите внушават на обществото, че те са герои, които се борят със злото, корупцията и манипулацията. Пристрастната информация и ехо камерите подкрепят убежденията и убедеността на хората, така че те не виждат причина, поради която да преразгледат мнението си. Това е един порочен кръг.

И така какво можем да извлечем от всичко това ние преподавателите? Може би това, че ученето далеч не е само познавателен процес. Качеството на **положителната мотивация за учене и емоциите** трябва да бъдат включени.

От гледна точка на невроандрагогията нашите действия като треньори по отношение на мотивацията на учениците могат да бъдат сведени до въпроса за **стимулиране на отделянето на допамин**, който хормон е отговорен за чувството на удовлетвореност.

и мотивацията за действие, както и ограничаване на отделянето на кортизол, до голяма степен отговорен за усещането за стрес. Обичайните стимули за допамин в учебна среда са контактът с нещо интересно и изненадващо и социалните отношения, които ни дават подкрепа и чувство за сигурност.

Освен това всички скорошни изследвания в крайна сметка опровергават мита за мобилизиращия **ефект на стреса** върху учебния процес. Поддържането на продължително усещане за стрес сред учениците е само деструктивно: то предизвиква редица психосоматични разстройства, намалява ефективността на паметта, причинява смъртта на невроните в хипокампуса и блокира напълно творческото мислене. (Neuroan- dragogy against exclusion, 2019) Ролята на обучаващия тогава не се свежда само до предаване на информация, а до създаване на учебна среда, в която ученето вече няма да бъде травмиращо преживяване, а **приятна радост от придобиването на нови умения**.

Positive
VIBES

Позитивни разкази



„Повечето хора не търсят доказуеми истини. Както казахте, истината често е придружена от силна болка, а почти никой не търси болезнени истини. Това, от което хората се нуждаят са красиви, утешителни истории, които ги карат да се чувстват така сякаш животът им има някакъв смисъл.“

-Харуки Мураками

-STAY-
POSITIVE

През последните години повече от всякога учениците, а оттам и учителите и обучаващите се сблъскват с пречките да предоставят на широката общественост научни факти, основани на доказателства. Какво им липсва в сравнение с теориите на конспирацията и дезинформацията, които по принцип са по-привлекателни за хората? Очевидно е - липсва им **емоционално обоснована история**. Разказването на истории винаги е било важна част от комуникацията, която осигурява колективното оцеляване на нашия вид. Разпространението на научни открития обаче традиционно не включва разказване на истории, което би направило информацията по-достъпна за обикновената аудитория.

Дезинформацията, която предизвиква негативни емоции всъщност се основава на **негативни разкази**. За да ги победим обаче, трябва да предложим на обществеността положителни разкази. Фокусът трябва да бъде върху това, за което обществото е ЗА, а не ПРОТИВ. (Carthy, 2021 г., стр. 4).

Когато се сблъсква с негативните разкази, алтернативният/позитивният разказ няма за **цел да се противопостави** на екстремисткото послание и да посочи неговите неточности. Вместо това той трябва да разкаже история, която не може да поддържа екстремисткото послание. (Carthy, 2021 г., стр. 14)

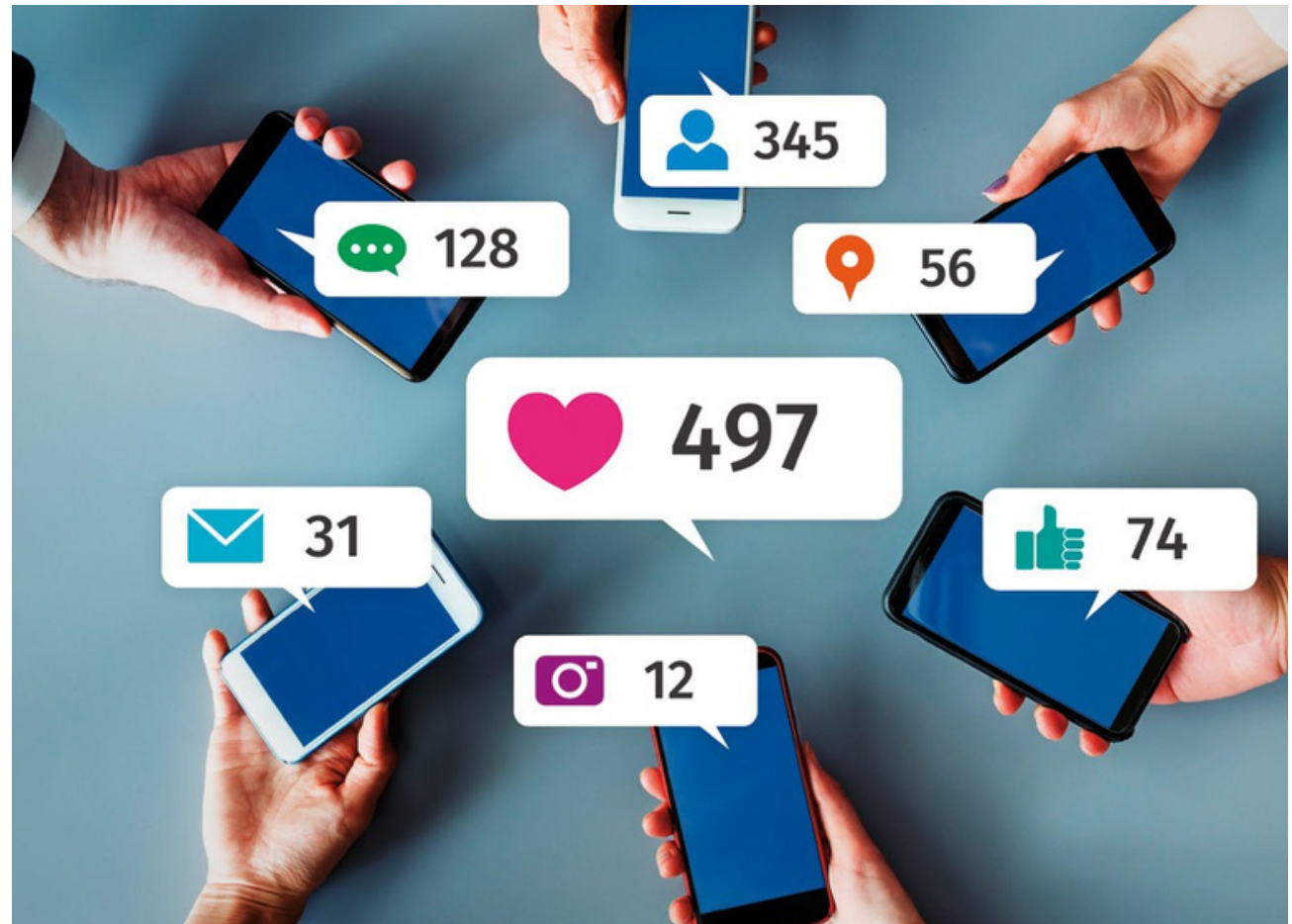
Ролята на лидерите е да предоставят положителни разкази, визии, на обществото. Сега от вас като преподавател зависи да се опитате да свалите бариерата и вместо голо разобличаване на дезинформацията, трябва да осигурите **адекватна компенсация**. Позитивното разказване или разказването на истории е по същество психологическа игра на убеждаване. Разказите съчетават проверени факти със силата на емоциите, което е единственият начин да се победи влиянието на дезинформацията.

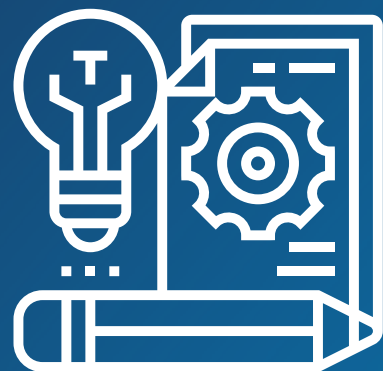
Нашият план на урока за позитивни разкази се опитва да даде на участниците в курса ви възможност да разберат как работят позитивните и негативните разкази. Той е вдъхновен от **публичните разкази** - практика за развитие на лидерството, разработена от Маршал Ганц. (Наративни изкуства, 2021 г.) Тя трябва да мотивира участниците да се обединят в името на общата цел и да предотврати разминаванията в убежденията. За разлика от разказването на истории, публичните разкази не са сценарий, а процес, който инкорпорира историите на участниците. Става дума за разказване, слушане, отразяване и повторно разказване. Това помага да се изгради усещане за общност.

Установена е и интересна връзка между **духовността и конспиративните теории**, споделяни в социалните сайтове. Всъщност във виртуалния свят конспиративните теории

гесто се сливат с духовните разкази. Общото между тях е **холистичният им характер** - те обясняват ролята на индивида в обществото. Споделят също така определена форма на предопределеност и убеждението, че имат достъп до истината, която е скрита от останалите. (Rahimi, 2022)

Липсва ли ни духовност, ако сме толкова податливи на теориите на конспирацията? Може би просто ни липсва положителният разказ, който би обяснил хаоса наоколо.





ОСОБЕНОСТИ ПРИ ПРЕПОДАВАНЕТО НА ВЪЗРАСТНИ ХОРА

ОСОБЕНОСТИ ПРИ ПРЕПОДАВАНЕ НА ВЪЗРАСТНИ ХОРА

В следващите глави, ще обърнем внимание на спецификата на образователния процес на възрастни 55+ и ще представим факторите, които могат да повлияят върху вашите уроци. Въпреки че е необходимо да ги вземете под внимание, трябва да избягвате прекалено голямото обобщаване и винаги да виждате своята група ученици като индивиди с различни умения, житейски опит и произход.

Невропластич- НОСТ



Мозъкът е обект на стареене, както и цялото тяло, така че мозъчните функции също се променят с възрастта и ние трябва да вземем предвид тези процеси:

- **скоростта на мозъчните функции намалява**, зрелият човек се нуждае от повече време, за да извърши определена умствена дейност, отколкото младият човек.
- функции като: **инхибиране, концентрация, рефлексни реакции** (разположени във фронталните лобове, които подлежат на дегенерация на първо място) са отслабени
- **капацитетът на работната памет е намален** - човек е в състояние дновременно да обработва по-малко информация, предоставяна от сетивата
- **умствената гъвкавост е намалена** (способността да превключва бързо между една и друга интелектуална дейност)
- **селективното внимание е подложено на интерференция** (способност да се улавя и да се фокусира върху значими събития от околната среда)
- **дивергентното внимание е отслабено** (способност за фокусиране на вниманието върху различни действия, които се извършват едновременно)
- **семантичната памет** (отговаряща за правилата и дефинициите) и **епизодичната памет** (записване на събития във времето) са отслабени (Neuroandragogy, 2019, стр. 6-7)

Добрата новина обаче е, че макар мозъкът да претърпява значителни промени и възрастните да се нуждаят от различни методи на преподаване в сравнение с младите хора, това не означава, че тяхното обучение е по-малко ефективно. Предимството на възрастните е, че те могат да свържат новата информация със съществуващия опит и придобитите умения. Можете да твърдите, че тези процеси могат да доведат до закостеняло мислене и нежелание да се променят дълбоко вкоренени убеждения, но умствената закостенялост по-често е повлияна от проява на упоритост в мисленето и липса на самокритичност за това как средностатистическият възрастен възприема своя минал опит, отколкото за биохимичния процес в мозъка ни.

Не можем да забравим **невропластичността** - свойството на човешкия мозък, благодарение на което той е способен **да се адаптира, да се променя, да се самовъзстановява и да се учи във всички възрасти**. В зряла възраст все още се създават нови неврони, но най-често в рамките на съществуващите невронни мрежи, а не като нови структури. Ето защо децата са по-добри в "нестандартното мислене" от възрастните. Въпреки това като стимулира невронните мрежи с нова информация и опит, учителят може да използва този процес на невропластичност през целия живот, защото ученето на възрастните е процес на **постоянно модифициране на предишния опит чрез опита, който го следва**.





За да адаптираме методите на преподаване към нуждите на нашата целева група от възрастни над 55 години, трябва да вземем предвид резултатите от най-новите изследвания в областта на невроандрагогията - най-младата и динамично развиваща се стратегия, свързана с обучението на възрастни. Тя се фокусира върху **когнитивните функции и степенуването на мозъка на възрастните** и по този начин адаптира процеса на учене. Нека разгледаме основните принципи:

ПАМЕТ

Ефективността на ученето зависи от ефективността на запомнянето и последващото извличане на конкретна информация от паметта. Тъй като в по-напреднала възраст паметта обикновено отслабва, трябва да я подсилваме като използваме различни когнитивни, емоционални и физически техники, за да може информацията да се съхрани в дългосрочната памет.

ОПИТ

Нищо ново под слънцето - възрастният човек се учи най-ефективно чрез пряк опит или чрез комбиниране на нова информация или умения с предишния си опит, което е възможно благодарение на невропластичността на мозъка. Опитът влияе на нашите възприемателни и познавателни способности чрез реорганизация на мозъчната структура. Възрастните и застаряващото население често вярват само на собствения си опит и затова ученето чрез опит

трябва да бъде от решаващо значение за обучението. Освен това трябва да сте подготвени, че възрастните имат развити методи на обучение, които могат да бъдат предимство, но и пречка за възприемането на нови принципи и инструменти. Те са имали предимно фронтално преподаване и могат да имат проблеми с възприемането на методите на сътрудничество.

ОБРАБОТКА НА ИНФОРМАЦИЯ

Опитът също допринася за по-високо ниво на разсъждение. Възрастните обработват информацията по-бавно, защото искат да избегнат грешки. Възстановяването и извличането на информация също е по-бавно, тъй като мозъкът на възрастния човек се нуждае от време, за да направи връзка със съхранената информация. Затова бъдете търпеливи.

РЕПЕТИЦИЯ

Както беше споменато в предишните глави, една от техниките, които правят дезинформацията толкова ефективна, е постоянното ѝ излагане и честото ѝ повтаряне. Същото се отнася и за процеса на преподаване. Не можете да очаквате, че ще промените убежденията на учениците си и ще ги научите на всички техники в един урок. Колкото повече повторения има, толкова по-бързо се прехвърлят в подсъзнанието.

СТРАТЕГИЧЕСКА КОМУНИКАЦИЯ

Възрастните хора понякога се чувстват недооценени и самотни в нашия бърз и променящ се свят. Проявете уважение и разбиране.

Не изтъквайте недостатъците им, а им подайте ръка. Опитайте се да намерите начини да използвате техния житейски опит в нови условия и среда. Конкретните съвети за стратегическа комуникация са изброени в практическата част.

ПОДХОД КЪМ ИНФОРМАЦИЯТА И КОМУНИКАЦИОННИ ТЕХНОЛОГИИ

Липсата на умения за работа с ИКТ (информационни и комуникационни технологии) при възрастните над 55 години или нежеланието и срамежливостта им да използват технологии е едно от най-големите предизвикателства, с които се сблъсква преподавателят. Въпреки това се въздържайте от обобщения - не всички възрастни хора имат еднакъв подход към технологиите. Важно е да разберете какво е нивото на ИКТ на конкретната група. Можем само да предположим, че участието в курс за борба с дезинформацията е свързано с основни познания и работа с технологични устройства.

ЗАПЛАХИ И ПРЕЧКИ

Възрастните хора често се борят с препятствия, които ще им попречат да изпълнят онлайн задачата си. Важно е да се изгради тяхната увереност в справянето с препятствията и заплахите, докато са онлайн. Един от начините за това е просто да се повтарят задачите с по-малко подкрепа и да се насърчава постоянството в използването на ИКТ. Можете да покажете на обучаващите се, че заплахите и препятствията често са сходни и да им предоставите стандартен безопасен начин за преодоляване на стреса и трудностите, произтичащи от използването на ИКТ. Възрастните обучаеми, като цяло, определят обучението

си и поставят цели за учене преди самия процес на учене и преценяват дали съдържанието на обучението е подходящо за постигането на целта. Възрастните обучаеми като цяло си поставят цели за учене преди същинския процес на учене и обмислят дали съдържанието на обучението е подходящо за постигането на поставената цел.

МОТИВАЦИЯ

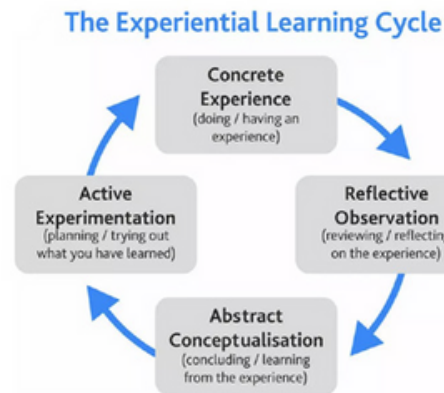
Интересът и мотивацията на възрастните хора по време на обучението са ключов фактор за успеха на обучението. **Позитивната мотивация** ("Заедно ще разберем как да се ориентираме в проблема с дезинформацията.") е по-ефективна от негативната ("Трябва да се научите как да различавате фалшивите от сериозните новини, за да не бъдете манипулирани."). Обучителите смятат този съвет за **изключително важен**. Много повече от това, че сте преподавател вие сте треньор за мотивация на опонентите и се уверявате, че те се чувстват включени на всяка крачка от пътя! За да постигнете максимални резултати от обучението, не се колебайте да го направите интерактивно и да използвате игри. Важно е също така да накарате обучаваните да разберат значението на цифровите технологии за техните нужди и предпочитания. Възрастните обучавани се като цяло имат вътрешна мотивация за получаване на нови умения и знания, които ще им помогнат в ежедневните ситуации, задачи и проблеми.

Дейност и задълбочена обработка на данни



Резултатът от ефективния процес на учене е, че новите знания/умения се съхраняват в **дълготрайната памет** на ученика и след това се извличат при решаването на даден проблем. Ако новото знание/умение не успее да достигне до дългосрочната памет, то създава **нетрайна следа в паметта** и се забравя. Ако мозъчната дейност, свързана с работата върху дадена информация, има подълбок характер, тя изисква **пряко физическо, умствено или психологическо участие и ангажира повече афективни и когнитивни процеси**. Тази паметна следа в невронната мрежа е постоянна и информацията се съхранява в дългосрочната памет. (Невроандрагогика, 2019 г., стр. 8 - 9)

Какво означава това за изготвянето на учебен план? Обучението трябва да се основава на **цикъла на Колб**, който поставя **опита на учащия се** в центъра на дидактическия процес:



Източник: McLeod, 2013

Задачата ви като треньор е да поставите конкретните техники и методи в правилната фаза на дадено действие. Ето някои примери:



И какви **принципи** трябва да използва треньорът, за да задоволи нуждите на възрастните обучаващи се и процесът на преподаване да е ефективен?

○ **КЛЮЧОВО! Определете потребностите** на възрастните си курсисти - това определя успеха на програмата за обучение. Всяка група ще бъде различна и ще има **различни цели**, очаквания, намерения и настоящи умения и познания. Направете така, че уроците ви да са **ориентирани към обучаемите** и да отразяват техните нужди.

○ Създайте **сигурна, надеждна и приветлива учебна среда** с културата на съпричастност, уважение, дружелюбност и автентичност. Понякога доверието е това, което липсва на хората по отношение на политиките, медиите или други авторитети. Въпреки че това е предизвикателство за вас като преподавател, доверието е от съществено значение.

○ **Интимната среда** с по-малко студенти е много по-добра от големите събития. Чувството за сигурност е желателно.

○ Бъдете наясно, че учениците ви имат проблеми **със слуха или зрението**. Използвайте по-силен глас, но не създавайте впечатление, че крещите. Опитайте се да запазите спокойствие.

○ Проявявайте **интерес към мнението на учениците** и ги насърчавайте да участват в учебния процес: задавайте въпроси, свързвайте информацията с практиката.

○ Уверете се, че всички задачи са **изпълними**, за да не стресирате учениците по време на урока.

○ Покажете положително отношение и осигурете **конструктивна и положителна обратна връзка**.

○ **Уверете се, че цялото съдържание е лесно за разбиране.**

○ **Уважавайте** чувствата и възприятията на всеки отделен ученик.

○ Поддържайте урока **динамичен**. Възрастните ученици са способни да слушат и да съхраняват нова информация около 20 минути - правете почивки и сменяйте методите.

○ Превърнете урока във **вълнуващо преживяване**, основано на учене чрез преживяване. Чрез "учене чрез действие"

○ преживяването се свързва с лична рефлексия. Не губете време да обяснявате трудни теоретични понятия, ако учениците не са особено заинтересовани. Знанията и уменията, които учениците ви усвояват,

○ трябва да водят до **практическо приложение и положително въздействие** върху ежедневието им.

○ Ако имате възможност, повтаряйте и преработвайте, за да затвърдите паметта.

○ Използвайте **ясен език** и правете паузи в речта си. Дайте на учениците време да обработят въпроса и да помислят за отговора

○ **НЕ БЪРЗАЙТЕ!** Натискът на времето и изискванията за бързина могат да бъдат сериозен стрес фактор.

○ **Мотивацията** е движеща сила. Бъдете внимателни да не превъзбудите учениците си и ако е необходимо, намалете когнитивното претоварване:

- Представете част от информацията чрез визуални средства

- и част от нея по вербален път

- Разделете съдържанието на по-малки сегменти и позволете на учащия да контролира темпото

- Премахнете несъщественото съдържание

• Думите трябва да се поставят възможно

най-близо до съответните графики.

○ • Не четете текста на екрана дословно В допълнение към учебния материал е важно **технологиите да станат по-приобщаващи** и да се информират възрастните хора за това как могат да адаптират своите устройства за по-добро и по-лесно използване. Например: Регулирайте размера на текста: мнозинството от възрастните хора се възползват от поне леко увеличаване на размера на текста.

• Регулиране на контраста на цветовете: с възрастта нашите способност да различаваме определени двойки цветове намалява, особено между бяло/жълто и синьо/синьо. сиво.

• Въведете използването на бързи клавишни комбинации: използване на няколко често срещани бързи клавишни комбинации може да намали разочарованието, без да изисква заучаване.

○ Променете скоростта, цвета и размера на

мишката: с възрастта, скоростта и

точността на мишката обикновено

намаляват

○ • Ако учениците ви имат проблеми с английския или други езици, помогнете им да инсталират преводач в брауъра си. След това преподайте да използват десния бутон на мишката, за да получат основния превод. Тези преводачи не са най-добрите лингвисти, но помагат за общата представа за даден текст.

○ Не давайте инструкции в повелително наклонение. Използвайте непряк начин като: "Нека заедно да проверим тази статия."

○ Създавайте възможности за практикуване на придобитите знания и умения. **Практиката** е от съществено значение, ако искате учениците да усвоят придобитите знания

- Възрастните, най-вече поради традиционната образователна система, която са преминали, могат да се срамуват да правят грешки. Въведете съвременната концепция за допускане на **грешка**, при която тя се възприема като **важен опит** за определяне на следващите стъпки в образователния процес. Подчертайте, че не е неуспех да направиш грешка, а по-скоро да не си вземеш поука от нея за в бъдеще.

- Ако е възможно **поканете професионалисти** от сферата на сериозната журналистика или проверяващи на факти да опишат собствения си опит с дезинформацията и фалшивите новини.

Наблюдавайте рисковите фактори.

Когато по време на урока възникнат разногласия, опитайте се да ги разрешите в диалог. Подчертайте, че всички мнения са приемливи, но трябва да ги разграничаваме от фактите.

- Включете учениците в оценяването на собствения им учебен процес. Насърчавайте ги сами да оценяват постиженията и напредъка си

Подкрепете **саморегулацията и отговорността** на ученика. Вашето обучение трябва да води до **индивидуализиране** на ученика и да насърчава процеса на учене през целия живот, от който всички ние сме част.

Какво трябва да се вземе предвид при анализа на нуждите



Време, посветено на обучението. Този фактор се определя от обхвата и възможностите на вашето обучение. Силно препоръчително е да организирате поне три отделни сесии по темата за дезинформацията, така че да има достатъчно място за теорията и практиката, а участниците да имат възможност да усвоят новата информация и умения.

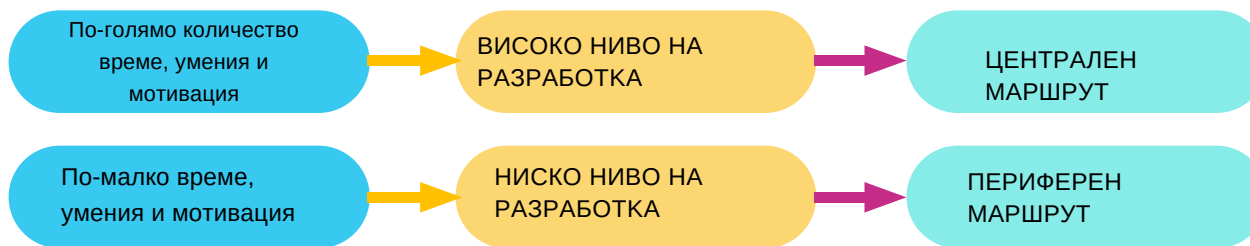
Умения. Съществена част от подготовката на всеки курс е да се запознаете с текущите умения на учениците. Това включва нивото на уменията в областта на ИКТ, медийната грамотност, както и владеенето на английски език. По-възрастните хора могат да оценят като ледоразбивач в началото на курса един дебат за настоящата ситуация на сцената на дезинформацията. Той спомага за формирането на **социални връзки**, дава възможност на учениците да бъдат изслушани и дава на вас, лектора, подсказки как да изберете стратегията. Препоръчително е също да разберете какви **междумрежови платформи** използват вашите ученици и доколко според тях те се сблъскват с фалшиви новини и дезинформация.

Интерес/мотивация. Определете какви са **целите и интересите** на вашите ученици и какви инструменти и техники да използвате в курса си. Доминирането на вътрешната или външната мотивация също е определящо, както и идентичността на вашите ученици, с която те се свързват. Това може да бъде и интересна дейност за разчупване на леда, която да отрази **очакванията** на участниците. Какви цели искат да постигнат, посещавайки вашия курс?

Веднага след като получите цялата входяща информация за учениците, решете дали да продължите по **централния или периферния маршрут**. Моделът на вероятността за изработване обяснява по-подробно тази обработка на информацията.

Моделът на вероятността за разработване има за цел да проучи как хората обработват стимулите по различен начин и как резултатите от тези процеси водят до промяна на нагласите и съответно на поведението. (Barradas, 2021)

Изработването се отнася до количеството усилия, които всеки член на аудиторията на дадено съобщение трябва да положи, за да обработи и оцени съобщението, да го запомни и впоследствие да го приеме или отхвърли. (Barradas, 2021)



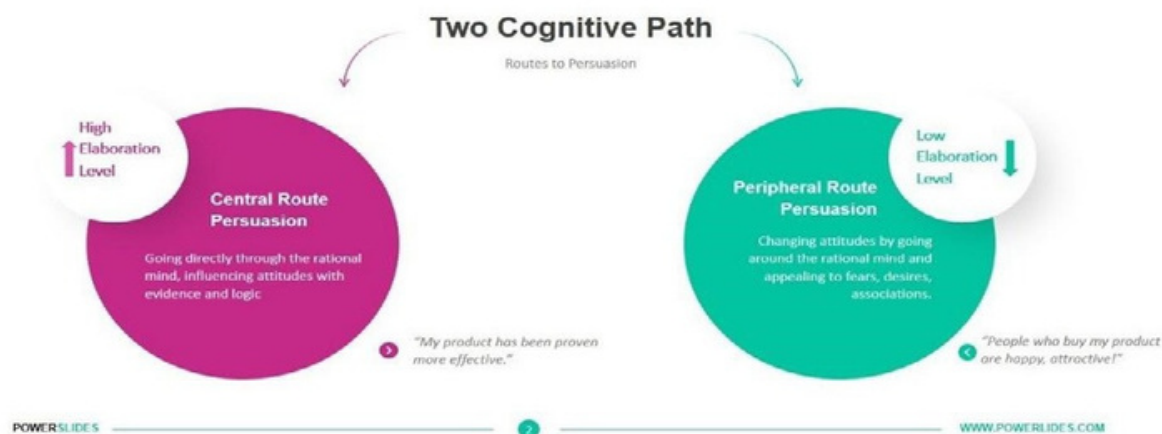
Изборът на **централния маршрут** означава, че се фокусирате върху предоставянето на **данни и факти**, за да убедите аудиторията в правотата на посланието си. Той се основава на логиката и учениците се интересуват от анализ на информация и дълбоко разбиране на нещата. Този маршрут създава дълготрайни нагласи и учениците са по-малко разсеяни, когато следват целта си.

Обработката на информацията не е толкова задълбочена и нагласите са краткотрайни. Става дума по-скоро за **контекста**, отколкото за самата информация.

Разбира се, ще има групи, при които ще е необходимо комбинирането на двата пътя в зависимост от конкретните условия.

Периферният маршрут от друга страна, се фокусира върху сигналите за асоцииране на позитивност с посланието.

ELABORATION LIKELIHOOD MODEL



Източник: Barradas, 2021.



Как да планирате дейностите



Изборът на дейности трябва да се основава на резултатите от анализа на потребностите ви. Първо дефинирайте проблема, а след това следвайте процедурата:

Определете нужда/проблем

Например участниците не са сигурни как да проверят дадена снимка.

Определете целите по отношение на желаните знания и умения (идеалното състояние на това, което учениците трябва да научат)

напр. Участниците са запознати с проблема за фотоманипулацията и са уверени в използването на инструменти за проверка на дадена снимка.

Помислете за дейности, които ще доведат до подобряване на знанията и уменията, които сте определили в предишната стъпка. Опитайте се да съчетаете фронталното обучение с различни интерактивни дейности, доколкото е възможно.

напр. Разпространявайте статии с изображения, които да бъдат проверени в Google Reverse Search или TinEye. (вижте повече в Планове за уроци)

Повече за методите, които препоръчваме в нашите учебни планове

Използване на мисловни карти

Можете да представите дадена тема на учениците или да помолите участниците да работят по дадена задача на лист хартия или в електронен вид самостоятелно или в група, като използвате мисловни карти, които са **чудесен** инструмент за подобряване на процеса на учене и запомняне. Мисловните карти са **графично представяне на идеи** с помощта на **ключови думи** и обикновено са придружени и от **снимки**.

В традиционния процес на учене, основан на четене на текст, се използва предимно лявото мозъчно полукълбо. Но при графичното представяне, картинките и цветовете се активира по-голяма част от дясното мозъчно полукълбо. Ангажирането на двете полукълба води до събуждане на по-голяма **креативност**, така че могат да се появят **нови концепции и идеи**.

Освен това яснотата на мисловната карта ни позволява да виждаме информацията в **по-широк контекст**, а не само изолирано и ни кара да осъзнаваме по-добре нейните **връзки**. (Posolda)

И така мисловните карти ни помагат да създаваме нови идеи, да разбираме по-добре, а също така значително подпомагат паметта ни. Можем да ги използваме например за учене, планиране, решаване на проблеми или създаване на проекти.

И така как това работи? Започнете с **основната тема** (дума или картина) в средата на лист хартия/екран. От основната тема има

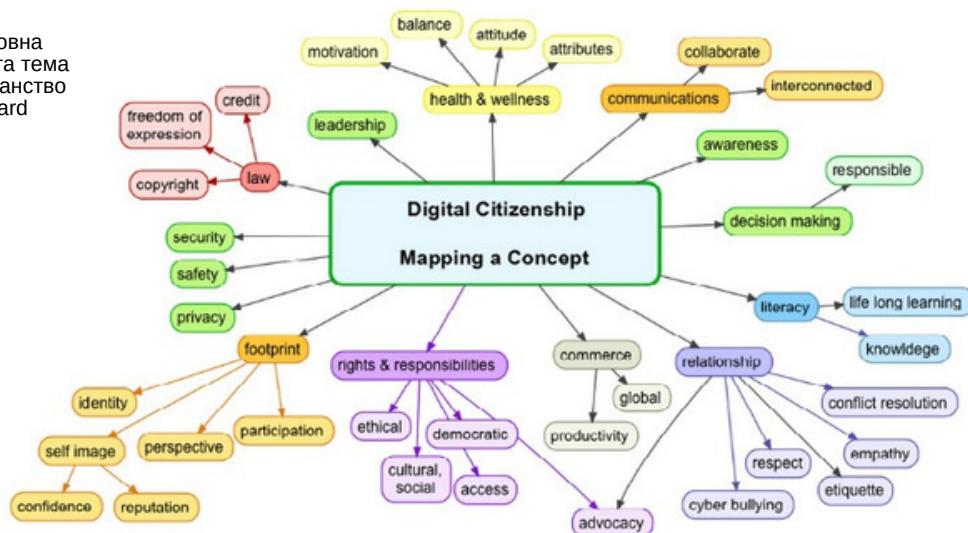
Техника на пъзела

извити линии (извити поради стимулирането на дясното полукълбо), водещи към **подтеми**. От тях има по-малки разклонения и т.н. Препоръчително е да се използват **картинки, символи и различни цветове**. Мисловните карти трябва да са кратки и ясни, затова не използвайте пълни изречения, а само **ключови думи, кратки заглавия или кратки фрази**.

Предимството на ученето с мисловни карти е, че ако рисувате карта, всъщност учите в същото време, а и се отпускате, докато рисувате. Можем да кажем, че това е начин за учене по естествен път, който не предизвиква нежеланието, което може да възникне у някои хора по време на традиционното учене.

Препоръчително е да се рисува на ръка за по-голяма мозъчна стимулация, но в интернет има различни генератори на мисловни карти, които можете да използвате (например <https://www.mindmup.com>). Тяхното предимство е, че можете да качвате и картинки от интернет, ако не сте добри художници.

Пример за мисловна карта с основната тема "Цифрово гражданство"
Източник: DeWaard



Техниката Jigsaw е ефективна алтернатива на фронталния метод на преподаване. Тя включва **учене от връстници и сътрудничество в екип**, а не просто пасивно слушане на презентацията на преподавателя. Тя може да се прилага при различни дейности, независимо дали става въпрос за теоретично изследване или за практически дейности.

Обикновено прави уроците **по-приятни** и мотивира участниците, тъй като те активно допринасят за процеса на учене.

Участниците се разделят на групи и всеки участник (или двойка) получава отделна задача в групата (напр. другият да анализира езика на дадена статия, а третият да провери източниците и т.н.). След известно самообучение направите "експертни групи", в които членовете с еднаква задача от всяка група се обединяват. След това им дайте известно време, за да обсъдят темата заедно и да подготвят презентации по темата. След това ги изпратете,

върнете ги в първоначалните им групи и ги оставете да представят темата си. Насърчавайте другите членове на групата да задават въпроси. По този начин, например при анализ на статия за манипулативни техники, заедно те получават **пълен анализ** и **се учат един от друг**. Също така, като **обясняват** темата на другите участници, тя се задържа по-дълбоко в паметта.

Ролята на учителя, прилагащ тази техника е по-скоро на наставник, отколкото на треньор. Той/тя трябва да съдейства и да помага, когато е необходимо, но отговорността следва да се предостави на участниците.

Подпомагане на възрастните за самообучение с помощта на ИКТ



40

Ефективният семинар трябва да накара учениците ви да продължат процеса на по-нататъшно разкриване и самообучение. В това отношение **самотивацията** ще бъде ключов фактор за задълбочаване на нивото на знания и умения на учениците.

Участниците също така трябва да напуснат вашите семинари със списък от практически инструменти, които могат да използват в ежедневието си.

За да подпомогнете по-нататъшната практика, очаквайте уеб приложението Break the Chain и динамичния демонстратор, които ще бъдат достъпни на всичките седем езика!

Хибридно/онлайн обучение



Въпреки че е силно препоръчително да се организира обучение лице в лице по въпросите на дезинформацията поради подчертаните в настоящото ръководство аспекти на връзката и психологията, ситуацията може да изисква **дистанционно обучение**, както в случая с covid-19. Следователно обучаващите, както и учениците трябва да са готови, че може да се наложи да приемат онлайн обучение, което може да бъде предизвикателство за възрастните над 55 години и техните преподаватели, тъй като някои от тях нямат опит с комуникационните технологии и дистанционното обучение.

Споделяме някои съвети, които биха могли да предотвратят шока от преминаването към цифрова среда.

Форматът, уменията на участниците и възможностите на вашия курс определят дали да се използва синхронно или асинхронно онлайн обучение - или и двете. **Синхронното обучение** означава, че участниците, както и преподавателят са ангажирани в обучението **по едно и също време и могат да си взаимодействат**. Типични примери за това са уебконференциите или виртуалните класни стаи. Сред най-удобните са **Zoom, Google meet или Microsoft Teams**. Връзката към конферентната зала може да бъде изпратена по електронна поща и участниците могат да се присъединят основно с няколко кликания, така че дори и по-малко умелите могат да се справят. Голямо предимство на синхронното обучение е, че преподавателят може да **помага** на участниците в решаването на различни проблеми и да ги **навигира** в онлайн средата на живо чрез видеоразговор или чат. Чудесен инструмент е и функцията за **споделяне на екрана**, чрез която треньорите могат да показват предварително подготвени материали и презентации. Предимството на **записаното обучение** е, че то може да бъде достъпно по всяко време или да се гледа многократно.

Други предимства на синхронното обучение са:

- Взаимодействие между участниците.
- Обмен на знания и опит между участниците.
- Обратна връзка в реално време за инструктора.
- Обучението се провежда съгласно фиксиран график. (Priscila, 2020 г.)

За да се предотврати еднопосочната комуникация между преподавателя и участниците по време на онлайн класовете, разберете дали платформата позволява **обособяване на стаи за почивка** - частни пространства, предназначени за улесняване на груповото взаимодействие. Zoom, Google meets и Teams ги поддържат. Можете да разделите групата си на по-малки екипи и да им позволите да работят отделно. **Груповата работа** е важна и това може да бъде **онлайн заместител**.

Предимствата на асинхронното обучение са

- Участниците могат да се обучават по свой график и време.
- По-малко работа за преподавателите
- Автоматизираните задачи намаляват повтарящата се работа, като например даване на онлайн класове и изпити за оценяване (Priscila, 2020 г.)

От друга страна, при **асинхронното обучение** няма взаимодействие между участниците в реално време. То включва предварително създаване на онлайн съдържание, което може да бъде достъпно за участниците по всяко време. Пример за това са системите за управление на обучението (СУОУ) като Moodle, в които можете да създадете целия учебен план.

В таблицата по-долу можете да сравните различните форми на синхронно и асинхронно обучение:

Синхронно обучение	Асинхронно обучение
Традиционна класна стая	Записан клас
	Електронна поща
Незабавно изпращане на съобщения	Изпращане на въпрос и изчакване на отговор
Незабавна обратна връзка от инструктора и колегите	Записано гласово съобщение
Телефонно обаждане	Онлайн курсове за обучение (без участие на живо видео)
Индивидуално обучение	Участване на живо видео
Уебинар на живо	Записан уебинар
Групово обучение	Самостоятелно обучение
По едно и също време, едновременно	По различно време

(Priscila, 2020)

Най-добрият вариант за възрастните над 55 години вероятно ще бъде комбинацията от синхронно и асинхронно обучение - т.нар. хибридно или смесено обучение. То представлява комбинация от класове/ уебинари на живо с предварително записани лекции или презентации, които могат да бъдат достъпни поотделно.



ДЕЗИНФОРМАЦИЯ ПРАКТИЧЕСКА ЧАСТ



ПРАКТИЧЕСКА ЧАСТ

Стратегическа комуникация: Съвети как да разговаряме с хора с различно мнение и превенция на риска

Предотвратяването на конфликти е важна част от оборудването на лектора когато той навлиза в темата за дезинформацията. Тъй като емоционалният аспект играе съществена роля в този казус, дебатът лесно може да прерасне в бурен конфликт. Не можете да имате пълен контрол върху емоциите на вашите студенти, но трябва да сте готови, че такива ситуации могат да възникнат. Следните съвети могат да ви помогнат да предотвратите ескалацията на споровете.

ОПИТАЙТЕ СЕ ДА РАЗБЕРЕТЕ, А НЕ ДА УБЕЖДАВАТЕ.

Бъдете стратегически настроени по отношение на целта на обучението - целта трябва да бъде да *разберете*, а не да *убеждавате*. Когато знаете какво предизвикателство и дългосрочен процес е да се промени убеждението на някого, в такъв случай следва да намалите очакванията за своите преподавателски свръхспособности и да се съсредоточите върху подходящите условия, които могат да отворят вратата към осъзнаването на ученика.

ДОБРАТА ВРЪЗКА Е ОТ РЕШАВАЩО ЗНАЧЕНИЕ

Без значение колко много факти ще предоставите, те няма да бъдат ефективни, ако не успеете да изградите добра връзка с учениците си. Трябва да проявите уважение към тяхното мнение и да създадете атмосфера на доверие. Бъдете част от групата и не гледайте с пренебрежение на техните мнения и уменията им.

Те трябва да почувстват, че не вие срещу тях, а ние срещу проблема. Не ги предизвиквайте, а ги поканете да откриете истината заедно.

СВОБОДАТА ДА НАМЕРИШ ГРЕШКАТА

И още веднъж опитът да убедите учениците да променят мнението си въз основа на предоставените от вас факти рядко ще бъде ефективен. Тяхното нежелание често е причинено от страха, че са манипулирани да изкажат друго мнение, така че ако не ви имат реално доверие, може да имат проблеми да приемат това, на което се опитвате да ги научите. Покажете им, че вярвате в техните способности и ги оставете сами да открият грешката, вместо само да поучавате. Можете внимателно да ги ориентирате като посочвате несъответствията в тяхното мнение и ги обсъждате.

НЕ ПОУЧАВАЙТЕ, А ИЗИСКВАЙТЕ

Тъй като предварителното условие винаги трябва да бъде изкушението да се разбере целевата група, избягвайте да изнасяте лекции и вместо това задавайте въпроси. Не използвайте въпроси от типа "Защо...?", които могат да стресират вашите убедени правотата си ученици, а ги подкрепете в обясняването на причините. Помолете ги да дадат повече детайли чрез въпроси като: "Защо?" "Какво мислите за...?" "На какво се основава вашето предположение?" "Какво би променило мнението ви?" Чрез това запитване получавате и вие самите възможност да оцените ситуацията, да коригирате очакванията си и да адаптирате методите си.

В ТЪРСЕНЕ НА СПОРАЗУМЕНИЕ

Подчертаването на различията и изтъкването на некомпетентността и липсата на умения у учениците ще доведе само до допълнително разочарование. Започнете от твърдата основа

и намерете това, с което сте съгласни, напр. "Светът на интернет е объркан и е трудно да се ориентираш в него." "Никой не иска да бъде манипулиран." Учениците ви трябва да почувстват, че имат нещо общо с вас. За да подсилите полето на съгласие, можете да пожертвате екстремистките възгледи на вашата позиция и да признаете, че нищо не е само черно и бяло.

ЗЛАТЕН МОСТ

Важно е да не позволявате на учениците си на всяка цена да загубят лицето и достойнството си. Покажете им, че не е лошо да променят убежденията и мнението си и че е естествено да се учат и развиват.

НЕ ГИ ПРИТИСКАЙТЕ

Промяната на убежденията отнема много време и усилия, затова не насилвайте никого. Можете само да осигурите навигация и помощ, но окончателното решение трябва да бъде взето от самите ученици.

ОПРЕДЕЛЕТЕ ЛИДЕР

Бъдете честни със себе си. Трябва да приемете, че всички сме податливи на когнитивни пристрастия и всички правим грешки, които са естествени за нашия мозък. Признайте пред себе си колко е трудно да променим това, в което вярваме или искаме да вярваме. Ние сме на една и съща лодка, само степената ни на откритост е различна. Единственото, което може да ни спаси в тези мътни води е съпричастността и осъзнаването на нашата уязвимост. Обяснете какво ви е накарало да формирате мнението си и че сте готови да промените собствените си убеждения.

Как да разберете дали е фалшива една новина

Не забравяйте да отбележите, че няма гарантирана рецепта за разпознаване на дезинформация във всички случаи. Ситуацията се променя много бързо и с помощта на технологиите дезинформаторите намират нови начини за маскиране на дезинформацията. Темите също се променят, тъй като отразяват актуални проблеми, които предизвикват обществени дебати. Ако беше лесно на проверяващите факти нямаше да им отнема часове, за да ги проверяват и дезинформацията нямаше да е толкова широко разпространена и ефективна. Все пак се наблюдават няколко основни съвета как да различим качествените от фалшивите новини.

ИСТИНСКИ НОВИНИ	ФАЛШИВИ НОВИНИ
Новините трябва да отразяват факти, които открити от свидетели. Репортерът не трябва да прави оценки, коментари или спекулации. Ако става въпрос за репортаж, насочен към анализ или оценка на факти, първо трябва да бъдат представени ВСИЧКИ факти, а не само една гледна точка.	Оценки, коментари, разсъждения, само една гледна точка.
Позволява ни сами да си съставим мнение.	Налага ни се мнение.
Името на автора присъства.	Анонимно (никой не иска да носи отговорност).
Източниците са посочени и могат да бъдат проследени.	Не са посочени източници или те са фалшиви.
С информацията боравят и други медии.	Няма други медии, които да се занимават с информацията.
Текстът е неутрален, информативен и съдържа подходящи аргументи.	Текстът включва етикети, обидни изрази, слаби аргументи или изобщо липсват такива и той е убедителен.
Представя рационални аргументи.	Предизвиква силни емоции.
Снимките са в правилния контекст и авторът е споменат.	Снимките са редактирани в неправилен контекст и произходът им е съмнителен.
Не поражда задължения за получателя.	Призив КЪМ действие.

5 ВЪПРОСА за оценка на медийното съдържание



Най-голямата неправителствена организация за защита на човешките права в Република Чехия - "Човек в нужда", застъпници и лидери на медийната грамотност в началните и средните училища, създаде практически инструментай (JSNS, 2018), който адаптирахме за целите на настоящото ръководство. За да оцените едно медийно съдържание, трябва да разгледате **5 основни въпроса:**

КАК?

Как посланието привлича внимание? Какъв е **езикът** и **аудиовизуалната форма**? Какви **емоции** предизвиква то?

Фокусирайте се върху кликове и снимки и използваните видеоклипове. Езикът на дезинформацията е емоционален, осъдителен и авторът говори директно на читателя.

НА КОГО?

Коя е **целевата аудитория** и как посланието да достигне до нея? Как се споделя? Как може да повлияе на мненията, нагласите и поведението на получателите?

Дезинформацията е насочена към конкретна аудитория. Съдържанието и формата са съобразени точно с нейните особености, които се определят от събирането на данни и алгоритмите.

КОЙ?

Кой е **авторът**? Можете ли да намерите някаква информация за него? Кой разрешава публикацията?

Специализация на автора (маркетинг, журналистика...) и отговорното лице за публикуването на медията може да ни помогне да определим контекста на информацията и възможните причини, поради които тя е била публикувана. Ако авторът крие самоличността си, трябва да бъдем предпазливи относно нейното съдържание.

КАКВО?

Какво е **съдържанието** на информацията и какви **мнения** и **ценности** се съдържат в нея? Липсват ли други **гледни точки**? Посочени ли са **източниците** и могат ли да бъдат проверени?

Целта на съобщението трябва да бъде очевидна и отделена. Дали това е новина, коментар или платена реклама? Винаги трябва да се посочват източниците, тъй като читателят може да провери тяхната достоверност. В противен случай всеки може да изфабрикува всичко.

ЗАЩО?

Защо е създадено съобщението? Кой има **полза** или **печалба** от него?

Причината, поради която е създадена информацията, помага да се разберат мотивите и намеренията на автора. Ползите могат да бъдат различни: рекламен трик, търговска печалба, овластяване, образование и т.н.

Няколко бележки относно съдържанието на примери за дезинформация



Бъдете отворени към нуждите на учениците си. Помолете ги да ви изпратят/да донесат в клас примери за дезинформация, на които са попаднали в интернет, или информация/пост, която биха искали да проверят. Това укрепва отношенията с учениците и показва, че основното ви намерение е да им помогнете да се ориентират в интернет джунглата.

Въпреки че е изкушаващо, опитайте се да избягвате примери за дезинформация, които се отнасят до актуални № 1 спорни политически въпроси, натоварени с бурни емоции. Винаги трябва да сте готови да работите с ученици с различни мнения и убеждения, но ако например смятате, че някои политически въпроси могат да внесат нежелана атмосфера, опитайте се да изберете примери от различни теми. Препоръчително е да включите примери за фалшива реклама, тъй като възрастните хора могат да бъдат чувствителни към нея.

От друга страна, мотивацията и разработването се оказват по-високи, в случаите когато информацията е **лично свързана** с аудиторията и по някакъв начин се отнася до идентичността на нейните членове. Хората ще са по-склонни да обсъждат информация, обвързана със сигурността на семейството им, отколкото с политическите тенденции на друг континент. Следователно изборът ви на теми трябва да бъде **добре балансиран, мотивиращ, но не и предизвикващ неприятни емоции**. Можете да опитате да започнете с рекламна дезинформация, която обикновено не е свързана с никакви убеждения или мнения и при която се използват техниките на

манипулиране могат да бъдат по-очевидни. И едва по-късно да приложите същите принципи към други обекти на дезинформация. В учебните планове във втората част на настоящето ръководство ще използваме някои общи примери на английски език, но от преподавателите се очаква да подготвят свои собствени примери за дезинформация на **родния език на участниците** и с оглед на културната среда на страната и някои други характеристики на групите.

Уверете се, че учениците разбират, че не сте тук, за да им казвате коя информация е правилна и коя не. Вие сте тук, за да предадете знания относно техниките и инструментите, които използват дезинформаторите. По същата причина останете обективни и избягвайте да изразявате личните си убеждения и наклонности. От друга страна, останете човечни и признайте, че е истинско предизвикателство да се справиш с изобретателността и хитростта на дезинформаторите и че вашите ученици заслужават поощрение за смелостта си да се изправят срещу дезинформацията.

ОЦЕНКА



За **проверка** на придобитите знания, но и за други дейности, можете да използвате **онлайн платформите за тестване**. Проверката на разбирането под формата на игра с викторини не е толкова стресираща, колкото тестовете и обикновено мотивира учениците малки или големи да учат чрез игра. В платформи като **Join a Quizizz** или **Kahoot** можете лесно да подготвите свой собствен тест или да изберете от базата данни с викторини по различни теми и на различни езици включително фалшиви новини и дезинформация.

За да проверите фактологичните знания, уменията за проверка на фактите, идентифицирането на манипулативни стратегии и уменията за ефективно използване на цифрови устройства, можете да дадете на

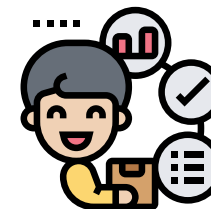
вашите ученици много сходни или идентични входни и финални тестове и да измерите напредъка им.

Друг метод, който помага на учениците да структурират знанията и уменията си и дава възможност на преподавателя за проверка на разбирането се нарича **3-2-1**. В края на урока от участниците се иска да запишат:

- **Три неща, които са научили от този урок или от този текст.**
- **Два въпроса, които все още възникват.**
- **Един аспект от урока или от текста, който им е харесал.**

Използвайте отговорите на учениците, за да насочите вниманието относно решенията за преподаване. Отговорите на 3-2-1 могат да ви помогнат да определите области от учебната програма, които може да се наложи да разгледате още веднъж или пък понятия или дейности, които представляват специален интерес за учениците.

Споделянето на отговорите 3-2-1 е също така ефективен начин за **предизвикване на дискусия в класа или за преглед на материала от предишния урок**. (Facing history and ourselves, 2014 г.)





УЧЕБНИ ПЛАНОВЕ И СЪВЕТИ ЗА ПРЕПОДАВАНЕ

Учебни планове и съвети за преподаване

Следващата част на ръководството съдържа няколко съвета относно учебния план по най-важните теми, които могат да бъдат вдъхновение за вашите курсове. В процеса на преподаване на урока има налични **връзки към теоретичната част на ръководството**, за да се подпомогне абстрактното осмисляне. Редът на уроците е следният препоръчителен, но може да се адаптира към вашите нужди. Уроците са индивидуални, така че можете да изберете само отделни части.

След обучението участниците трябва да могат да:



- да разбират и обясняват основните термини, използвани в контекста на дезинформацията и фалшивите новини.
- да разбират защо негативните разкази се използват в дезинформацията
- да разбират как стереотипите и предубеждението относно потвърждение влияят върху решенията ни.
- разпознават кога стереотипите и предубедеността за потвърждение се използват от дезинформаторите
- разбират основите на проверката на информацията
- да разбират целите на дезинформацията и използваните техники.
- да прилагат знанията си по повод на независима проверка на информацията
- да разбират последиците от споделянето на невярна информация за обществото и себе си
- да проверяват снимка или видеоклип онлайн
- разпознат снимка/видеоклип, изобразяващ друго събитие, време и място (в неправилен контекст)
- да разбират как може да се редактира снимка.
- да правят разлика между мнение и факт, използвани при отразяване на новини в медиите
- да разбират каква е ролята на фактите и мненията в една функционираща демокрация
- да оценяват надеждността на медиите
- да разбират функционирането на безплатните социални сайтове
- да бъдат наясно със съществуването на фалшиви акаунти в социалните сайтове - тролове и ботове
- да осъзнават опасностите, които могат да представляват социалните сайтове
- да разбират как алгоритмите влияят на това, което виждаме онлайн
- да осъзнават същността на верижното писмена кореспонденция
- да разбират как да реагират на верижна поща и дезинформация.
- да развиват допълнително критично мислене и аналитични умения за оценка на медийно съдържание

ДЕЗИНФОРМАЦИЯ: ОСНОВНИ ТЕРМИНИ

ВРЕМЕ: Препоръчителното време е приблизително. То зависи от темпото на работа на участниците и от използваните в уроците материали/ примери за дезинформация. Целта не е да се работи възможно най-бързо, а да се създаде мотивираща работна среда.

НЕОБХОДИМА ПОДГОТОВКА НА УЧИТЕЛЯ/МАТЕРИАЛИ: Очаква се в часовете си да използвате електронни устройства (таблети, лаптопи, мобилни телефони и др.), така че материалите, които ще споделяте с участниците, вече ще бъдат изтеглени на устройствата или можете да се споразумеете относно форма на разпространение на материалите.

ПРИМЕРИ ЗА ДЕЗИНФОРМАЦИЯ: Очаква се да използвате материали на собствения си език и да ги разпространявате във вашата страна. Ръководството е създадено за всички партньори по проекта, затова съдържа само общи примери на английски език. Адаптирайте го в съответствие с вашите нужди.

Примери на английски език по различни теми - от пандемия до политика - можете да намерите например на [страницата Demagog](#)

**ТЕМА: ЗАПОЗНАВАНЕ СЪС
СВЕТА НА ДЕЗИНФОРМАЦИЯТА
- ОСНОВНИ ТЕРМИНИ**

ЦЕЛИ НА ОБУЧЕНИЕТО:

Да се представи темата за дезинформацията по забавен начин.

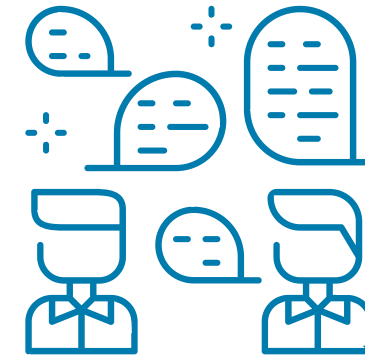
Да се създаде приятна мотивираща среда, в която придобиването на нови знания е забавно. Да бъдат разбрани и обяснени основните термини, използвани в контекста на дезинформацията и фалшивите новини. (Преподавател: Да провери текущите знания и нагласи по отношение на дезинформацията)

ОБОСНОВКА:

Целта на урока не е да накара възрастните да научат термините наизуст. Важно е обаче те да разбират значението им и да могат да ги съпоставят с примери. Препоръчително е участниците да запазят списъка с термини като лична справка и да го използват винаги, когато е необходимо.

ВРЕМЕТРАЕНЕ:

45 – 60 min. в зависимост от дискусията



НЕОБХОДИМА ПОДГОТОВКА НА ПРЕПОДАВАТЕЛЯ/ МАТЕРИАЛИ:

разпечатана кръстословица за дезинформацията - използвайте някой от удобните онлайн генератори на кръстословици (напр. <https://crosswordlabs.com>), примери от реалния живот, демонстриращи термините, които могат да се прожектират на екран, табелки с имена, канцеларски материали



Водеща информация

Фронтална

- Посрещнете аудиторията си в бързо променящия се свят на технологиите и медиите. Уверете ги, че с неговото темпо определено не е срамно да не сте в крак с всички промени. Въпреки това има някои принципи които ще им помогнат да не се изгубят в огромния наплив от информация и да ограничат негативния ефект на дезинформацията.

- Предложете им да преминат през най-важните термини в областта на дезинформация и да разберат какво означават.

- Ако участниците не се познават помежду си, използвайте табелки с имена, докато те (и вие) запомните имената.

Изложение / опит

Групи

- Разделете участниците на групи.

- Предоставете на всеки по една кръстословица.

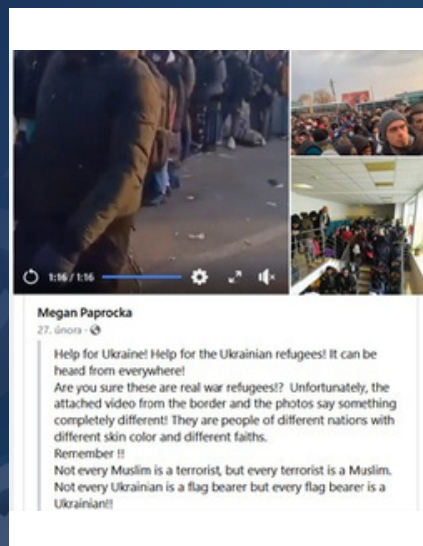
- Дайте им възможност да я прочетат и решат първо индивидуално, а след това да я проверят и обсъдят заедно в групите.

- Наблюдавайте дейността и помагайте, ако е необходимо.

Рефлексивно
наблюдение
+
Абстрактна
концептуализация

Клас /
фронтален

- Потърсете отговорите от участниците и ги проверете заедно.
- Използвайте дъска и поставете термините в мисловна карта за по-добро разбиране и по-ефективно запомняне.
- Проверете заедно резултатите и предизвикайте дискусия за това как учениците ви разбират понятията. Поканете ги да предоставят примери, с които имат опит.
- Препоръчително е да имате предварително подготвена презентация на примери, демонстриращи качествата на всяко понятие. Колкото повече сетива участват, толкова по-добре се запазва информацията. Дискусията може да се развие, ако термините се свържат с примери от реалния живот.

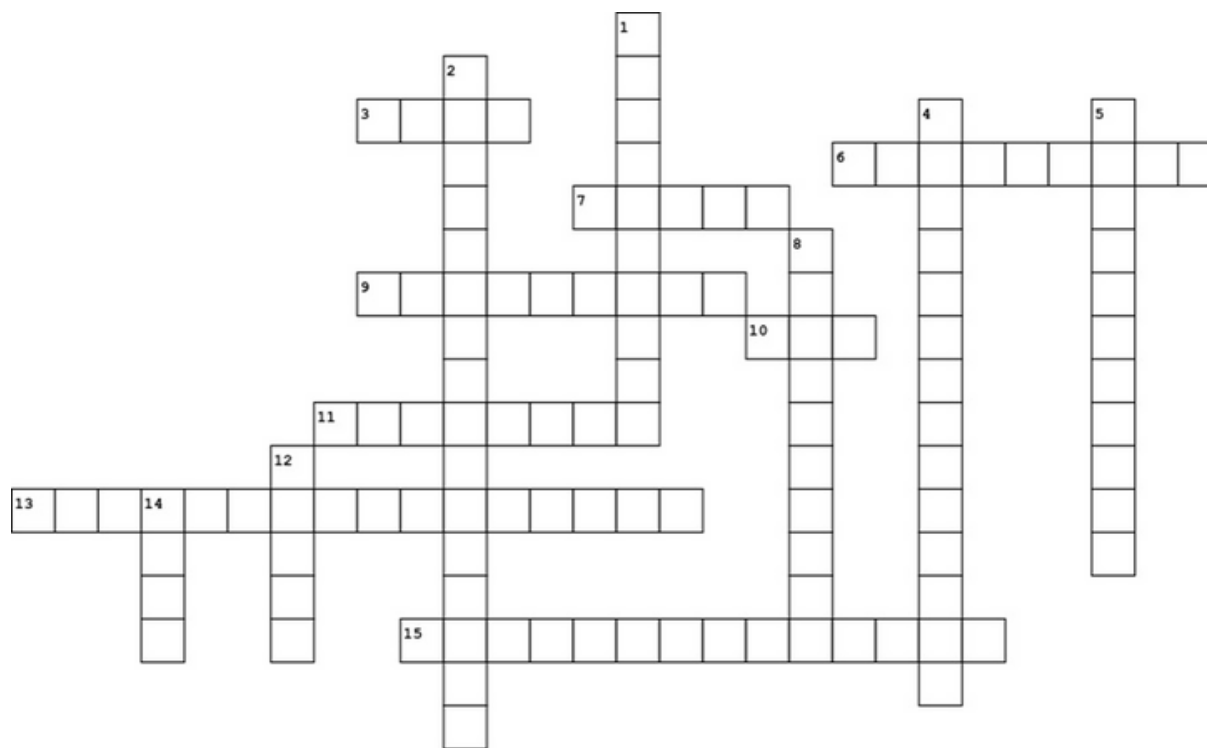


Активно
експериментиране

Групи /
фронтален

- Разпределете участниците по групи и дайте на всяка група набор от примери за дезинформация (кликве, спам, фалшиви новини, фалшива реклама, публикации на тролове в социални сайтове и т.н.).
- Нека запишат **характеристиките на примерите** и да ги назоват заедно.
- Проверете разбирането им. Не питайте "Разбирате ли темата?". а използвайте **конкретни въпроси** за проверка относно разбирането на съдържанието на дадения урок, например: "Каква е разликата между неразбираема информация и дезинформация?"

Пример за
кръстословица на
английски език:



Хоризонтално

3 Пример за дезинформация под формата на алармиращи верижни съобщения, които насърчават читателя да ги изпрати отново или да ги сподели.

6 Сензационно заглавие или част от текст, който предизвиква емоционална реакция, понякога придружен от провокираща или вълнуваща снимка/видео. То има за цел да привлече вниманието и да насърчи хората да кликнат върху връзки към определени уебсайтове, които често включват реклама.

.7 Групи от хора, които се появиха в киберпространството като реакция на дейността и въздействието на троловете. Те проверяват фактите и се борят с дезинформантата вече информация чрез развенчаването ѝ. За разлика от фермите за тролове, тяхната дейност не е платена.

9 Масово препращано електронно писмо, чието съдържание обикновено се състои от дезинформация, мистификации, пропаганда или търговски оферти и призив за препращане на електронното писмо по-нататък. Те могат да включват прикачени файлове с опасни компютърни кодове (вирус, троянски кон) и с електронните адреси на получателите може да се злоупотребява.

10 Компютърна програма, която автоматично създава фалшиви профили в социалните сайтове и може да бъде програмирана да разпространява и споделя самостоятелно и коментари.

11 Нов термин за вид дезинформация, която имитира съдържанието на новинарските медии. Тя частично се основава на достоверна информация, така че изглежда достоверна, но тонът е по-скоро сензационен.

13 Теория, която обяснява дадено събитие или съвкупност от обстоятелства като резултат от таен заговор, организиран от елитни органи като правителство, тайни служби или икономически групи.

15 Дезинформация, създадена и споделена с цел умишлено да заблуди читателя/ слушателя и има за цел манипулиране или объркване на общественото мнение.

Вертикално

1. Организирани групи, чиято основна задача е да произвеждат огромно количество дезинформация и да претоварват кибернетичното пространство. В една известна агенция "Главсет" в Санкт Петербург например работят повече от 1000 блогъри на пълен работен ден, които се занимават с редица фалшиви акаунти във Facebook и Twitter.

2. Всяка реклама или промоция, която представя в невярна светлина естеството, характеристиките, качествата или географския произход на стоки, услуги или търговски дейности. Подвеждащата или фалшивата реклама може да накара потребителите да закупят продукти, които в действителност са фалшиви, дефектни или дори опасни.

4. Невярна информация, споделена без намерение за заблуда. Типични примери са градските легенди - фолклорни хумористични или ужасяващи истории, които са се случили "на приятел на приятел".

Намерението е да се сподели вълнуваща история със стремеж да се привлече вниманието, а не да се заблуди и манипулира читателят/слушателят.

5. Лице, чиято работа е да проверява фактичката информация особено при нещо, което се публикува.

8. Разпространяване на информация с цел умишлено формиране на обществени идеи, нагласи и поведение, така че реакциите да са в съответствие с нечи намерения и потребности.

12. Човек, който участва в онлайн дискусии и разпалва спорове, провокира и обижда другите участници в дискусиата, отклонява се от темата и подхранва цинизма и недоверието към всичко. Като цяло целите им са да манипулират общественото мнение и да настройват населението един срещу друг. Някои от тях го правят за забавление, на други им се плаща за тази дейност.

14. Непоискани съобщения, обикновено електронна поща, които се разпространяват масово в интернет. Първоначално са били търговски, а сега могат да включват всякакъв вид манипулативно съдържание.

СЪВЕТИ

- Ако анализът на потребностите показва, че познанията по въпроса са много ниски, помислете първо да въведете и обсъдите примери и след това да преминете към задачата с кръстословица. Причината е, че за някои участници може да е разочароващо да се сблъскат с толкова много нови термини едновременно.

В зависимост от нивото на познания на участниците, предоставете кръстословицата **С** или **БЕЗ подсказка = списък с термини**, от които да избират. С целевата група 55+ препоръчваме да я включите в задачата за полесна ориентация.

Подчертайте концепцията за намерението като разликата между неразбрана информация и дезинформация.

- Напомнете на учениците, че определено не е необходимо да помнят термините и определенията наизуст. Напротив, списъкът трябва да служи като **справка**, към която учениците да се връщат в процеса на обучението. Насърчете ги да вземат списъка вкъщи, за да могат да го използват като речник, когато е необходимо.



ПОЛОЖИТЕЛНИ РАЗКАЗИ

**ТЕМА: ИЗГРАЖДАНЕ НА ДОБРА
ВРЪЗКА, ДОВЕРИЕ И МОТИВИРАНЕ
НА УЧЕНИЦИТЕ ДА СЕ БОРЯТ С
НЕГАТИВНИТЕ РАЗКАЗИ**

ЦЕЛИ НА ОБУЧЕНИЕТО:

Да мотивирате участниците да се присъединят към вас и да действат в името на обща цел.

Да разберете защо негативните разкази се използват в дезинформацията.

ОБОСНОВКА:

Планът на урока е вдъхновен от публичното разказване - практика за развитие на лидерството, разработена от Маршал Ганц. (Наративни изкуства, 2021 г.) Социалният аспект на урока е очевиден: за съжаление, понякога дори липсата на комуникация може да доведе възрастните до склонност към дезинформация.

Групата намира общ положителен разказ и разбира как той може да се използва за борба с дезинформацията, която обикновено съдържа отрицателни разкази.

ВРЕМЕ:

90 мин (+ 30 мин) - може да се раздели

НЕОБХОДИМА ПОДГОТОВКА НА ПРЕПОДАВАТЕЛЯ/МАТЕРИАЛИ:

флипчарт/екран, предварително подготвена тема за дейност: "спорно" събитие или ситуация в историята, които са били използвани неправомерно за разпространение на дезинформация (напр. произходът на COVID-19, 5G мрежата и т.н.)

Водещ

Групи / клас

СЪВЕТИ:

- Можете да използвате този урок в началото, както и по време на целия курс. Основно предимство на използването му като начална дейност е **изграждането на връзка и мотивация** докато по-късно или в края на курса, след придобиване на определени знания за дезинформацията, тя дава на участниците повече шансове да осъзнаят въздействието на дезинформацията върху нашето поведение.

- В зависимост от броя на участниците предизвикайте дискусия в малки групи или като цял клас.
 - o Какво е теория на конспирацията?
 - o Знаете ли някакви примери?
 - o Защо смятате, че теориите на конспирацията могат да станат успешни? Какви техники използват конспираторите?
- Обсъдете заедно. Трябва да стигнете до темата за негативни и позитивни разкази.

Конкретен

ОПИТ

- Ако смятате, че учениците ви все още се срамуват да говорят в клас, започнете с по-малки групи и след това обсъждайте заедно.

САМОСТОЯТЕЛНА ИСТОРИЯ

- Седнете в кръг и дайте на участниците минута да помислят върху един въпрос:
- *"Защо вие лично сте тук?" (В друг контекст, а не по време на клас можете да попитате: "Защо бяхте призовани към това, към което сте извикани?"*
- Всеки има история, която да разкаже и преживяване, което го е довело до тази кауза.
- Важно е да се научите да изслушвате другите, техните истории и това упражнение приканва слушателите да се свържат с разказвача.
- Препоръчително е да запишете отговорите за следващите стъпки.

НАШАТА ИСТОРИЯ

- Във втората част създавате колективна история, която може да се опише и като *"споделени цели, задачи и виждания"*.
- *Нека участниците да определят колективната история заедно: "Защо сме тук?"*

Клас

ИСТОРИЯТА НА НАСТОЯЩЕТО

- По думите на Ганц този етап трябва да определи **предизвикателството**, пред което е изправена тази общност, изборите, които трябва да направи, и надеждата, към която можем да се стремим. (Разказвателни изкуства, 2021 г.)
- Този разказ трябва да отразява предходните етапи, включително ценности
- Можете също така да насочите дебата към ценностите които те искат да следват. Най-вероятно ще получател в отговор положителните (сигурност, свобода, мир и др. - основни човешки потребности)
- Тази стъпка създава **усещане за общност** важно за изграждането на **доверие**.

СВЪРЗВАНЕ НА ИСТОРИИТЕ

- Последният етап от дейността е свързването на историите.
- Сега всеки човек ще има своя положителна история, която да разкаже, включваща **уникална лична история**, както и **историята на общността**.
- **Общественият ви разказ** може да се променя през времето, например в зависимост от предизвикателствата, пред които е изправена вашата общност - това процес е полезен, тъй като целта не е да се създаде окончателен сценарий, а по-скоро да се научи **процеса**. След това можете да създадете разкази отново и отново в зависимост от вашите собствени нужди.

Рефлексивно наблюдение

Клас

- Рефлектиране и обсъждане на случващото се в предишната дейност.

Насърчете участниците да изразят как са се чувствали в отделните етапи.

Абстрактна концептуализация

Клас

- Отново се връщаме към темата за негативните и позитивните разкази. Въз основа на опита от този урок участниците трябва да са наясно с ползите, които разказите внасят в живота ни и с това как дезинформаторите и конспираторите могат да се възползват от тази тенденция.

**Активно
експериментиране**

**Групи/
клас**

- Намерете "спорно" събитие или ситуация в историята, която е била използвана за разпространение на дезинформация (напр. произходът на COVID-19, 5G мрежата и др.)
- Участниците ще имат за задача да прегледат интернет и да намерят **статия, съобщаваща новината**.
- Едната група (групи) ще се съсредоточи върху намирането на статия, основана на положителни разкази, а другата група (групи) ще се съсредоточи върху новини, използващи отрицателни разкази.
- Когато приключат, нека представят статиите.
- Сравнете и съпоставете резултатите заедно. Обсъдете как това, което четем може да повлияе на поведението ни

**Активно
експериментиране
(дейност 2 - по
избор)**

**Групи /
Индивидуално
(задава се като
домашна работа)**

- Можете да завършите урока си с творческа и забавна задача, но тъй като тя може да е предизвикателство за участниците, уверете се, че те разбират целта на дейността.
- Както и в предишния етап, разделете учениците на групи които отговарят за положителни или отрицателни разкази.
- Задайте една тема, напр. **КАЦАНЕ НА ЛУНАТА**
Инструктирайте групите да напишат **кратка статия** - едната група използва отрицателни разкази, а другата група - положителни разкази. (Ако смятате, че писането ще бъде твърде трудно за учениците, можете да ги инструктирате просто да анализират статии по темата и да подготвят аргументи дали се използват положителни или отрицателни разкази, както направиха те в урока.)
Четете, обсъждайте и се забавлявайте.

СТЕРЕОТИПИ И ПРИСТРАСТИЕ КЪМ ПОТВЪРЖДЕНИЕ

ТЕМА: ЧОВЕШКА ПОДАТЛИВОСТ КЪМ ВЗЕМАНЕ НА РЕШЕНИЯ ВЪЗ ОСНОВА НА СТЕРЕОТИПИ И ПРИСТРАСТЯВАНЕ КЪМ ПОТВЪРЖДЕНИЕ

ЦЕЛИ НА ОБУЧЕНИЕТО:

Да разберат как стереотипите и пристрастията влияят на нашите решения. Да могат да разпознават кога стереотипите и предубеждението към потвърждение се използват от дезинформаторите. Да развият допълнително критично мислене и аналитични умения за оценка на медийното съдържание.

ОБОСНОВКА:

Вземането на нашите решения се влияе от много фактори. Стереотипите и пристрастното потвърждение, които обикновено ни помагат да се ориентираме в сложния свят, често се използват от дезинформаторите, защото те знаят как работи мозъкът ни.

Урокът има за цел да покаже, че не е лесно да се избегне влиянието на стереотипите и предубедеността към потвърждение, но осъзнаването на това явление помага да се ограничат негативните му последици.

ВРЕМЕ:

90 мин.

НЕОБХОДИМА ПОДГОТОВКА НА ОБУЧИТЕЛЯ/МАТЕРИАЛИ:

скрийншоти/статии видеоклипове за дезинформация
използване на стереотипи, екран/табло/филм

Въвеждане



Фронтален / клас

- Проведете дискусия за стереотипите. *Какво представляват стереотипите? За какво служат те? Добри или лоши са те? По какъв начин могат да бъдат вредни?*
- Като пример можете да създадете мисловна карта и стереотипи за дадена нация, например за чехите.

Конкретен
опит /
Рефлексивн
о
наблюдение

Групи

- Разпределете някои примери/скрийншотове/видеоклипове за стереотипи в дезинформацията, напр. за имигрантите в Европа, както в опроверганата новина по-долу. Можете да използвате един пример (по-лесно) или всяка група може да работи върху различен пример.

- Дайте им указания да анализират статията и да намерят примери когато стереотипите са били използвани за **насаждане на омраза**.



Source: EU vs. Disinfo, Demagog

In Sweden, Swedish women have no protection from sexual assault by men of colour. Raping Swedish women is becoming a right for men of colour. Swedish women are afraid to report rapes because they might be accused of hate crimes by the police just because they denounced sexual assault by a man of colour.

The Swedes are such sheep that they reelect governments that favor immigrant invaders over ethnic Swedes.

Рефлексивен
Абстрактен
концептуализация

Фронтален /
клас

- Извлечете изводите от групите.
- Обсъдете използването на **стереотипи в дезинформацията** и се опитайте да откриете още примери, с които участниците са се сблъскали.
- Обяснете, че стереотипите се подсилват наред с други неща, чрез пристрастие към потвърждение. В следващата част на урока участниците ще научат какво представлява тя и как е свързана с проблема.

Изложение /
Конкретен опит

Фронтален /
групи

- Разделете учениците на групи или работете всички заедно. Започнете с **малка игра/пъзел за решаване на проблеми**. Кажете на участниците да попълнят последователността от числа и да познаят правилото, на което се подчинява последователността:

2	4	8	?	?	?
---	---	---	---	---	---

Дайте им една минута, за да обмислят отговора в групи или самостоятелно.

- Потърсете отговорите. Първо попитайте за числата. Потвърдете като кажете ДА или отхвърлите с НЕ. В повечето случаи отговорът ще бъде потвърждаващ. Второ, попитайте за правилото (кажете им да внимават с отговора) - и отново потвърдете или отхвърлете.
- Вашето правило е изключително лесно: *Всяко число трябва да е по-голямо от предходното преди него*. Повечето възрастни, обучени от опита си ще измислят труден отговор: *Всяко число е два пъти по-голямо от предишното*. И тогава те правят класически **психологическа грешка**. Те не очакват да чуят отговора "не". Понякога реакциите могат да бъдат **емоционални**.
- Оставете ги да гадаят докато някой отгатне правилото или класът се откаже.
- За англоговорящите пъзелът е достъпен и онлайн тук. www.nytimes.com Можете също така да предложите (може би като домашна работа) да опитате тестовете на **Махзарин Банаджи**, ако те са достъпни на вашия език (**онлайн тук: www.millisecond.com**). Те са широко признати тестове за имплицитни асоциации, или IAT, които помагат да се посочи "отпечатъкът на палеца на културата върху мозъка ни."

Рефлексивно
наблюдение /
Абстрактна
концептуализаци
я

Клас /
фронтален

Активно
експериментира
не

Групи / клас

- Реакцията след момента, в който отговорът е "не", се нарича **пристрастие към потвърждение**. Хората са по-склонни да повярват на информация, която отговаря на техните вече **съществуващи убеждения** и също така са по-склонни да търсят такава информация. Това показва и как вземаме решения въз основа на предишния си опит. В това упражнение преобладаващото мнозинство от хора се **насочва към потвърждаване на своята теория вместо да се опитва да я опровергае**. Ние вземаме решения под влиянието на нашите вече съществуващи убеждения - confirmation bias. Това не е лошо, но трябва да сме наясно с факта, че съществуват и други гледни точки може би противоречиви.
- Обсъдете процеса на вземане на решения с целия клас. Обяснете какво се е случило по време на решаването на пъзела и как работи предубеждението за потвърждение.
- Провокирайте дискусия за посланието, което трябва да извлечем от това знание: Когато искаме да проверим дадена теория, не можем да търсим само примери, които я доказват. Дори да смятаме, че сме прави трябва да сме сигурни, че задаваме въпроси, които действително могат да доведат до отговор "не". Все пак ние сме само хора.
- Ако знаете, че темата за **COVID-19**/ваксинацията няма да разтревожи хората в класа, използвайте я като пример и посочете как дезинформацията се подхранва от двете враждуващи страни, докато всяка се стреми да защити позицията си, като се съсредоточава само върху избора на подкрепящи аргументи.

- **Разделете** участниците на групи и раздайте статии/постове които умишлено използват стереотипи. Инструктирайте ги да търсят примери за **създаване на стереотипи**.
- Помолете ги да опишат какъв тип читател би бил склонен да кликне върху тази статия и да повярва на нейното съдържание.
- Обсъдете заедно.

МНЕНИЕ СРЕЩУ ФАКТ

ТЕМА: СЛИВАНЕ НА МНЕНИЕ С
ФАКТ КАТО МЕТОД ЗА
МАНИПУЛИРАНЕ НА НОВИНИ

ЦЕЛИ НА ОБУЧЕНИЕТО:

Да се прави разлика между мнение и факт, използвани в медийното отразяване на новини

Да се развие допълнително критично мислене и анализационни умения за оценка на медийното съдържание.

Да се разбере каква е ролята на фактите и мненията в една функционираща демокрация.

ОБОСНОВКА:

Обществеността често бърка мненията с факти и дезинформаторите се възползват от тази ситуация. В демократичното общество никой не може да бъде наказван за своето мнение и убеждения благодарение на свободата на словото. Но когато дезинформацията умишлено представя мнението/изкривената реалност за факти и публиката я възприема по този начин, трябва да я разбираме като форма на манипулация. В този урок участниците ще се упражняват да разграничават между мнения и факти в медийното съдържание.

ВРЕМЕ:

60 мин.

НЕОБХОДИМА ПОДГОТОВКА НА

ОБУЧИТЕЛЯ/МАТЕРИАЛИ:

примери за мнения и факти

Въвеждане



64

Фронтален/ клас

- Насърчете дискусия по тези теми:
 - о Какво представлява журналистиката?
 - Има ли място в журналистиката
- отделните мнения? _____
- Посочете разликата между новините, репортажите и мненията.

Конкретен опит

Групи



- Разпределяне на смесени примери за мнения и факти в групите като например:

Хората се нуждаят от кислород, за да оцелеят. X Кислородът е най-важният елемент.

Столицата на Италия е Рим. X Рим е най-хубавият град в Италия.

Хората отглеждат котки като домашни любимци. X Котките са най-добрите домашни любимци.

Новогодишната нощ е на 31 декември. X Новогодишната нощ ви дава възможност да промените живота си.

През 2021 г. 95 % от младите хора в ЕС използват ежедневно интернет. X Тийнейджърите използват интернет, за да си губят времето в социалните мрежи.

Законната възраст за консумация на алкохол е 18 години. X Законната възраст за консумация на алкохол трябва да бъде намалена на 16 години.

- По-лесният вариант е да предоставите варианти на една и съща тема, както в примерите по-горе. В по-трудния вариант използвайте различни теми.
- Инструктирайте участниците да решат дали дадено твърдение е факт или мнение и защо смятат така.

Рефлексивно
наблюдение /
Абстрактна
концептуализация



Клас



Source: Facebook / Twitter

- Потърсете отговори от групите. Нека те да определят как можем да различим един факт от едно мнение. Ето някои подсказки:

МНЕНИЯ:

- o Употреба на пристрастни думи (най-добър, по-добър, добър, най-лош, лош, безполезен...)
- o Употреба на уточняващи думи (винаги, може би, не трябва, никога...)

ФАКТИ:

- o Могат да бъдат доказани или демонстрирани.
- o Могат да бъдат потвърдени с надеждни документи или свидетели.

- За по-добро разбиране и връзка с журналистиката можете да дадете примери за дезинформационни статии, основани на мнение и новинарски репортажи, **основани на факти и да обсъдите дали се използват отделни факти или мнения.**

Активно
експериментира
не

Две групи

- Поканете участниците да изиграят една малка игра, наречена "Репортери и коментатори". Разделете ги на две групи.
- Насърчете ги да напишат кратка статия за своя вестник, като използват същите подсказки, но репортерите ще създадат новинарски репортаж, а коментаторите - статия с мнение. Разбира се, участниците могат да си набавят информация от интернет.
- Задайте една тема например **КАКВО ПРЕДСТАВЛЯВАТ КЕМТРЕИЛС.**
- Насърчете двете групи да прочетат своите статии на глас. Обсъдете



СЪВЕТИ

Урокът е и чудесно начало за точка на дискусия за свободата на словото.

o Свободни ли сме да казваме каквото и да било за когото и да било, дори да е само наше мнение?

o Има ли някакви ограничения на свободата на словото в едно демократично общество?



ЦЕЛИ И ТЕХНИКИ ЗА ДЕЗИНФОРМАЦИЯ

ТЕМА: ИДЕНТИФИЦИРАНЕ НА ЦЕЛИТЕ И ТЕХНИКИТЕ ЗА ДЕЗИНФОРМАЦИЯ В МЕДИЙНОТО СЪДЪРЖАНИЕ

ЦЕЛИ НА ОБУЧЕНИЕТО:

Да се разберат основите на проверката на информацията

Да се разберат целите на дезинформацията и използваните техники

Да се упражняват уменията, необходими за независима и критична оценка на медийното съдържание, да разберат последиците от споделянето на невярна информация за обществото и за самите тях

ОБОСНОВКА:

Особено по-възрастните хора, свикнали с определено ниво на морал в обществото, често спорят: "Защо да го правят? Защо ще лъжат?" Ето защо ние смятаме, че е важно да проведем дискусия за възможните мотиви и цели, които дезинформаторите могат да имат.

Медийното съдържание може да бъде манипулирано по толкова много начини, че е невъзможно техниките да бъдат обобщени в един принцип. Въпреки че това може да звучи като трудно предизвикателство за вашите ученици, важно е да ги успокоите, като им предложите начин да се съсредоточат върху техниките поотделно с използването на кратък наръчник.

ВРЕМЕ:

90 - 120 мин + 30 мин допълнителна задача

ПОДГОТОВКА НА ОБУЧАВАЩИЯ/

НЕОБХОДИМИ МАТЕРИАЛИ: статии/филми, в които участниците ще могат да идентифицират различни техники за дезинформация, обобщение на целите и техниките

(включени в наръчника - връзки в учебния план)

СЪВЕТИ

Посъветвайте участниците да използват **наръчника с 5 въпроса** докато се почувстват достатъчно уверени да оценяват съдържанието без неговите подсказки.

Водеща информация

- Проведете дискусия за **мотивите и целите**, които могат да доведат до създаването на фалшиви дезинформация и фалшиви новини като цяло.

- Дайте примери и избройте възможните причини в нагледна форма.

- Обяснете защо проверката на информацията може да бъде трудна работа и обсъдете професията на **проверяващ на факти**.

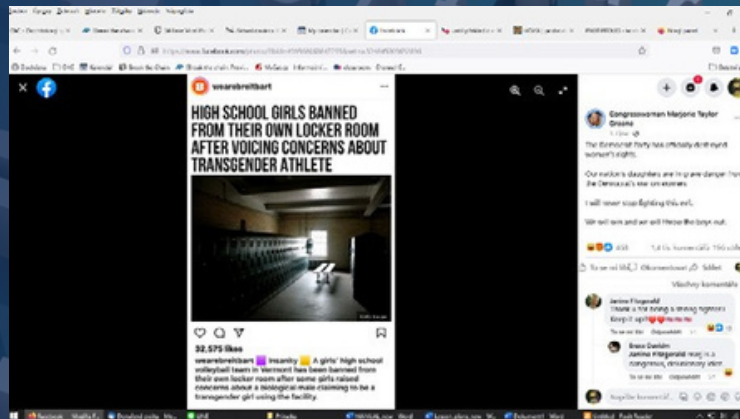
- Представете инструментите, които участниците могат да използват за проверка на информацията. Насочете ги към обобщението на **5 въпроса** от наръчника.

Фронтален / клас

Конкретен опит

Групи

- Разпространение на примери за дезинформационно медийно съдържание по групи.
 - Инструктирайте групите да търсят подозрителни техники, които могат да сигнализират за **манипулативно съдържание**.
 - Насърчете ги да проверят информацията от други **източници** в Google maps и т.н. в зависимост от вида на съдържанието.
- При публикациите в социалните медии не забравяйте да обърнете вниманието на участниците към коментарите на този, който е споделил публикацията, особено ако става въпрос за публична личност. Дезинформаторите споделят дезинформация с конкретно намерение, а не просто да информират.



Source: Facebook / Twitter



Рефлексивно

наблюдение

Клас

- **Прожектирайте** примерите, за да могат всички да ги видят и анализират заедно.
- Проверявайте разбирането в процеса на работа и обяснявайте новите понятия.
- Предизвикайте **дискусия**:

Каква би могла да бъде целта на автора на статията според вашето мнение? Защо смятате, че е така?

Абстрактна
концептуализация

Клас

- Представете визуален списък с техники и трикове и ги разгледайте заедно. Ако е необходимо, обяснете и дайте повече примери

70

Активно
експериментира
не

Индивидуален

- Тази задача може да бъде изпълнена в рамките на урока или като домашна работа.
- Инструктирайте участниците **да създадат статия/пост, като използват техники и похвати за дезинформация**. Те могат да предоставят статията си с визуален материал.

Темата може да бъде произволна или можете да зададете такава като например: *Група възрастни*

- *редовно се събират в...* (попълнете името на вашето местоположение).

Смелчаците могат да споделят резултатите си в клас. Обикновено е забавна дейност.

ИЗТОЧНИЦИ

ТЕМА: КРИТЕРИИ ЗА КАЧЕСТВО НА СЕРИОЗНАТА ЖУРНАЛИСТИКА В СРАВНЕНИЕ С НЕДОСТОВЕРНИТЕ ИЗТОЧНИЦИ

ЦЕЛИ НА ОБУЧЕНИЕТО:

Да могат да оценяват надеждността на медиите Да въведат критерии за надеждни източници

ОБОСНОВКА:

Въпреки че това може да е въпрос на убеждения и вярвания, от съществено значение е да обсъдите с учениците темата за достоверността на медиите. В ежедневието си хората обикновено не проверяват всяка отделна информация, а разчитат на определен източник, който смятат за надежден и независим. Въпреки че може да е трудно да се открие, има признаци, които трябва да ни предупредят, че източникът е по-скоро субективен и манипулативен, отколкото обективен и информативен. Този урок помага на възрастните да разпознават разликата. Можете също така да споменете, че защитниците на сериозната, качествена и обективна журналистика в Европа се занимават с въпроса за рейтинга на медиите, който може да послужи като справка за вашите ученици. *(Можете да намерите връзките към националните медийни рейтинги в Приложението)*

ВРЕМЕ:

45 мин.

ПОДГОТОВКА НА ПРЕПОДАВАТЕЛЯ/ МАТЕРИАЛИ

НЕОБХОДИМИ:

връзки към надеждни, както и ненадеждни/пристрастни медии и източници във вашата страна, резюме на критериите за **надеждни източници** (включени в ръководството)

Въвежда
не

Двойки /
класове

СЪВЕТИ:

Ако проявявате интерес, можете да се запознаете със **световния индекс за свобода на печата, изготвен от организацията "Репортери без граници"**, на нейната уебстраница [тук](#):



71

•- Започнете с **дискусия по двойки** (Участниците могат да се сменят по двойки, ако насърчавате взаимоотношенията или искате да получат отговор и да се опознаят помежду си):

o Какви медии/платформи използвате, за да следите новини?

o Какви други медии четете/гледате/слушате?

**Конкретен
опит**

Групи

- Разпространете **връзки към уебстраници/сайтове на медии**, работещи във вашата страна. За по-добро сравнение препоръчваме всяка група да получи по два линка - един към сериозна качествена медия и втори към по-малко сериозни или дори дезинформационни платформи.

- Инструктирайте групите да анализират страниците и да коментират дали смятат медиите за **надеждни и защо**. Работете с концепцията, че нищо не е черно-бяло и макар че надеждните източници не винаги отговарят на ВСИЧКИ критерии, ненадеждните могат да отговарят на някои от тях. От нас зависи да заключим кои характеристики преобладават.

- В случай че знаете, че нивото на уменията е ниско, можете да предоставите участниците с **резюме на критериите за надеждни източници**. За по-предизвикателна задача можете да оставите обобщението за реферата на фаза на концептуализация.

**Рефлексивно
наблюдение**

Групи

- Помолете групите **да осмислят** своя опит и да представят медиите на други групи.

72

**Абстрактна
концептуализация**

**Фронтален /
клас**

- Прегледайте заедно обобщението на критериите за надеждни медии. Използвайте медийните платформи от задачата, за да демонстрирате характеристиките.

- Посочете **разликата** между **традиционните масови медии и социалните медии** - има отделен урок за алгоритмите

ФОТОМОНТАЖ И ФОТОМАНИПУЛАЦИЯ

ТЕМА: ПРОВЕРКА НА СНИМКИ И
ВИДЕОКЛИПОВЕ ОНЛАЙН

ЦЕЛИ НА ОБУЧЕНИЕТО:

Да могат да проверяват снимка или видеоклип онлайн

Да могат да разпознават снимка/видео, които изобразяват друго събитие, време и място (в неправилен контекст)

Да разбират как една снимка може да бъде редактирана

Да се упражняват в учене от типа "връстници обучават връстници" в малки групи

ОБОСНОВКА:

Особено участниците с по-ниско ниво на умения в областта на ИКТ трудно могат да си представят колко мощни инструменти използва технологията за манипулиране на снимки/видео и за фото/видео монтаж. Технологичният напредък и възможността за споделяне на снимки и видеоклипове извън първоначалния им контекст правят всички нас податливи на манипулации. След урока участниците трябва да са наясно с инструментите, които дезинформаторите имат в ръцете си и с начините, по които можем да проверим съдържанието на снимките/видеоклиповете. В плана на урока, тъй като видеоклиповете не са толкова разпространени за дезинформация, работим със снимки, но те винаги могат да бъдат заменени с видеоклипове.

ВРЕМЕ:

60 - 90 мин.

НЕОБХОДИМА ПОДГОТОВКА НА ОБУЧИТЕЛЯ/МАТЕРИАЛИ:

примери за фото/видео монтаж и фото/видео видео манипулация, инсталирана приставка InVid на устройствата за проверка на видеоклипове

Въвеждане / Опит /
Рефлексивно
наблюдение

Клас

- Намерете няколко примера за **фотоманипулация** и ги смесете с **обектива на фотожурналистиката**. Включваме някои предложения по-долу. Хубавите онлайн инструменти включват генериране на фалшиви (несъществуващи) лица - <https://thispersondoesnotexist.com/> или игра, <http://www.whichfaceisreal.com/> в която задачата е да се определи дали лицето е фалшиво или истинско -

- Организирайте сесия за гласуване относно достоверността на фотодокументацията. Екран снимките и/или дайте възможност на участниците да ги прегледат на своите устройства.

- **Гласувайте** - или традиционно, за да получите малко физическо упражнение в час, или ако участниците имат желание да използват технологии, използвайте някои **онлайн инструменти за гласуване**, например **Slido**.

- Проверете отговорите заедно.

- Предизвикайте дискусия защо участниците смятат, че снимките и видеоклиповете могат да бъдат опасни като източник на дезинформация.

- Целта на дейността по разчупване на леда е да се покаже как е невъзможно да се каже дали една снимка е фалшива с просто око, без проверка.

Абстрактна концептуализация

Фронта лен

- Обяснете, че най-лесният начин за проверка на снимка е чрез **Google Image, обратно търсене или TinEye**.
- Използвайте пример, за да инструктирате участниците как да постъпят.
- След като качите снимката в **лентата за търсене на Google**, не забравяйте да споменете бутона "Инструменти", който ви позволява да търсите различни размери версии на снимката.
- TinEye може да намери дори редактирани версии на снимки. Препоръчайте на учениците да използват опцията *Най-голямото изображение*, за да намерят възможната първоначална снимка, защото всяка редакция намалява размера и влияе на качеството на снимката.
- За проверка на видеоклипове първо инструктирайте участника да търси **Подозрителни признаци** - изкривени пропорции, сенки, ако има номера на автомобили, знаците на магазините и имената на улиците съответстват на града, в който се предполага, че се намират и са заснети, можете също така да проверите мястото в **Street view на Google maps** (приложимо и за снимки), проверете времето за конкретното място и времето и мястото, като използвате архивите на уебсайтовете за прогнози за времето (напр. **Weather Underground**).
- За да намерите оригинален видеоклип, можете да използвате **YouTube на Amnesty International Data Viewer**, което позволява да се изяснят точната дата и час на качване и проверява дали дадено видео в YouTube е било публикувано в платформата преди.
- Покажете на участниците, че можете да направите и **скрийншоти на видеоклип** и след това използвайте същата процедура, както при изображенията.
- По-напредналите ученици могат също така да инсталират **приставката InVid** на своите устройства, която ще предостави всякаква информация за видеоклипа, включително кога е било качен.

74

Активно експериментира не

Групи

- Разпространявайте статиите в цифров вид с изображения, които трябва да бъдат проверени.
- Можете да дадете на всяка група една и съща снимка (по-лесен вариант) или да използвате различни снимки (по-трудно).
- Дайте указания на групите **да проверят изображенията**.
- Наблюдавайте и помагайте, ако е необходимо.

Рефлексивно наблюдение

Пример за манипулиране на снимка **ПРЕДИ** заснемането ѝ:
- подреждане на сцената, различни ъгли/перспективи - поглед от поглед отгоре, поглед отдолу, приближаване или намаляване...



Пример за това колко важна е **перспективата**. Макар да изглежда, че принц Уилям показва среден пръст от една гледна точка, всъщност той показва, че сега е баща на три деца.

Дискусия в клас

Пример за манипулация на снимка **СЛЕД** заснемането ѝ.
- редактиране на снимки - изрязване, промяна на цветовете, ретуш, фотомонтаж (комбиниране на повече снимки в една)...



Пример за **фотомонтаж**. Публикация, която е споделена с надпис: *"Шок! Персоналът на един от родилните домове в Днепропетровск научи, че родилката е бежанка от Донбас и съпруга на загинал опълченец. Те решили да направят разрез под формата на свастика на бебето на ръката три месеца по-късно, но белегът все още може да се види". На втората снимка е показан оригиналът, който лесно може да бъде намерен в интернет.*

- Помолете всяка група (говорител) да представи своите резултати и да опише стъпките, които е предприела. Нека те коментират процеса на проверка.
- Проверете разбирането. Не питайте "Разбирате ли темата?", а използвайте конкретни въпроси, с които проверявате разбирането на съдържанието на урока, например: "Как и защо може да се манипулира снимка?"

Друг пример за **фотомонтаж** е това вирусно изображение (което означава, че се разпространява бързо и широко от един интернет потребител на друг), изобразяващо замръзналата Венеция. Всъщност ледената повърхност произхожда от езерото Байкал в Русия.

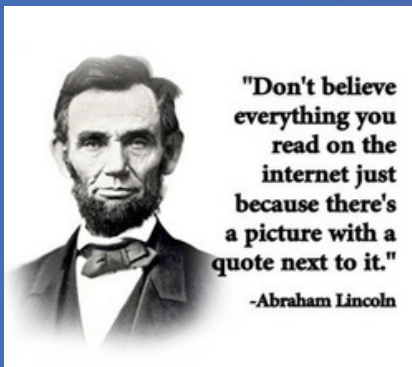


Снимки: E-bezpeci.cz, Global Investigative Global Network, Facebook, Twitter.

- Пример за **контекстуална фотоманипулация**: истинска снимка в друг контекст - различно време, място или повод, използване на илюстративна снимка...



Колаж от чешкия Facebook, в който се твърди, че имигрантите са били изгонени от Германия в един от чешките градове. В същото време постът обвинява Чешката телевизия, че не е отразила новината и я е скрила от обществеността. Това е пример за фотомонтаж и грешен контекст - по-долу можете да видите оригиналните снимки - първата е празна жп гара в Хеб, а другата снимка е направена в Индонезия.



Текстовите мемове са популярни главно в социалните сайтове. Няма нищо по-лесно от това да вземеш изображение и да го съчетаеш с текст, който е измислен, или поне с думи, които изобразеният човек никога не е изричал.

Въпреки че може да е трудно да се намери оригиналната снимка, напомнете на учениците, че ако могат да намерят **по-ранна употреба от друга ситуация**, в такъв случай трябва да знаят, че си имат работа с дезинформация и трябва да бъдат предпазливи.

Тази снимка е разпространена преди Националния ден на знамето на Украйна през 2015 г. със статия озаглавена "Денят на роба". Всъщност тя е направена през 2010 г. в Таджикистан, а войникът, който целува знамето е таджикски митнически служител. Украинското знаме на ръкава му е добавено по-късно в програмата за редактиране на снимки, а снимката е обърната хоризонтално с помощта на огледален ефект.



СЪВЕТИ:

- Въпреки че целта е да научите вашите ученици да проверяват снимки онлайн, запознайте ги с факта, че понякога това не е лесна работа, която винаги завършва със задоволителен резултат. Интернет е постоянно променящо се пространство и дезинформаторите, както и технологиите стават все повече и повече се усъвършенстват с всеки изминал ден.

За да спестите време и енергия, посъветвайте учениците да използват **сайтове за проверка на факти** (списъкът с препоръки за всяка държава е в приложението). **Професионалните проверители на факти** разполагат с умения и инструменти за задълбочен анализ на дезинформацията.

ВЕРИЖНА ПОЩА

ТЕМА: СПОДЕЛЯНЕ НА ДЕЗИНФОРМАЦИЯ ПО ЕЛЕКТРОННАТА ПОЩА ИЛИ В СОЦИАЛНИТЕ САЙТОВЕ

ЦЕЛИ НА ОБУЧЕНИЕТО:

Да се запознаем със същността на верижната поща

Да разберем как да реагираме в случай, че получим верижни имейли

Да се разберат последиците от споделянето на невярна информация за обществото и за самите нас

ОБОСНОВКА:

Въпреки че верижните имейли не са толкова разпространени, колкото преди бума на социалните сайтове, те все още се срещат, особено при хора, които нямат профил в социалните сайтове. Смятаме, че е важно да повдигнете въпроса в класа си особено ако знаете, че участниците четат верижни имейли. Опасността е, че читателите могат да играят ролята на алгоритми и да бъдат още по-податливи на дезинформация, тъй като тя идва от човек, когото познават лично. През последните няколко години хората също започнаха да споделят този тип

съобщения на комуникационни платформи като WhatsApp и социални сайтове, така че трябва да се обърне внимание най-вече на формата на съобщенията, за да се помогне на участниците да ги идентифицират на различните платформи.

ВРЕМЕТРАЕНЕ:

45 мин.

НЕОБХОДИМА ПОДГОТОВКА НА ОБУЧИТЕЛЯ/МАТЕРИАЛИ:

примери за верижна поща/съобщения, екран/дъска/фиш

Водещ

Фронтален / клас

- Започнете с обсъждане на опита на участниците с получаването на имейли:

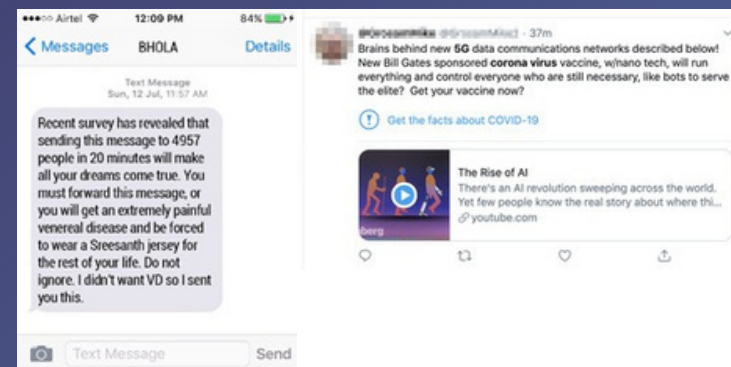
o Ако погледнете в пощенската си кутия какви имейли бихте намерили?

o Смятате ли, че някога получавате опасни верижни писма? Кой ви ги праща? Как реагирате?

Конкретен опит

Фронтален / клас

- Покажете някои **примери за верижни писма/ съобщения**, включващи дезинформация или дезинформация
- Оставете малко време, за да ги прочетете.
- Посочете, че съдържанието винаги трябва да бъде да бъде проверено, както при друго медийно съдържание.



Рефлексивно
наблюдение

Групи

- Разделете участниците на групи и ги инструктирайте да обсъдят каква трябва да бъде правилната реакция на верижната поща

- а. в случай, че ни е грижа за подателя
- б. в случай, че не ни е грижа за подателя

-

Абстрактна
концептуализация

Клас /
фронтален

- Изисквайте отговорите от групите и ги обсъдете заедно
- Обяснете защо трябва да следваме съвета:
 - а. съпричастна реакция, разбиране, а не спорене с факти и контрааргументи, подкрепа, ако подателят е в паника, намерението за повторно изпращане обикновено не е лошо, личен диалог (в идеалния случай лице в лице), доверие в доброто намерение на вашите познати, но съмнение в намеренията на извършителите

б. маркиране като спам/дезинформация, забрана за споделяне **-breaking the chain**

- Посочете, че това **лесно, но ефективно** правило е най-добрата част и съвет относно **реакцията на дезинформацията.**

СЪВЕТИ

Най-добрите примери са тези от реалния живот. Можете да използвате вашата или на участниците ви пощенска кутия като източник, но внимавайте да ги инструктирате **да НЕ ОТВАРЯТ никакви ПРИЛОЖЕНИЯ!**

СОЦИАЛНИ САЙТОВЕ И ИЗКУСТВЕН ИНТЕЛЕКТ

ТЕМА: КАК ФУНКЦИОНИРАТ СОЦИАЛНИТЕ САЙТОВЕ (АЛГОРИТМИ, ТРОЛОВЕ И БОТОВЕ, КЛИКБЕЙТОВЕ)

ЦЕЛИ НА ОБУЧЕНИЕТО:

Да разберат функционирането на безплатните социални сайтове

Да се запознаете със съществуването на фалшиви акаунти в социалните сайтове - тролове и ботове

Да се запознаят с опасностите, които могат да представляват социалните сайтове

Да разберат последиците от споделянето на невярна информация за обществото и за самите тях

Да разберат как алгоритмите влияят на това, което виждаме онлайн

ОБОСНОВКА:

Тъй като концепциите за **изкуствен интелект** може да са интересни, но и трудни за разбиране от възрастните, опитайте се да обясните само най-значимите и важни характеристики без да навлизате в много подробности и обръкване. В този урок е използван методът на учене чрез запитване по темите за **троловете, ботовете и кликбейтовете** - по-лесни понятия, за да се подкрепи мотивацията на възрастните да правят самостоятелно проучвания. Резултатът от урока трябва да бъде списък с отговорно поведение в социалните сайтове.

ВРЕМЕТРАЕНЕ:

60 - 90 мин.

НЕОБХОДИМА ПОДГОТОВКА НА ОБУЧИТЕЛЯ/МАТЕРИАЛИ:

екран/фиш, устройства с достъп до интернет за трите групи

Водещ

Групи/
клас

- Насърчете участниците да говорят по следните теми в групи:

o Какви са вашите хобита и интереси?

o Кой би могъл да се интересува от вас онлайн и как може да достигне до вас?

o Какви могат да бъдат причините за това?

- Потърсете отговорите от групите. Насочете дискусията към темата за онлайн маркетинга. - По възможно най-лесния начин обсъдете как работят **алгоритмите** и споменете неговите **предимства и недостатъци**. - Обсъчете **персонализираното онлайн преживяване** както и **персонализираната реклама**. Ако участниците се затрудняват да разберат **ДА, ТОВА Е СЛОЖЕН ПРОБЛЕМ**, можете да гледате някои **разяснителни видеоклипове** в YouTube, като например:

<https://www.youtube.com/watch?v=prx9bxzns3g>

- Провокирайте дискусия за това как още могат да се използват социалните сайтове, за да се манипулира обществеността. Повдигнете темата за **троловете, ботовете и кликбейтовете**

Конкретен
опит/
Рефлективно
наблюдение

Групи

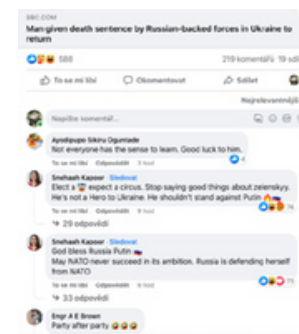
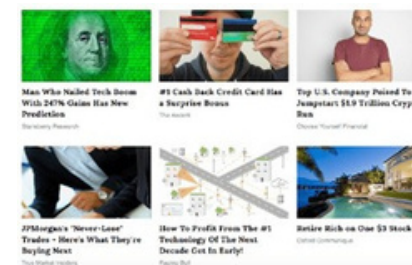
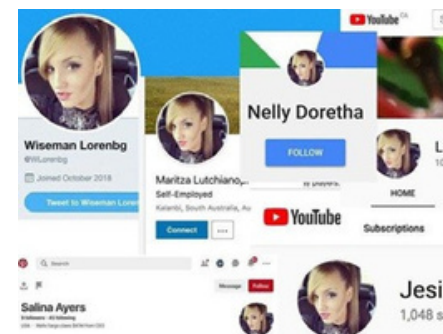
- За тази дейност можете да използвате **методи на обучение, базирани на запитване**

- Разделете участниците на три групи и дайте на всяка от **тях тема:**

1. **Кой е тролът и какви са типичните му признаци?**
2. **Кой е бот и какви са типичните му признаци?**
3. **Кой е clickbait и какви са типичните му признаци?**

- Инструктирайте групите да направят проучване и да подготвят кратка **презентация** на своите съученици. По-напредналите участници могат също така да подготвят някои **визуални материали** като постер или Powerpoint/Keynotes/Google слайдове.

- За англоговорящите чудесен източник е DW уебстраница: shorturl.at/bcefs



Абстрактна
концептуализация

Клас

- Групите правят **презентации** и преподавателят коментира и разяснява, ако е необходимо.

- Обсъдете дали самата **технология** може **ефективно** да **разпространява дезинформация**.

Активно
експериментиране

Групи /
клас

- Въз основа на резултатите от днешния урок направете мозъчна атака за това как трябва да се държим в социалните мрежи и за какво трябва да внимаваме.
- Направете **визуално представяне** на едно отговорно поведение в социалните мрежи, например мисловна карта.
- По този начин преподавателят също проверява разбирането.



Препоръчани ИЗТОЧНИЦИ



НА АНГЛИЙСКИ:

- **AFP FACT-CHECK** - Европейска програма за борба с дезинформацията, проверка на фактите в реално време за основните фалшиви новини през седмицата, достъп до изследвания, проведени от учени в областта на дезинформацията, как сами да развенчае фалшивите новини благодарение на наличните инструменти и уроци, достъпна на 6 езика <https://factcheck.afp.com/>

- **BAD NEWS** - безплатна онлайн браузерна игра, в която играчите поемат ролята на магнат, занимаващ се с фалшиви новини. Вече е достъпна на 18 езика! <https://www.getbadnews.com/books/english/>

- **CEDMO** (Централноевропейска обсерватория за цифрови медии) - независим непартиен мултидисциплинарен център, целта на международния проект е да открива, разследва и намалява разпространението на дезинформация и да използва изкуствен интелект, за да направи проверката на фактите по-бърза и по-ефективна <https://cedmohub.eu/>

- **EUvsDISINFO** - проект на East StratCom Task на Европейската служба за външна дейност. Основната цел е да се повиши обществената осведоменост и разбирането на операциите за дезинформация на Кремъл и да се помогне на гражданите в Европа и извън нея да развият устойчивост срещу цифровата информация и медийната манипулация, услуги за медийен мониторинг на 15 езика, EUvsDisinfo идентифицира, събира и разкрива случаи на дезинформация, произхождащи от прокремълски медии, които се разпространяват в ЕС и страните от Източното партньорство <https://euvsdisinfo.eu/>

- **GET YOUR FACTS STRAIGHT** - набор от инструменти за преподаватели и тренъори, резултат от европейски проект за обучение по медийна грамотност чрез семинари за дезинформация на млади хора и техните родители, на разположение в 9 езика <https://www.alldigitalweek.eu/get-facts/>

- **STOP FAKE** - журналистическа инициатива, насочена към

проверка на фактите и опровергаване на проверима невярна информация за Украйна, която се появява в медиите, както и за анализ на кремълските пропагандни действия достъпен на 14 езика <https://www.stoptake.org/en/main/>

- **УЛИЧНА ЕПИСТЕМОЛОГИЯ** - начини да помогнем на хората да се замислят за качеството на своите разсъждения чрез граждански разговор. Предлага инструменти за обсъждане на най-трудните теми и за по-добро разбиране на възгледите на другите, а може би и

за промяна на мнението на един или двама по пътя. <https://streetepistemology.com/>

- **ИНДЕКС НА ГЛОБАЛНАТА ДЕЗИНФОРМАЦИЯ** - уеб-базиран инструмент, който оценява новинарските медии въз основа на "вероятността от дезинформация на конкретна медия".

<https://www.disinformationindex.com/>
БЪЛГАРИЯ:

- **ЦЕНТЪР ЗА ИЗСЛЕДВАНЕ НА ДЕМОКРАЦИЯТА**

- проверка на фактите със специален фокус върху дезинформацията, свързана с политиката <https://csd.bg/>

- **КОАЛИЦИЯ ЗА МЕДИЙНА ПИСМЕНОСТ** - има за цел да повиши медийната грамотност на българското общество и да интегрира съответните действия в образователния процес <https://gramoten.li/>

КИПЪР:

- **ANTIBODIES TO MISINFORMATION** (Open University Cyprus) - проект, целящ проектиране, разработване и прилагане на модел на експериментална програма за медийно образование

срещу дезинформацията в пилотни училища <https://misinfoantibodies.cyi.ac.cy/>

- **CYBERSAFETY** (киберсигурност) - целта е създаване на сигурна интернет култура, овластяване на творчески, иновативни и критични граждани в цифровото общество, платформа за повишаване на осведомеността, съдържаща информация, ресурси и полезни инструменти, споделени опит, експертиза и добри практики <https://cybersafety.cy/>

YOUTH MYTHBUSTERS (YMB) - проект, целящ да насърчи участието на младежите и на тези, които са изложени на риск от социално изключване в демократичния и гражданския живот; той също така има за цел да подобри тяхното критично мислене и медийна грамотност с цел укрепване на демокрацията и борба с манипулациите, пропагандата и фалшивите новини <https://www.youthmythbusters.eu/>

ЧЕШКА РЕПУБЛИКА:

- Гражданска инициатива и интернет група, която има за цел да се бори с чуждестранните кампании за дезинформация и руската пропаганда в чешкото киберпространство. Дейността им включва борба и разкриване на тролове в социалните мрежи, анализи и периодични доклади, база данни за дезинформационни верижни имейли и популяризиране на темата за дезинформацията кампании сред журналисти, политици и широката общественост. <https://cesti-elfove.cz/>

- **DIGIKOALICE** - свързва света на училищата и информационните и комуникационните технологии в областта на цифровото образование с фокус върху развитието на цифрови умения за деца и възрастни <https://digikoalice.cz/>

- **FAKESCAPE** - обучение по медийна грамотност и критично мислене чрез онлайн или офлайн игри <https://www.fakescape.cz/>

- **JSNS (Člověk v tísni)** - образователна програма на най-голямата чешка организация с нестопанска цел, насочена към началните и средните училища, създават се собствени учебни материали по медийна грамотност и критично мислене, осигурява се подкрепа и обучение на учителите <https://www.jsns.cz/projekty/medialni-vzdelavani>

- **OBČANKÁŘI** - сдружение на учители по обществени науки, чиято цел е да повиши качеството на образованието в чешките училища <https://www.obcankari.cz/>

- **ПРОЕКТ ФАКТ?** - изпълняван в рамките на проекта "Фонд за активни граждани".

Програма, която има за цел да подкрепя гражданското общество и да укрепва капацитета на организациите с нестопанска цел, сътрудничество на Elpida, организация, посветена на образованието на възрастни хора, и Transitions, укрепване на независимостта и професионализма на инвезитивната журналистика, медиите, цифровото и гражданското образование за възрастни хора и по-възрастни хора, пре- и организиране на курсове <https://medialka.elpida.cz/>

• **ZVOLSI.INFO** - група студенти, завършили и преподаватели от Масариковия университет, платформа за борба с дезинформацията, организират лекции за медийна грамотност и издават книга, наречена "Най-добрата книга за фалшивите новини, дезинформацията и манипулациите" <https://zvolsi.info/>

• **PROJECT NELEŽ.CZ** - предупреждава рекламодателите, че техните реклами могат да се появят в негативен контекст и по този начин да застрашат репутацията на самата рекламирана марка, целта е да не се финансират сайтове за дезинформация и манипулации, чието съдържание разделя обществото <https://www.nelez.cz/>

• **HOAX.CZ** - информира потребителите за клопките, с които се сблъскват ежедневно онлайн и които правят нормалното им използване на интернет неудобно или застрашаващо <https://hoax.cz/cze/>

• **ФОНДАЦИЯ ЗА НЕЗАВИСИМА ЖУРНАЛИСТИКА** - независима оценка на достоверността на чешките новинарски уебсайтове въз основа на спазването на журналистическите стандарти, намерението е да се предостави преглед на това как анализират медиите обработват и предоставят информация на читателите, както и ръководство за компаниите, които рекламират в определени медии (техните Инструментът Media rating класифицира чешките медии на няколко категории, включително пазарно ориентирани медии и антисистемни медии) <https://www.nfnz.cz/rating-medii/>

ФРАНЦИЯ:

- **АРКОМ** - извършва дейности в подкрепа на образованието: изготвя доклади и препоръки за информационни платформи, предоставя също така онлайн ресурси чрез страницата "Медийно образование".

- **DISINFO** - безплатни и отворени инструменти за овластяване на всички публични, частни и граждански участници, борещи се срещу манипулирането на информацията, включително регулаторни органи, които се стремят да гарантират намаляване на уязвимостта на големите частни участници <https://disinfo.quaidorsay.fr/fr>

- **ЕВРОПЕЙСКА КОМИСИЯ (Les Décodeurs de l'Europe)** - проследява и проследява невярна информация за Европейския съюз, като я коригира с добре проучени статии. https://france.representation.ec.europa.eu/les-decodeurs-de-leurope_fr
<https://odil.org/politique-publique/france/>
<https://www.arcom.fr/nos-ressources/education-et-citoyennete-numerique#coilapse-QR3962>

- **LA FRANCOPHONIE** - онлайн платформа, наречена ODIL : " La plateforme francophone des initiatives de lutte contre la désinformation ", изброява всички инициативи за борба с фалшивите новини (действия, инструменти и др.), разработени сред членовете на Франкофонията. <https://odil.org/>

ов сътрудничество с Министерството на образованието да предостави учебен комплект за педагогическите кадри по медийна грамотност <https://www.csa.fr/Proteger/Education-aux-medias-et-a-l-information-EMI/Ressources-pedagogiques>

- **Centre de l'liaison de l'enseignement et des médias d'information (CLEMI)** - мисията му е да обучава учители по медийна и информационна грамотност, да създава или съвместно да създава образователни ресурси и да насърчава медийната грамотност в училищата. <https://www.clemi.fr/>

НИДЕРЛАНДИЯ:

- ХОЛАНДСКА МРЕЖА ЗА МЕДИЙНА ГРАМОТНОСТ

(Netwerk Mediawijsheid) - мрежа, която работи за повишаване на медийната грамотност чрез знания и развиване на необходимите умения. Това е правителствена инициатива, която помага на децата, младежите, родителите и преподавателите да използват медиите безопасно и отговорно, чрез подход на много нива, който обединява различни експертни организации и насърчава тяхното сътрудничество

<https://netwerkmediawijsheid.nl/over-ons/about-dutch-media-literacy-network/>

- **SLO** (Stichting Leerplan Ontwikkeling) - продължаващо обучение по цифрова грамотност, което обръща внимание на медийната грамотност, информационната грамотност, компютърното мислене и основните на информационните технологии умения <https://www.slo.nl/>

- ИСПАНИЯ:

BE CRITICAL - образователна програма за медийна компетентност и критично мислене, предлагана от Educaixa, включваща педагогическо ръководство за ориентиране на учениците от първа и втора степен на задължителното средно образование <https://educaixa.org/es/programa-be-critical>

- FUNDACIÓN LUCA DE TENA -

изследователски и обучителни дейности, насочени към изучаване и смекчаване на ефекта от дезинформацията <https://fundacionlucadetena.org/>

- **ALFA-MEDIA** - сдружение с нестопанска цел, съставено от експерти от асоциативната, професионалната и академичната сфера в различни технологични, образователни, правни и комуникационни области, чиято основна цел е да насърчава и да си сътрудничи в развитието на инициативи, свързани с медийната и информационната грамотност <http://alfamedia.es/>

- **EXPERTCLICK** - програма за обучение, която предоставя на възрастните хора необходимите инструменти

които им позволяват да се възползват пълноценно от новите технологии, за да повишат качеството си на живот <https://expertclick.org/>

- **VERIFICA2** - програма на Fundación Cibervoluntarios в сътрудничество с Newtral Educació за борба с дезинформацията и фалшивите новини, безплатно кибер обучение за повишаване на обществената осведоменост, предоставяне на необходимите инструменти за проверка на информацията и спиране на виртуализацията на невярно съдържание в социалните мрежи <https://www.cibervoluntarios.org/en/news/post/verifica2-launched-eng>
- **LEARN TO CHECK - НАУЧИ СЕ ДА ПРОВЕРЯВАШ** - образователен и информационен проект, който има за цел да разсъждава върху дезинформацията и да доближи до обществото цифровата проверка и медийното образование. В допълнение към обучението за всички аудитории, предлага отворени ресурси <https://learntocheck.org/>

Сайтове за проверка на факти



БЪЛГАРИЯ:

- **FACTCHECK.BG** - независима платформа за проверка на факти, разработена по инициатива на Асоциацията на европейските журналисти <https://factcheck.bg/>

ЧЕХИЯ:

- **DEMAGOG.CZ** - проверка на фактическите твърдения на политическия елит <https://demagog.cz/>

- **MANIPULATORI.CZ** - основната дейност е проверка на фактите, развенчаване на мистификации, изявления на политици и друга дезинформация, също така се посочват измами (фалшиви конкурси, измамни електронни магазини и продукти), редовен мониторинг ториране на дезинформационната сцена, медийно образование и други инициативи, свързани с медийната грамотност и борбата с дезинформацията <https://manipulatori.cz/>

- **STOP FAKE** - журналистическа инициатива, насочена към проверка на фактите и опровергаване на проверима дезинформация за Украйна, която се появява в медиите, и анализ на кремълската пропаганда. <https://www.stopfake.org/cz/domu/>

- **CEDMO (Централноевропейска обсерватория за цифрови медии)** - независим непартиен мултидисциплинарен център, целта на международния проект е да открива, разследва и намалява разпространението на дезинформация и да използва изкуствен интелект, за да направи проверката на фактите по-бърза и по-ефективна

<https://cedmohub.eu/cs/>

НИДЕРЛАНДИЯ:

- **EDMO (Европейска обсерватория за цифрови медии)**

- международна мрежа от центрове, в която експерти в областта на дезинформацията обединяват усилията си и споделят знания, опит и различни изследователски и публикационни дейности

<https://edmo.eu/>

- **NIEUWSCHECKERS.NL** - студентски проект, осъществяван от Университета на Лайден с цел проверка на фактите в новинарските статии <https://nieuwscheckers.nl/>

- **NUCHECKT** - инициатива за проверка на фактите на холандската информационна агенция NU.nl <https://www.nu.nl/nucleckit>

ИСПАНИЯ:

- **IBERIFIER** - обсерватория за цифрови медии в Испания и Португалия, насърчвана от Европейската комисия и свързана с Европейската обсерватория за цифрови медии (EDMO), медийни изследвания и проверка на факти <https://iberifier.eu/>

- **LA CHISTERA** - блог за проверка на фактите на El Confidencial, те проверяват истините, лъжите и магическите трикове на главните герои на актуалните политически и социални въпроси <https://blogs.el-confidencial.com/espana/la-chistera/>

- **NEWTRAL** - проверка на фактите, медийна грамотност курсове за възрастни <https://www.newtral.es/zona-verificacion/fact-check/>

IZTOČNICI



- Barradas, S. (2021, May 28). *Elaboration Likelihood Model: Influence on Persuasive Appeals*. Medium. <https://sbarradas.medium.com/elaboration-likelihood-model-influence-on-persuasive-appeals-ea9a69349d51>
- Bentzen, N. (2019, Feb). *Online disinformation and the EU's response*. European Parliamentary Research Service. [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/ATAG/2018/620230/EPRS_ATA\(2018\)620230_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/ATAG/2018/620230/EPRS_ATA(2018)620230_EN.pdf)
- Blue, C. (2021, Feb 26). *Debunking Misinformation and Confronting Conspiracy Theories*. Association for Psychological Science. <https://www.psychologicalscience.org/observer/debunking-misinformation>
- Carthy, S. (2021). *Lessons learnt from alternative narrative campaigns*. European Union. https://home-affairs.ec.europa.eu/system/files/2022-03/ran_lessons_learned_from_alternative_narrative_campaigns_032022_en_1.pdf
- Disinfo database. (2021, May). *Disinfo: In Sweden raping women is becoming a right for men of colour*. EU vs. Disinfo. <https://euvsdisinfo.eu/report/in-sweden-raping-women-is-becoming-a-right-for-men-of-colour#>
- European Commission, European Education and Culture Executive Agency. (2021) *Teaching media literacy and fighting disinformation with eTwinning*. Publications Office of the European Union. <https://data.europa.eu/doi/10.2797/268>
- Facing history and ourselves. (2014, March 14). 3-2-1. Facing history and ourselves. <https://www.facinghistory.org/resource-library/3-2-1#overview>
- Fleming, M. (2022). *Tackling disinformation – how can we combat the lies that go viral?* World Economic Forum. <https://www.weforum.org/agenda/2022/09/tackling-disinformation-agenda-dialogues/>
- González, M. (2022, June 29). *Actores autoritarios, ataques híbridos, integridad territorial y otras claves del nuevo Concepto Estratégico de la OTAN*. El País. <https://elpais.com/internacional/2022-06-29/actores-autoritarios-ataques-hibridos-integridad-territorial-y-otras-claves-del-nuevo-concepto-estrategico-de-la-otan.html>
- Government Communication Service. *RESIST: Příručka pro boj s dezinformacemi*. Government Communication Service.
- Gregor, M. et al (2018). *Nejlepší kniha o fake news, dezinformacích a manipulacích!!!* CPress.
- Holt, J. (Atlantic Council's DFRLab) (2021, Feb 10). *#StopTheSteal: Timeline of Social Media and Extremist Activities Leading to 1/6 Insurrection*. Just Security. <https://www.justsecurity.org/74622/stopthesteal-timeline-of-social-media-and-extremist-activities-leading-to-1-6-insurrection/>
- Hořejš, N. et al. (2022, Feb 7). *Desatero pro lepší porozumění a člení dezinformacím*. ÚMV. <https://www.iir.cz/desatero-pro-lepsi-porozumeni-a-celeni-dezinformacim>
- iCan Dream Center. (2021, Jan 27). *Can you repeat that? How repetition enhances learning outcomes*. iCan Dream Center. <https://icandreamcenter.com/can-you-repeat-that-how-repetition-enhances-learning-outcomes/>
- iCmedia. (2022). *Global Report. Break the Chain*. https://www.break-the-chain.eu/data/files/globalreport_final.pdf
- JSNS. (2018, Aug). *5 klíčových otázek*. JSNS. https://www.jsns.cz/nove/projekty/mediaalni-vzdelavani/vyzkumy/clk_5_otazek_srpen_2018_02.pdf
- Maté, G. (2018). *In the realm of the hungry ghosts*. Ebury Publishing.
- McGwin, K. (2018, Aug 3). *National Geographic admits skeletal polar bear-global warming link 'went too far'*. Arctic Today. <https://www.arctictoday.com/national-geographic-admits-skeletal-polar-bear-global-warming-link-went-far/>

- McLeod, S. (2017). *Kolb's learning styles and experiential learning cycle*. Simply Psychology. <https://www.simplypsychology.org/learning-kolb.html>
- Narrative arts. (2021). *What is public narrative and how can we use it*. Narrative arts. <https://narrativearts.org/article/public-narrative/>
- Neuroandragogy against exclusion. (2019). *Neuroandragogy in the Education of Adults from Groups at Risk of Exclusion: Materials for Educators Working with Adult Learners*. Erasmus+ project Neuroandragogy against exclusion. http://www.neuroandragogy.eu/wp-content/uploads/2018/10/neuro_io2_en_lekki.pdf
- Nickerson, C. (2022, April 26). *Elaboration Likelihood Model*. Simply Psychology. www.simplypsychology.org/elaboration-likelihood-model.html
- Noor, I. (2020, June 10). *How confirmation bias works*. Simply Psychology. www.simplypsychology.org/confirmation-bias.html
- Önnersfors, A. (2019, January 4). *Does 'Retrotopia' explain the Rise of the Radical Right?* Centre for Analyses of the Radical Right. <https://www.radicalrightanalysis.com/2019/01/04/does-retrotopia-explain-the-rise-of-the-radical-right/>
- Oxford reference. *Thomas Theorem*. Oxford reference. <https://www.oxfordreference.com/view/10.1093/oi/authority.20110803104247382>
- Palumbo, R. et al. (2021, February 6). *When twice is better than once: increased liking of repeated items influences memory in younger and older adults*. BMC Psychology. <https://bmcpublishing.biomedcentral.com/articles/10.1186/s40359-021-00531-8>
- Plüss, J. (2022, Feb 23). *WHO slams baby milk industry for rampant manipulative marketing*. Swissinfo. <https://www.swissinfo.ch/eng/who-slams-baby-milk-industry-for-rampant-manipulative-marketing/47369706>
- Posetti, J. et al. (2020). *Disinfodemic: deciphering COVID-19 disinformation*. UNESCO. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000374416>
- Posolda, V. *Myšlenkové mapy*. Paměť a učení. <https://pametauceni.cz/clanek-3880-myslenkove-mapy/>
- Priscila. (2020, July 22). *Synchronous vs asynchronous learning: what's the difference*. Easy LMS. <https://www.easy-lms.com/knowledge-center/learning-training/synchronous-vs-asynchronous-learning/item10387>
- Rahimi, F. et al. (2022, August 29). *Konspirativita: svět konspiračních teorií a influencerské spirituality*. Radio Wave. [https://www.forbes.com/sites/waynerash/2021/01/19/disinformation-propelled-by-social-media-and-conspiracy-theories-led-to-insurrection/?sh=3aa6f61f34e0](https://wave.rozhlas.cz/konspirativita-svet-konspiracnich-teorii-a-influencerske-spirituality-8815702?player=on&fbclid=IwAR1aL-jIGzAST2tRWIipPITt1Dw6ZwEJlfVs612ynRaia9Pny0uXZvPsqlERash, W. (2021, Jan 19). <i>Disinformation Propelled by Social Media and Conspiracy Theories Led to Insurrection</i>. Forbes. <a href=)
- Sádaba, C. & Salaverría, R. (2022). *Combatir la desinformación con alfabetización mediática: análisis de las tendencias en la Unión Europea*. *Revista Latina de Comunicación Social*. The European Parliament and the Council of the European Union. (2006, Dec 12). *Misleading and Comparative Advertising Directive*.
- European Commission. https://ec.europa.eu/info/law/law-topic/consumers/unfair-commercial-practices-law/misleading-and-comparative-advertising-directive_en
- Wardle, C. (2019). *Understanding Information Disorder*. First Draft.
- Wilson, E. (2009). *Quotes*. Goodreads. <https://www.goodreads.com/quotes/9770741-the-real-problem-of-humanity-is-the-following-we-have>



Web: <https://www.break-the-chain.eu/>



Facebook: <https://www.facebook.com/profile.php?id=100077920479913>



Twitter: <https://twitter.com/breakchain4>