

РАЗГЛЕДАЙТЕ

ПОДГОТОВКА

За този раздел е добра идея да подготвите презентация на PowerPoint / Prezi / Canva, защото голяма част от сесията ще разчита на анализиране на визуално съдържание. Освен това помислете за адаптиране на примерите, предложени в този раздел на наръчника, към теми, които са по-познати на вашата аудитория. Например, ако сте словенски преподавател, обучаващ словенци, се опитайте да намерите няколко примера от словенския публичен дискурс, за да илюстрирате гледната си точка. Колкото по-популярни примери ползвате, толкова по-добре ще може да предадете желаното послание.

Друга идея за подготовка: Направете кратък въпросник (максимум 3 въпроса) в [Mentimeter](#) или друго подобно приложение, за да ангажирате участниците към темата. Въпросникът едновременно може да бъде мотивационен инструмент и инструмент за проверка на текущите знания относно дезинформацията.

Примерни въпроси:

1. Какво е типично за дезинформацията?
 - A. Тя е невярна
 - B. Среща се само в интернет
 - C. Създадена е неволно
 - D. Измислена е за забавление
2. Кои от следните характеристики са свързани с грешната информация?
 - A. Нарочно манипулирано съдържание с цел вреда
 - B. Публикуваната информация е лична
 - C. Грешките са неволни (неточни надписи на снимки, дати, преводи ...)
 - D. Създадена е за да следва личен или корпоративен интерес

ПРЕДСТАВЕТЕ ЦЕЛТА НА СЕСИЯТА

Целта на сесията е да даде концепция за дезинформацията като явление, което засяга нашия живот и начина, по който взимаме решения и да разсъждаваме над нейната същност: Какво е това? От къде идва? Кой и защо създава дезинформацията?

Ефективен начин да въвлечете участниците и да създадете общи очаквания за това, което ще научат е да зададете няколко предварителни въпроса относно дезинформацията и да категоризирате отговорите им. Това може да се извърши чрез групова задача, като помолите учащите да обсъждат и събират идеи, или чрез самостоятелна задача, като помолите всеки участник да напише своите идеи на лепящи се листчета. Дейността може да се проведе както следва:

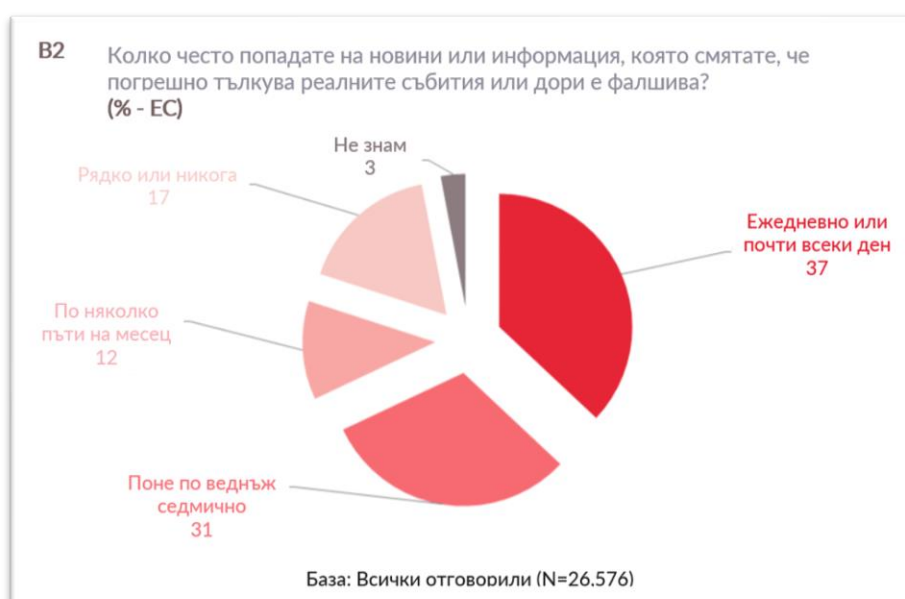
- Помолете обучаващите се да предоставят примери за дезинформация.
- Поканете обучаващите се да категоризират примерите според темите.

Примерите най-вероятно ще се отнасят до теми като идентичност, пари, социални помощи, здраве, технология.

- Помолете обучаващите се да отговорят на въпроси от сорта на „Къде срещаме дезинформация? В каква форма (видеоклипове, статии, публикации и т.н.)?“
- Помолете учащите да се замислят върху въпроса „Защо хората разпространяват дезинформация?“

Отговорите най-вероятно ще се отнасят до „следването на интереси“: (гео-) политически, финансови, бизнес, социални. Уверете се, че обучаващите се могат да разграничават умишленото от неволното разпространение на невярна информация. За да подчертаете това разграничение, ги питайте: „Кой разпространява невярна информация?“ След първия кръг от отговори, задайте следния втория въпрос: „Кой тук е споделял невярна информация и чак след това го е осъзнавал?“ (може самите вие да вдигнете ръка).

- Попитайте обучаващите се колко често смятат, че попадат на дезинформация. Използвайте следната (или подобна) графика за да онагледите⁷:



КОНЦЕПЦИЯ НА ДЕЗИНФОРМАЦИЯТА: ДЕФИНИЦИИ

Преди да предоставите официална дефиниция, помолете участниците да представят своите определения. След това предварително упражнение, предложете следното определение:

„Под **дезинформация** се разбира доказуемо невярна или грешна информация, която се създава, представя и се разпространява с цел икономическа облага или умишлено да измами обществото и може да причини обществена вреда. Обществената вреда включва заплахи за демократичните политически процеси, както и за обществените блага като защитата на здравето на гражданите на ЕС, околната среда или сигурността. Дезинформацията не включва грешни отчети, сатирата, пародията или ясно идентифицирани партийно-пристрастни новини и коментари.“ (Експертна група на високо ниво на Европейската комисия, 2019 г.)⁸

⁷ Eurobarometer, 2018

⁸ Европейската комисия, 'Справяне с онлайн дезинформацията', 2019, свален на 19.04.2020, <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/tackling-online-disinformation>

!!! Изтъкнете разликата с широко разпространената концепция за „фалшиви новини“. Този термин е известен най-вече заради използването му от политиците, описващи информационните агенции, с които не са съгласни. Празна на съдържание, опозоряваща новина, считана най-често за шега. Използването на термина "фалшиви новини" "се превръща в механизъм, чрез който силните на деня могат да притискат, ограничават, подкопават и заобикалят свободната преса".⁹ Държавите от ЕС и европейските държави се придържат към концепцията за „дезинформация“.

Разгледайте групово определението:

- Препоръчителен въпрос:
 - Как гледате на неволното разпространение на невярна информация? Ако някой неволно разпространява невярна информация той нарушител ли е или жертва?
- Незадължителни въпроси:
 - Какво означава доказуемо невярна? Дискусията трябва да се сведе до: измислени и неверни факти, селективен или частичен подбор на факти и твърдения, така че тълкуването да е възпрепятствано, измислено или фактологично невярно за контекста.
 - Как дезинформацията причинява обществена вреда? По молете обучаващите се да помислят за примери.
 - Кои дейности са изключени от дефиницията за дезинформация? Как ролята на медиите се отнася към тази дефиниция?

Използвайте тази дискусия като прелюдия, за да представите **концептуалната рамка „Информационно смущение“** (Уорд, 2017; Уорд и Дерахшан, 2017)¹⁰, който идентифицира три типа лъжлива и/или вредна информация:



⁹ Клер Уорд и Хосен Дерахшан, „Информационно разстройство: към интердисциплинарна рамка за Изследвания и разработване на политики“, Съвет на Европа, 2017 г. Страсбург, стр. 5

¹⁰ Клер Уорд и Хосен Дерахшан, „Информационно разстройство: към интердисциплинарна рамка за Изследвания и разработване на политики“, Съвет на Европа, 2017 г. Страсбург, стр. 5

- **Грешна информация:** Неволни грешки като например неточни описания на снимки, дати, статистики или когато сатирата е представена като нещо сериозно.
- **Дезинформация:** Изфабрикувано или умишлено манипулирано аудио/визуално съдържание. Преднамерено създадени конспиративни теории или слухове.
- **Злонамерена информация:** Преднамерено публикуване на лична информация за частна или организационна облага вместо в името на обществен интерес. Например порно публикувано за отмъщение. Умишлена промяна на контекста, датата или часа.

!!! Фалшива (грешна информация) и намерението да навреди (злонамерена информация) в комбинация пораждат дезинформацията.

Обсъдете групово тези дефиниции и помислете за примери. Понякога е много трудно да се идентифицирате границите между понятията, затова бъдете гъвкави, определяйки кой пример към коя категория принадлежи.

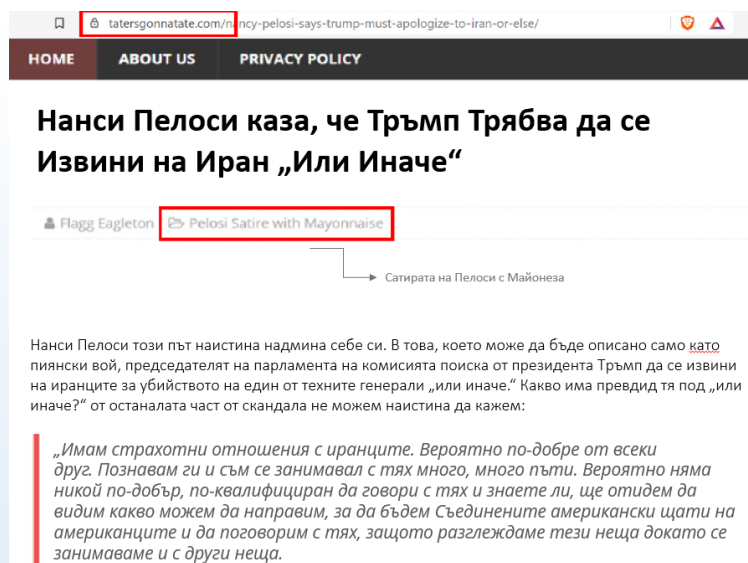
Друго предложение за дейност: предоставете на обучаващите се новина от миналата седмица и ги помолете да я превърнат в: а) грешна информация, б) дезинформация, в) злонамерена информация.

Оставете ги да работят в групи и определете ограничено време, накрая оставете всяка група да представи своите „новини“ и да получи обратна връзка от останалите участници.

КОНЦЕПЦИЯ НА ДЕЗИНФОРМАЦИЯТА: КАТЕГОРИЗАЦИЯ

Предложете следната категоризация на грешната информация и дезинформация¹¹ и обсъдете групово, предоставяйки примери:

- **Сатира или пародия:** Няма намерение да причини вреда, но има възможност да заблуди.



¹¹ Клер Уордъл, „Фалшиви новини. Сложно е“, Първа чернова, 2017 г., изтеглена на 17 април 2020 г., <https://firstdraftnews.org/latest/fake-news-complicated/>, примери от: Александър Алафилип, Роман ... 'Присъствено обучение за преподаватели: Концептуалната основа на дезинформацията', ЕС DisinfoLab, 2020, гр. Залец

- В САЩ тази новина беше възприета като истинска от много новинарски агенции, така че се наложи сайтът за фактологични проверки Snopes.com да се намеси и потвърди, че новината не е истинска.¹²
- Обърнете внимание на URL адреса на уебсайта (tatersgonnatate.com) и на сатиричното пояснение (“Pelosi Satire with Mayonnaise” – Сатира на Пелоси с Майонеза).
- Поканете обучаващите се да дискутират, кой трябва да носи отговорност за този случай на дезинформация. Можем ли да обвиним някой, който пояснява, че пише шеги?
- Поканете обучаващите се да разсъждават над това какво се цели да почувстват хората с тази новина.
- **Подвеждащо съдържание:** заблуждаващо използване на информация за описване на проблем или лице.

Начало Архиви Анимационни филми относно Търсене Вход Абонирай се Дарете

Начало на архивите → Статии

електронна поща
 Печат
 162 коментара
 Facebook
 Twitter
 Дял

16 декември 2019 г.

Проектът Ground Zero Mosque се завръща

От Памела Гелер

Новината беше погребана под два плътни параграфа и пет големи снимки в статия на Ню Йорк YIMBY касаеща различен проект: „Строителството на Парк Плейс номер 51 все още не е започнало, трябва да се превърне във висок 71 фута, 16 хиляди квадратни метра голям Ислямски културен център”. Скандалният проект “Ground Zero Mosque”, който е отдавна погребан опит да се построи триумфална джамия на мястото на най-тежката джихадиска терористична атака в американската история, се завръща.

Строителството макар и все още не започнало, предстои: сенчестият разработчик зад схемата „Ground Zero Mosque”, Шариф Ел-Гамал работи от години за изграждането на тази зловеща структура.

СЛЕД

Последни статии

- Кошмарът ни за тайно споразумение в Русия: Вината на Хилари?
- Фантастичното пътуване на Грета Тунберг за социализъм илюстрира провалите на социализма
- Изпитанието за импийчмънт шоу
- След победата на Тръмп и Борис: Поправяне на имената
- Доналд Тръмп и

- В действителност планът е за изграждане на висок жилищен комплекс, който ще включват мюсюлмански културен център и молитвено пространство¹³
- Доколко умишлен беше този опит да се заблудят читателите?

¹² Дейвид Микелсън, „Нанси Пелоси каза ли, че Тръмп трябва да се извини на Иран, Или Иначе?“, Snopes, 2020, изтеглено на 19.04.2020 г., <https://www.snopes.com/fact-check/trump-apologize-to-iran/>

¹³ Бетания Палма, „Завръща ли се проектът Ground Zero Mosque?“, Snopes, 2019, изтеглено на 19.04.2020 г., <https://snopes.com/fact-check/muslim-community-center/>

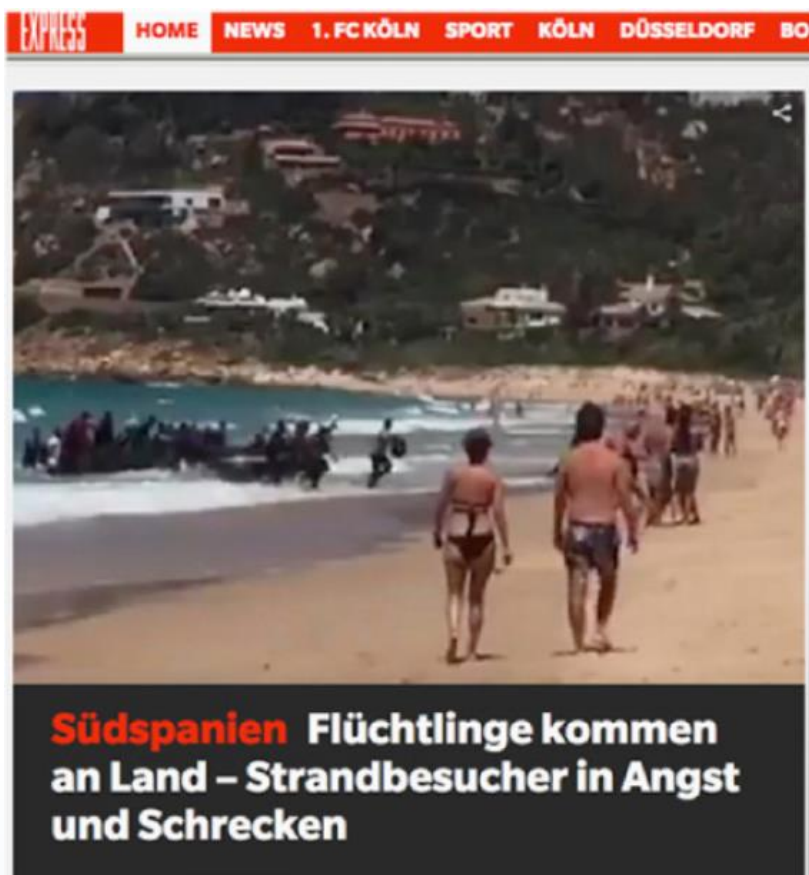
- Поканете учащите да размишляват над това как това парче информация цели да накара хората да се почувстват, Наблегнете на използваната терминологията в статията „скандален проект“, „триумфална джамия“, „сенчестият разработчик“, „схемата“, „погребана/потулена информация“
- **Съдържание на „самозванец“:** Когато „самозванец“ имитира истински източници.



- Тази статия, която невярно твърди, че „Еманюел Макрон е подкрепен от Саудитска Арабия по време на президентските избори във Франция през 2017 г.“, беше публикувано в „LeSoir.info“, фалшив уебсайт представящ се за белгийския вестник **Le Soir**. Правилният URL адрес на Le Soir е „LeSoir.be“.
- Поканете обучаващите се да разсъждават над това какво се цели да почувстват хората с тази новина.
- Какво може да се направи, за да се провери автентичността на уебсайта?
- **Изфабрикувано съдържание:** Съдържание на новина, което е 100% невярно, целящо да измами и навреди.



- Тази статия твърдяща, че папа Франциск е подкрепил кандидатурата на Доналд Тръмп по време на изборите в САЩ през 2016 г., е напълно фалшива
- Поканете обучаващите се да разсъждават над това какво се цели да почувстват хората с тази новина.
- Какви биха могли да бъдат мотивите зад това съдържание?
- **Фалшива връзка:** когато заглавия, изображения или надписи не кореспондират със съдържанието

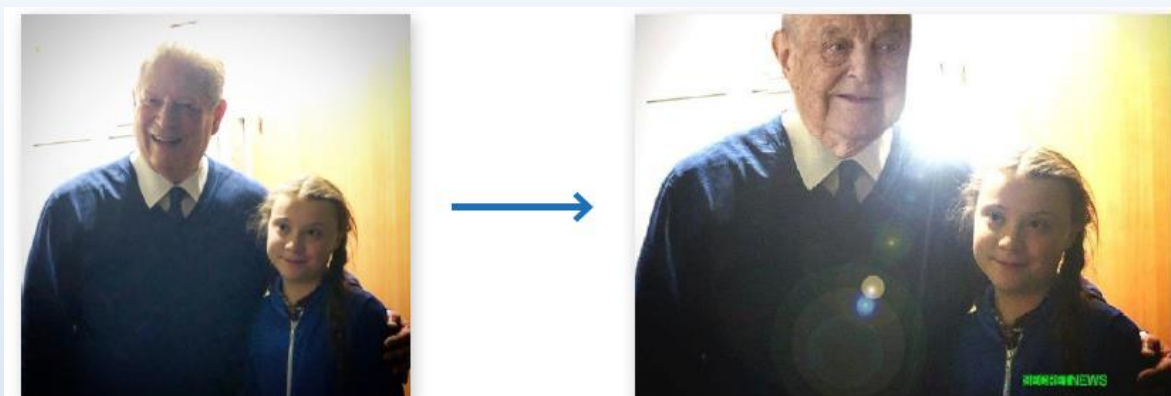


- Тази статия е озаглавена: „Южна Испания: Бежанците излизат на брега – плажуващи изпадат в страх и ужас“. Съдържанието на статията обаче не подкрепя твърдението за „туристи изпаднали в страх и ужас“ и включва видео, което показва, че туристите изобщо не са се уплашили от бежанците.
- Попитайте обучаващите се как са се почувствали гледайки снимката на статията?
- Поканете обучаващите се да разсъждават над това какво се цели да почувстват хората с тази новина.

- **Фалшив контекст:** Когато истинското съдържание се споделя с фалшив контекст.



- Този туит невярно твърди, че това е снимка на „дете, задържано от американските власти защото е нелегален мигрант“. В действителност снимката е направена по време на демонстрация срещу имиграционните политики на администрацията на Тръмп и детето изобщо не е задържано.
- Поканете обучаващите се да разсъждават над това какво се цели да почувстват хората с тази новина.
- Кои теми се адресират с това съдържание и с какви емоции се цели взаимодействие?
- **Манипулирано съдържание:** когато истинска информация или изображение се манипулират с цел измама.



- Оригинална снимка на срещата между Грета Тунберг и Ал Гор е невярно редактирана така, че да изглежда че младата шведска активистка се е срещала с Джордж Сорос.
- Поканете обучаващите се да разсъждават над това какво се цели да почувстват хората с тази новина.

След представяне на седемте категории, изброени по-горе, поканете обучаващите се да помислят за:

- Други примери за грешна информация или дезинформация, които биха свързали с всяка от седемте категории.
- Какви видове емоции според тях се опитват да предизвикат примерите по-горе? Отговорите вероятно ще се въртят около страх, гняв, тъга, отблъскване, притеснение и т.н. Отбележете факта, че силните емоции които току-що споменахте имат склонност да провокират също толкова силни реакции.
- Какъв тип реакция смятат за най-естествена? Обучаващите се вероятно ще споменат желанието да говорите за тези новини, да ги споделяте с други хора, да ги коментирате и т.н. - *по същество, реакции, които биха допринесли за разпространението на тази дезинформация.*

КОНЦЕПЦИЯ НА ДЕЗИНФОРМАЦИЯТА: КАК РАБОТИ ДЕЗИНФОРМАЦИЯТА?

Това е добър момент да отбележим, че емоционалната привлекателност е от изключителна важност за успеха на дезинформация. Преди да назовете тези емоции, попитайте участниците какво мислят (брейнсторминг сесия).

Дезинформацията винаги се опитва да влияе на вашите емоции: тя цели да ви накара да плачете, да крещите, да се ядосвате, да изпитате страх или погнуса. Поради тази причина тя обикновено засяга темите, на които хората държат най-много: децата, здравето, парите или публичните финанси.

Друга често използвана тема е тази за идентичността. Дезинформацията, свързана с идентичността, може да се отнася до:

- Национална идентичност (например ЕС да забрани нещо, типично национално);
- Религиозна идентичност (например статия, която сравнява правата на мюсюлманите с правата на християните)
- Социална идентичност (например изкривено представяне на събитие или дейност свързана с правата на гейовете, лесбийките, бисексуалните и транссексуалните)

Няколко примера:

- 'Европейски съд по правата на човека: От март 2016 г. кръщението на деца ще бъде забранено в държави-членки на Европейския съюз "(Италия, *Libero Quotidiano*, 2016).

- ‘Българските власти следват примера на Норвегия, като крадат деца от техните семейства “(снимки и публикации в социалните медии; част от кампания за дезинформация срещу социалната реформа касаеща децата в България; Ноември 2019 г.).
- Covid-19 е измама или целенасочено разработен от човека вирус (март 2020 г.).
- Социалното развитие и новите свободи се движат от феминистка или хомосексуална програма целящи да развратят обществения морал (понятията за феминистката и хомосексуалната пропаганда са познати дезинформационни опорни точки)¹⁴

Изключително ефективна стратегия за противодействие на разпространението на дезинформация, когато попаднете на информация, която ви провокира емоционално, е винаги да спрете и да помислите. Когато срещнете нещо, което ви кара да се чувствате ядосани или изплашени, винаги отделяйте малко време за размисъл: „**Чакай!** Защо това ме кара да се чувствам по този начин? “. Никога не забравяйте да потърсите и други източници, за да проверите надеждността на информацията.

!!! Тук започва по-теоретичната част от сесията. Не забравяйте да питате често аудитория какво мислят, дали се сещат за примери и или смятат, че са виждали или преживявали нещо от първо лице.

Естествените катализатори:

Съществуват редица фактори, свързани с обичайното човешко поведение, които служат като естествени катализатори на дезинформация. Те включват:

- **Пристрастие към собствената гледна точка:** хората обикновено предпочитат да четат и да се ангажират със съдържание, което отразява техните собствени възгледи. Това ги прави по-склонни да го споделят, дори и да не е истина.¹⁵
- **Хомофилия:** Поведението на хората онлайн (включително и споделянето на съдържание и коментирането) е повлияно от техните онлайн социални връзки, тъй като те обикновено са с хора със сходно мислене.¹⁶
- **Ехо камера/филтърен балон:** Пристрастие към собствената гледна точка и хомофилия взети заедно, водят до създаването на онлайн пространство (ехо камера), където хората чуват и споделят с техните връзки предимно информация, съответстваща на техните текущи вярвания. Това често е за сметка на различното мнение и без да се отчита истинността на съдържанието или източниците. Алгоритмите на социалните платформи допринасят за развитието на тези ехо камери.¹⁷

¹⁴ ЕС срещу дезинформация, „DISINFO: Европа носи тоталитарен феминизъм в Беларус, за да унищожи социалните ценности“, 2019, изтеглено на 19.04.2020 г., <https://euvsdisinfo.eu/report/europe-brings-totalitarian-feminism-to-belarus-which-destroys-societys-values/>

¹⁵ Уордъл и Дерахшан, 2017, стр. 50.

¹⁶ Алафилип, Гизикис и др., 2019, стр. 21.

¹⁷ Уордъл и Дерахшан, 2017, стр. 50.

Разпространението на дезинформацията:

Следващата графика¹⁸ е добър инструмент да разберем концепцията на разпространение на дезинформация:



Графиката илюстрира жизнения цикъл на дезинформацията. Оранжевата зона показва периода на нарастване, разпространение и пик на дезинформация. Синята зона представлява спада на дезинформацията чрез проверки, разпространение на истината и анализ на въздействието. Понякога виждаме отговори на дезинформацията, насочени към осигуряване на дългосрочно решение; те включват законодателни инициативи, социални движения или промяна на онлайн платформите, за да може да се идентифицира дезинформацията.

Графиката подчертава:

- Темите, които най-често се използват за дезинформация: социални, религиозни и политически възгледи.
- Формите на дезинформация: обикновено дигитални, като мемове, видеоклипове, статии, публикации в социалните мрежи.
- Инструментите за подсилване на дезинформацията: изкуственото разпространяване (автоматизирани ботове споделящи си съдържание за да подсилат ефекта), разпространението чрез инструменти (напр. платената реклама)

¹⁸ Александър Алафилип, Алексис Гизикис, Клара Ханот, Калина Бончева, „Автоматизирано справяне с дезинформацията“, Служба на ЕП за парламентарни изследвания, 2019, Брюксел, стр. 10.

или естественото разпространение (неволното разпространение от онлайн потребители).

- Важността за проверката както на съдържанието, така и на източника.
- Важната роля на разпространението на откритата истина за дезинформацията и повишаването на обществената бдителност по темата.

Дезинформацията не винаги следва всички етапи от този жизнен цикъл. Понякога дезинформацията бива идентифицирана на много ранен етап и обществената вреда е предотвратена навреме. В други случаи дезинформацията не се улавя и продължава да се разпространява много дълго време преди да изчезне.

Подсилването на ефекта и Социалните Мрежи

Едни от онлайн местата, където дезинформацията може най-лесно да се разпространи и да подсили ефектите на обществена вреда са социалните платформи като Facebook и Twitter. Това е така поради редица причини¹⁹:

- Социалните мрежи осигуряват изключително лесен начин за достигане до много хора. В действителност, ако напишете една провокираща емоциите статия или направите видео може да бъдете сигурни, че те ще достигнат до широка аудитория, която задължително ще го разгледа.
- Алгоритмите на тези платформи са проектирани така, че да промотират трупашото популярност съдържание. Това означава, че колкото повече потребители взаимодействат с дадена дезинформация, толкова повече потребители ще достига тя –ефектът на снежната топка.
- Дезинформацията обикновено работи чрез мрежа от канали, които участват в разпространението ѝ. Това понякога включва фалшиви профили и фалшиви групи, които споделят съдържанието така че платформите да го разпознаят като популярно. Друга възможност е платената реклама: псевдо-новинарски уебсайтове създаващи фалшиво съдържание, което промотират онлайн и взаимодействат с различни потребители, в резултат на което създателите му получават приходи от показването на реклами.
- Социалните мрежи предлагат много инструменти за микроцелева реклама. Това означава, че може да се създаде реклама, която да е насочена към конкретна аудитория, която с по-голяма вероятност би се ангажирала с дезинформацията. Целите на рекламата могат да бъдат определени на база на работна позиция, членство в конкретни групи, място на пребиваване и др.

Завършете сесията, като поискате обратна връзка от обучаващите се. По-добре запознати ли са вече с дезинформацията? Кое е най-важното, което със сигурност ще запомнят от тази сесия?

¹⁹ Александър Алафилип, Роман ... 'Присъствено обучение за преподаватели: Концептуалната основа на дезинформацията', EC DisinfoLab, 2020, гр. Залец