

ФОНДАЦИЯ “ПАРТНЬОРИ - БЪЛГАРИЯ”

МЛАДИТЕ ХОРА, ЧОВЕЩКАТА СИГУРНОСТ И МЕДИЙНАТА ГРАМОТНОСТ

НАРЪЧНИК ЗА УЧИТЕЛИ И МЛАДЕЖКИ
ФАСИЛИТАТОРИ



Фондация „Партньори – България“

МЛАДИТЕ ХОРА, ЧОВЕШКАТА СИГУРНОСТ И МЕДИЙНАТА ГРАМОТНОСТ

Наръчник за учители и младежки фасилитатори

София, 2024



U.S. Mission to NATO



Съдържанието на това ръководство е резултат от партньорството между екипите на Фондация „Партньори – България“ и PartnersGlobal в рамките на проект Ангажиране на младежта в борбата с дезинформацията и невярната информация. В подготовката му участваха д-р Даниела Коларова, Анета Калчева от Фондация „Партньори – България“ и Аналусия Партида Борего от PartnersGlobal.

Проектът се осъществява с финансовата подкрепа на Мисията на САЩ в НАТО. Цялата отговорност за съдържанието на документа се носи от Фондация „Партньори – България“ и при никакви обстоятелства не може да се приема, че този документ отразява официалното становище на Мисията на САЩ в НАТО. Мненията, констатациите и заключенията, посочени тук, са на авторите и не отразяват непременно тези на Държавния департамент на Съединените щати.

Фондация „Партньори – България“ (ФПБ) е неправителствена организация с независимо управление, регистрирана през 1998 г. Мисията ѝ е да подпомага процеса на демократично развитие в България, като оказва съдействие на институции, неправителствени организации и специалисти за подобряване на политиката и практиката в областта на правосъдието, социалните грижи, закрилата на децата, образованието, икономическото развитие и опазването на околната среда. Организацията работи за укрепване на диалога между гражданското общество, правителството и бизнес сектора, както и за насърчаване на участието на различни по-слабо представени организации, групи и етнически общности в процесите на вземане на решения.

© Автори: *д-р Даниела Коларова*
Анета Калчева – Спасова
Аналусия Партида Борего

Редактор: *Мария Зозикова, РЕДАКТОРИТЕ БГ*

Издател: *Фондация „Партньори – България“*
София 1164, ул. „Якубица“ 2а
www.partnersbg.org

ISBN 978-954-9945-74-4

Съдържание

ВЪВЕДЕНИЕ	5
Значение на дигиталните умения и медийната грамотност за младите хора	5
1. ЧОВЕШКА СИГУРНОСТ И МЕДИЙНА ГРАМОТНОСТ	10
1.1. Какво е човешка сигурност	11
Упражнение „Национална vs човешка сигурност“	17
Упражнение „Категории човешка сигурност“	19
Упражнение „Развенчаване на руската дезинформация за НАТО“	22
1.2. Медийна грамотност и човешка сигурност	27
Упражнение „Анализиране на медийни съобщения“	29
2. СПРАВЯНЕ С ДЕЗИНФОРМАЦИЯ И С НЕВЯРНА ИНФОРМАЦИЯ	32
2.1. Информационно разстройство: дезинформация, невярна информация и злонамерена информация	33
Упражнение „История на дезинформацията“	36
2.2. Видове дезинформация и невярна информация	37
Упражнение „Какъв тип новина е това?“	39
Упражнение „Фалшиво ли е, или не?“	41
Упражнение „Какво е проверка на факти?“	44
Упражнение „Инструменти за търсене на информация“	49
Упражнение „Обратно търсене на изображения“	51
Упражнение „Проверка на фактите: латерално четене“	52
2.3. Разпространение на дезинформацията	55
Упражнение „Защо споделяме?“	57
Упражнение „Това ли е, което изглежда?“	59
Упражнение „Реално или фотошоп?“	61
Упражнение „Фалшиви изображения и фалшиви новини – как да ги проверим?“	62
Упражнение „Изкуствен интелект (AI), алгоритми и информационно разстройство“	66
2.4. Филтър (информационен) балон	68
Упражнение „Едно и също ли виждаме?“	70
2.5. Киберсигурност	71
Упражнение „Оставяне на дигитален отпечатък“	72
3. РАЗВЕНЧАВАНЕ НА КОНСПИРАТИВНИ ТЕОРИИ	75
3.1. Какво е теория на конспирацията	76
3.2. Защо теориите на конспирацията са популярни	77
3.3. Черти на конспиративното мислене	77
3.4. Защита на обществото от теории на конспирацията	79
3.5. Как да говорим с теоретик на конспирацията	81
Упражнение „Това теория на конспирацията ли е?“	83
Упражнение „Конспиративни теории за COVID-19“	87
4. РОЛЯТА НА ИСТОРИИТЕ, РАЗКАЗИТЕ И ВЛАСТТА	95

4.1. Когнитивни пристрастия и идентичност	96
Упражнение „Какво е когнитивно пристрастие?“	97
Упражнение „Саморефлексия върху идентичността“	99
4.2. За властта	102
Упражнение „Ролята на властта“	103
Упражнение „Какво представляват историите и наративите?“ ..	104
5. МЛАДЕЖКА АНГАЖИРАНост И АКТИВНО ГРАЖДАНСТВО	107
5.1. Активно гражданство	108
5.2. Отговори на дезинформацията	109
Упражнение „Какви са отговорите на дезинформацията?“	110
Упражнение „Как реагираме?“	111
5.3. Младежите и социалните медии	112
Упражнение „Онлайн платформи и приложения“	114
Упражнение „Движения в социалните медии“	116
5.4. Граждански инициативи: как да изградим успешна кампания ..	117
Упражнение „Организиране на гражданска инициатива“	119
ПРИЛОЖЕНИЯ	122
БИБЛИОГРАФИЯ	137

ВЪВЕДЕНИЕ

ЗНАЧЕНИЕ НА ДИГИТАЛНИТЕ УМЕНИЯ И МЕДИЙНАТА ГРАМОТНОСТ ЗА МЛАДИТЕ ХОРА

Този *Наръчник* има за цел да повиши дигиталните умения и медийната грамотност сред младите хора. Той представя образователни инструменти за развитието на дигитално гражданство и критично мислене. Наръчникът отделя специално внимание на широкото разпространение на дезинформацията и невярната информация като опасности за човешката сигурност и благополучието на общностите. Той е създаден да повиши знанията и уменията на младите хора как да идентифицират, да спират и да се противопоставят на дезинформацията и невярната информация.

Днес младите хора имат множество източници на информация чрез интернет, който е тяхно основно средство както за поддържане на връзки в социалния им живот, така и за достъп до най-различно медийно съдържание. В тази среда уменията за медийна грамотност са ключови за навигирането в информационния поток и за по-доброто възприемане на огромна и разнообразна онлайн информация.

Огромното медийно съдържание излага младите хора на различни рискове поради нарастващото количество на дезинформацията и невярната информация. Най-ефективната мярка за защита от непроверена и изкривена информация са вътрешните селективни механизми на всеки човек, изградени върху умения за медийна грамотност и критично мислене. За да се постигне това ниво на възприемане, анализ и знания, е важно медийната и информационната грамотност да станат основна част от образователната система.

Министерство на образованието и науката в България въведе медийната грамотност в гражданското образование, но въпреки това учениците и учителите все още се нуждаят от ресурси и материали за преподаване в клас. Няколко инициативи, между които ръководените от Коалицията за медийна грамотност и други организации на журналисти и образователни експерти, се опитват да запълнят тази празнина чрез предоставяне на ресурсни материали и обучения на учители.

Предлаганият *Наръчник* е малък принос в тази посока и цели да запълни част от дефицитите в образователната система, като достигне до училища и в по-отдалечени райони извън столицата.

Според Институт „Отворено общество – София“ (2022) страните с най-висок индекс на медийна грамотност са развили най-голям потенциал да устоят на негативното въздействие на фалшивите новини и дезинформацията благодарение на качественото образование, свободните медии и високото доверие сред

хората. За съжаление, България е на последно място по медийна грамотност сред страните членки на Европейския съюз и заема 33-та позиция от общо 41 държави, включени в класацията. Страната се представя най-зле по качество на образованието, като изостава и от страни извън Европейския съюз в региона – Украйна, Сърбия и Турция, а в същото време получава сходни резултати с тези на Румъния.

Безопасното и отговорно използване на интернет е една от ключовите компетенции за дигитално обучение, важно за участие в днешния свят, движен от технологиите, където дигитализацията засяга живота, взаимодействията, обучението и работата. Според последния вариант на Рамката за дигитални компетентности на Европейския съюз (DigComp 2.2.) дигиталната компетентност се определя като „уверено, критично и отговорно използване и ангажиране с дигиталните технологии с цел учене, работа и участие в обществото“. Концепцията включва 21 компетенции и пет „основни области на компетентност“: информационна и цифрова грамотност, комуникация и сътрудничество, създаване на дигитално съдържание, безопасност и решаване на проблеми.

Като страна членка на ЕС България работи за пренасяне на тази политика на всички нива в училищното образование и в извънкласните часове. Стремехът е да се преодолеят значителните дефицити в дигиталните умения, поради което България е на най-ниско място в дигиталната компетентност на младежите в сравнение с всички останали страни членки.

От друга страна, проучване на EU Kids Online 2020 показва, че времето, прекарано онлайн от децата, се е увеличило почти двойно в сравнение с 2010 г. Според изследване на същата мрежа за 2010 г., проведено у нас, българските деца посвещават на онлайн дейности повече време от средното за Европа. Тази тенденция се е засилила през следващите години. Данните на Евростат за 2022 г. сочат по-голямо присъствие в интернет на българските деца, при това от по-ранна възраст. Въпреки че техническите им умения са се подобрили значително от 2010 г. насам, техните способности за критична оценка, комуникация и сътрудничество са ниски, вероятно поради бавно адаптиращата се към промените образователна система, липсата на ресурси и недостатъчната подкрепа на родителите.

Последното издание на международния тест за сравнителна грамотност PISA показва за пореден път ниски резултати на българските ученици. Родното училище не осъществява необходимата подготовка на възпитаниците си: знанията и уменията по математика на 54% от деветокласниците са под критичния минимум, 53% от тях не притежават елементарни навици за четене, а 48% имат драстични пропуски по природни науки. Свивът в резултатите на учениците е шокиращ – постиженията им по тези три предмета са от най-ниските в страната (далеч под средните за ЕС). Един от проблемите на образователната система е свързан с големите регионални различия в резултатите от обучението. Особено изостават в това отношение Северозападният и Северният централен район. Значително се отличават един от друг и градските и селските райони.

Държавните разходи за образование са сред най-ниските в ЕС: по-малко от 5,0% от текущите и капиталовите разходи в България, а по разходи за образователни институции на ученик се нареждаме заедно с Румъния на последните места в ЕС (2020 г.).

България е изправена и пред по-високо ниво на преждевременно напусналите училище в сравнение със средното за ЕС. Над 48% от учителите в системата на основното и средното образование са по-възрастни от 50 години – един от най-високите проценти в ЕС. Повечето училища, разположени в социално и икономически неблагоприятни райони – с високи нива на безработица и наличие на големи маргинализирани групи (напр. роми), семейства с ниска грамотност, ширеща се престъпност и др. – трябва да се справят с трудности като отпадане на деца от системата на средното образование, значителен брой ученици със специални потребности, слабо участие на семействата в училищния живот на техните деца и високо текучество на учители. В тези условия младите хора са затруднени да се възползват от възможностите, които дигиталните инструменти предлагат. Изследвания показват, че учениците, чиито родители имат поне диплома за средно образование, са по-склонни да използват интернет с цел търсене на информация (за повече подробности по дадена тема или критично четене на електронни вестници и новини).

В тази обстановка много млади хора стават по-податливи на дезинформация и невярна информация. Липсата на медийна и дигитална грамотност ги лишава от възможността за правилен анализ и оценка при достъп до определена информация, за създаване на съдържание в различни форми. Това са жизненоважни умения за младите хора, които развиват критично мислене, определят гражданското им участие и демократичните ценности. Много от тях не са подготвени да разпознават дезинформацията, пропагандата и фалшивите новини и да им се противопоставят. В същото време, както бе посочено, използването на онлайн платформи и социални медии от младото поколение е едно от най-високите в Европа. Тъй като онлайн платформите и социалните медии са основните източници на информация и комуникация за много младежи, е възможно те да бъдат използвани (съзнателно или несъзнателно) и за разпространение на дезинформация, невярна информация и фалшиви новини от всякакви участници, например представители на неприятелски държави, различни групи и отделни индивиди. Онлайн платформите и социалните медии могат да създадат ехо камери и филтърни балони – среда, където потребителите получават информация, която потвърждава техните вярвания и мнения и ги изолира от друга, противоречаща и оспорваща тези мнения. Това би могло да доведе до поляризация, радикализация и нетолерантност сред младите хора.

И накрая, има исторически и политически фактори, които също са способни да подтикнат някои млади хора към дезинформация, невярна информация и фалшиви новини, особено когато въздействат на емоции, страхове или предразсъдъци. Съществува например реална опасност младежите да бъдат

повлияни от националистически или популистски наративи, които експлоатират историческите нагласи или стремежи на определени групи хора, или от проруски и антизападни наративи, отразяващи геополитическите интереси или връзки на политически играчи. Дезинформацията може да има сериозни последици за младите хора и за цялото население, като засяга здравето, безопасността, сигурността и благополучието им, а също и тяхното участие в демократичните процеси и доверието им в институциите.

През 2023 г. доклад на Фондацията за човешки и социални изследвания в София разкри, че в България работят повече от 400 проруски сайта за дезинформация, които разпространяват неверни или подвеждащи съобщения по теми, засягащи пандемията от COVID-19, Европейския съюз, НАТО и Украйна. Тези сайтове използват различни техники – емоционална манипулация, теории на конспирацията и фалшиви експерти, за да повлияят на общественото мнение и да подкопаят доверието в демократичните институции.

През 2020 г., по време на пика на пандемията от COVID-19, много български медии и потребители на социални мрежи разпространяваха и засилваха дезинформацията, невярната информация и фалшивите новини за вируса, неговия произход, последствията и лечението му. Често се твърдеше, че вирусът е биологично оръжие, създадено от Китай или Съединените щати; че е измама или резултат от заговор за контрол на населението; че може да бъде излекуван с природни средства и алтернативни терапии или че ваксините са опасни и вредни. Тези зловредни слухове разколебаха доверието в институциите на България и провокираха неспазване на мерките за обществено здраве, включително отказ от ваксинации, което създаде риск за здравната сигурност и доведе до едно от най-високите нива на смъртност от COVID-19 в Европа.

• • •

Този *Наръчник* отговаря на необходимостта да се намали уязвимостта на българското население и особено на младите хора от дезинформация; да се насърчи медийната и информационната грамотност, критичното мислене и активната гражданска позиция. *Наръчникът* предлага интерактивни форми на обучение и помага за ориентиране в текущата информационна екосистема. Методологията включва изследване на медийното съдържание и мотивацията на тези, които го създават; анализ на начините за разпространение на това съдържание и прилагане на инструменти за проверка достоверността на информацията. Целта е да се осъзнае пътят, по който се създават новини; да се установят пристрастията и да се идентифицира дезинформацията; да се разграничават фактите от мненията. Учениците се научават да определят кога източниците на новини представят предубедена или подвеждаща информация; да търсят допълнителни източници, за да приемат или опровергават твърденията.

Целта е да могат да предотвратят разпространението на дезинформация и невярна информация, тъй като те водят до сериозни последици в области като здравеопазване, избори или социални въпроси. *Наръчникът* има задачата да помогне на учителите и младежките фасилитатори за прилагане на методи, с които да развият критичното мислене на учениците, за да изградят медийна грамотност. Така учениците ще могат да поставят под съмнение предположения, да анализират информация, да оценяват източници и факти и да се ориентират в множество гледни точки – всичко това са решаващи умения за навигиране в сложния и постоянно развиващ се медиен пейзаж.

Авторите благодарят на всички, допринесли за създаването и усъвършенстването на този *Наръчник*, в това число и на учителите, специалистите и учениците от градовете Гоце Делчев, Благоевград, Монтана и Вършец, които споделиха мнения и предложиха ценни идеи.

ПЪРВА ГЛАВА

ЧОВЕШКА СИГУРНОСТ И МЕДИЙНА ГРАМОТНОСТ

Цели

- Да задълбочи разбирането за човешката сигурност, като се представят нейните характеристики, категории и принципи.
- Да демонстрира как дезинформацията и фалшивите новини могат да се превърнат в заплаха за човешката сигурност.
- Да подчертае необходимостта от обучение на младите хора по медийна грамотност, за да противодействат на дезинформацията и фалшивите новини.

Съдържание

1.1. Какво е човешка сигурност

Упражнение „Национална vs човешка сигурност“

Упражнение „Категории човешка сигурност“

Упражнение „Развенчаване на руската дезинформация за НАТО“

1.2. Медийна грамотност и човешка сигурност

Упражнение „Анализиране на медийни съобщения“

1.1. Какво е човешка сигурност

Концепцията за човешка сигурност е въведена официално през 1994 г. в Доклада за човешкото развитие на Програмата на ООН за развитие (ПРООН/UNDP).

В Доклада се подчертава, че традиционното разбиране за сигурност се фокусира изключително върху заплахите, отправени към държавата, а не към отделните лица и групи в нея. Човешката сигурност се схваща като допълнение към държавноцентрираните дефиниции за сигурност, но с по-широк обхват на заплахите, предизвикателствата и проблемите, които са свързани с нея. Сигурността в наши дни не се отнася само до заплахи за съществуването на държавите; тя по-скоро е фокусирана върху оцеляването на хората и защитата на тяхното благоденствие. Това изместване на фокуса от държавата към индивида означава следното:

- Не държавата, а индивидът се установява като „референтен обект“ на сигурността;
- Засилва се връзката между сигурността на държавата и сигурността на хората;
- Приема се, че заплахите за сигурността се създават от множество участници и действия на други държави;
- Признават се решения извън военния капацитет и действия.

Човешката сигурност е част от развитието на човека и неговите права; това означава да се чувстваш в безопасност на улицата или да можеш да говориш свободно и да влияеш върху вземането на политически решения на местно и национално ниво. Човешката сигурност е свързана с нашата реакция на възникнала спешна физическа или материална заплаха за индивидите и общностите. От гледна точка на човешката сигурност политическата стабилност представлява многоизмерен подход, който се съсредоточава върху социалната справедливост, мира и устойчивостта. Стабилността обикновено включва управление на политически, социални, икономически и екологични рискове.

Основен принцип на подхода към човешката сигурност е да се гарантира спазването на правата на човека, безопасността, достойнството и благополучието на хората и общностите, в които живеят. Това е главното предизвикателство, а не военната победа или временното намаляване на насилието. То означава, че както гражданските, така и военните инициативи трябва да поставят на преден план защитата на цивилните пред поражението на врага. Казаното се отнася както за физическа, така и за материална защита, тоест тя засяга икономически и социални, а също граждански и политически права.

Докладът за човешкото развитие на Програмата на ООН за развитие (ПРООН) разглежда човешката сигурност като цялостна и ориентирана към бъдещето концепция. Според него двата основни компонента на човешката сигурност са

свобода от страх, което означава защита срещу физическо насилие, и *свобода от нужда*, насочена към бедността и правото на адекватен стандарт на живот.

- **Свободата от страх** се отнася до защитата на индивидите от преки заплахи за тяхната безопасност и физическа цялост, включително различни форми на насилие, произтичащи от действията на други държави, на държавата срещу нейните граждани, на едни групи срещу други и от действията на индивиди срещу индивиди.
- **Свободата от нужда** се отнася до защитата на основните потребности и икономическите, социалните, културните и екологичните аспекти на живота и поминъка на хората.
- По-късно в Програмата за устойчиво развитие до 2030 г. е добавена **свободата за достоен живот**, като се акцентира върху зачитането на основните принципи на демокрацията, върховенството на закона и човешките права и свободи.

ООН разглежда седем предизвикателства и заплахи за човешката сигурност, пред които са изправени индивидите и общностите, освен военните заплахи за националната сигурност. Те са изброени по-долу.

1. Икономическа сигурност. Осигуряване на средства за препитание или достъп до защитна мрежа в случай на унищожаване на поминъка (със специален акцент върху бедните, маргинализираните и уязвимите групи).

2. Продоволствена (хранителна) сигурност. Основните хранителни изисквания са изпълнени и достъпът до храна е осигурен (системите за разпределение са налице и цените отразяват местния капацитет за плащане).

3. Здравна сигурност. Достъп до здравни услуги и лекарства и ниско излагане на болести, особено тези, които са лесно лечими. Налице са превантивни стратегии и съоръжения, както и канализационни системи и достъп до чиста вода.

4. Сигурност на околната среда (екологична сигурност). Намалена уязвимост към природни и причинени от човека бедствия чрез прилагане на стандарти, системи за ранно предупреждение и стратегии за смекчаване и справяне с ефекта от тях.

5. Лична сигурност. Отнася се до уязвимостта към физическо, психическо и психологическо насилие и/или малтретиране. Уязвимите групи (жени, момичета, хора с увреждания, възрастни, малцинства) са изложени на по-голям риск от насилие.

6. Сигурност на общността. Отнася се до съществуващите системи, които позволяват на общностите да се развиват и процъфтяват, подкрепени от споделени ценности и идентичности. Подкрепящите общностни практики изграждат приобщаващ социален капитал и връзки, докато разрушителните общностни

практики изграждат идентичност чрез маргинализиране на различните.

7. Политическа сигурност. Институции (по-специално секторът за сигурност) и участници, които зачитат правата на човека и позволяват политическо участие на всички групи.

По този начин подходът за човешка сигурност призовава към интегрирани действия сред мрежа от заинтересовани страни, за да се осигурят трайни отговори на най-трудните дефицити в мира и развитието. Той насърчава партньорството с множество заинтересовани страни, като ангажира широк кръг участници от системата на ООН, правителствата, частния сектор, гражданското общество и местните общности. Създава се възможност да се оползотворят синергии, които капитализират сравнителните предимства на различните заинтересовани страни. Подходът призовава също към „локализация и грижа за всеки“, което дава значителна насоченост към местните реалности. Той помага да се локализируют международни и национални програми, за да се гарантира, че местните особености и нужди са взети предвид.

Превенцията е друга ключова цел на човешката сигурност. Тя се занимава с основните причини за уязвимостите, фокусира вниманието върху възникващите рискове и набляга на ранните действия. Превенцията укрепва местния капацитет за изграждане на устойчивост и насърчава решения, които подобряват социалното сближаване и подкрепят зачитането на човешките права и достойнство.

Заплахите за тези седем компонента на човешката сигурност или несигурност могат да се появят по всяко време, да бъдат дългосрочни и всеобхватни. Всеобхватни заплахи, като например големи различия в доходите, неравномерно разпределение или достъп до ресурси, нарушаване на личната сигурност или заплахи от силите за сигурност, както и внезапни или непредвидени – глад, финансови кризи или пандемии – могат да предизвикат конфликти и в стабилни, и в рискови зони. Такива заплахи, както и личната и общностната несигурност, се изострят значително по време на конфликти. Ако по-дългосрочните несигурности не бъдат разгледани в етапите на възстановяване или развитие след конфликта, съществува риск дадена страна или регион да изпадне отново в конфликт. По същия начин внезапните, непредвидени или ограничени във времето заплахи могат да увеличат неравенството, насилието и да изместят траекторията на развитие. Важно е да се отбележи, че тези компоненти на сигурността са свързани помежду си и взаимно се подсилват. Например икономическата несигурност оказва влияние върху достъпа до здравни услуги, лекарства и хранителни продукти, докато екологичната може да повлияе върху способността да се произвежда храна и да се продава на достъпни цени. Политическата несигурност е способна реално да въздейства върху личната сигурност и сигурността на общността, а нарушаването на човешките права на определени групи – върху сигурността във всички други области.



Ролята на НАТО за човешката сигурност

В продължение на 75 години НАТО се ръководи от ангажимента за защита на свободата и сигурността на своите членове. Човешката сигурност е обявена за приоритет на последните срещи на върха и в стратегическите документи. Стратегическата концепция на НАТО от 2022 г. подчертава голямото ѝ значение като пряко свързана с общите ценности на Алианса за лична свобода, права на човека, демокрация и върховенство на закона. Тя е базирана на подхода към човешката сигурност на ООН. Организацията на обединените нации концептуализира човешката сигурност като многосекторен подход, който идентифицира и адресира широко разпространени и междусекторни предизвикателства пред оцеляването, поминъка и достойнството на хората. Възприемането на такъв подход от НАТО означава съображения за цялостна безопасност и сигурност на населението във всички етапи и нива на операции, мисии и дейности на Алианса с цел предотвратяване и реагиране на рискове и заплахи за всички хора, особено в конфликтни или кризисни ситуации.

Дейността на НАТО във връзка с човешката сигурност се фокусира върху пет области, в които Алиансът може да бъде най-ефективен: защита на цивилни лица; предотвратяване и реагиране на свързано с конфликт сексуално насилие; борба с трафика на хора и деца, въоръжени конфликти; опазване на културните ценности.

Ръководните принципи на НАТО

1. **Фокус върху хората;** интегриране на перспективата за равенството на половете; отчитане на различното въздействие на конфликта и кризата върху различните групи от населението, особено върху лица в ситуация на уязвимост или маргинализация.
2. Ориентиране към **превенцията и защитата.**
3. **Съобразяване с местните обичаи** и социалните норми в общностите, влизащи в контакт с НАТО по време на неговите операции, мисии и дейности, като същевременно се зачитат общите ценности и принципи на Алианса.
4. Спазване на всички положения, свързани с **международното право.**
5. Уважение и **осигуряване на пространство** за неутрална, независима и безпристрастна работа на **хуманитарните участници**, чиято оперативна жизнеспособност и безопасност е от съществено значение по време на въоръжен конфликт и други ситуации на насилие.
6. Пълно **зачитане на суверенитета и териториалната цялост на държавите.**

Когнитивна сигурност

Концепцията за когнитивна сигурност е въведена през последните години във връзка с когнитивната война, която включва „дейности, извършвани в синхрон с други инструменти на властта, за да се въздейства върху нагласите и поведението, като се влияе, защитава или нарушава когнитивната сфера на индивид, група или население с цел получаване на предимство пред противника“.

Създадено да **променя възприятията за реалността**, оформянето на човешкото познание се превръща в критична сфера на войната.

Според публикации на НАТО **когнитивната война** се фокусира върху атакуване на рационалността, което може да доведе до използване на уязвимости и системно отслабване на способността за рационално мислене. Например руските социални медии и инструменти за обществена информация са насочени към голяма част от международната общност в опит да се обвини Украйна като виновна за войната, да се раздели общественото мнение и да се подкопае доверието в институциите. Чрез комбинация от комуникационни технологии, фалшиви новини и манипулиране на възприятията Русия цели да повлияе на

общественото мнение, както и да разруши общественото доверие към отворените източници на информация. Военната инвазия на Русия в Украйна е подсилена с дейности като целенасочена пропаганда, кампании за дезинформация и подкрепа от нейните партньори.

Някои от тези похвати на когнитивната война са очевидни и директни: получателите на руска дезинформация изгубват способността си да идентифицират факти и да ги разграничават от измислици. Това има потенциално дългосрочно въздействие – разделение в обществото и загуба на доверие в медиите и институциите, което по този начин ги лишава от ролята им да управляват и да служат на гражданите.

Прекомерното използване на интернет ежедневно излага потребителите на опасности, създавани от агенти зад екраните, които генерират враждебно, злонамерено съдържание. Използването на фалшиви новини и дезинформация в социалните медии представлява заплаха за социалната стабилност и демокрацията.

Упражнение „Национална vs човешка сигурност“

Концепцията за международна сигурност еволюира от защита на националната до защита на човешката сигурност. Съгласно Устава на ООН националната сигурност се отнася преди всичко до защита на териториалната цялост и забрана за използване на сила като традиционни компоненти на сигурността. Човешката сигурност се занимава с по-широк набор от заплахи, засягащи отделните индивиди и народа в една държава. Те включват нарушения на правата на човека, извънредни ситуации, свързани с общественото здраве, екологични проблеми и други въпроси, които не се отнасят пряко до защитата на националния суверенитет.

Цели на упражнението: Да се изследват разликите между националната и човешката сигурност и да се повиши разбирането за видовете заплахи за сигурността, свързани с държавите, общностите и индивидите.

Времетраене и материали

Продължителност: 40 минути

Материали: флипчарт, големи листове хартия, маркери

Процедура

1. Попитайте учениците пред какви видове заплахи за сигурността са изправени нациите, хората и общностите днес. Тези заплахи биха могли да бъдат международни, регионални или местни и да засягат всички лица или конкретни групи. Може да подпомогнете генерирането на идеи и да улесните мозъчната атака, като напишете техните отговори на лист хартия.

Примерни отговори:

- *Военна инвазия в съседна държава.*
- *Недостиг на основна храна или вода.*
- *Липса на достъп до здравни услуги за определени групи от населението.*

2. Фасилитирайте дискусията относно разликите между сигурността на държавата и сигурността на индивидите и общностите по отношение на заплахите, средствата и действащите лица.

3. Използвайте таблицата по-долу, за да сортирате отговорите на листа хартия.

Национална сигурност vs човешка сигурност

	Национална сигурност	Човешка сигурност
	<i>Държава</i>	<i>Индивиди и общности</i>
Заплахи	Външни, военни атаки, насочени срещу държавата; структурирано насилие	Физическо насилие, социално-икономически, екологични, хранителни, здравни, общностни и политически заплахи; структурирано и неструктурирано насилие
Средства	Отбрана, инвестиции във военни средства; институционализирани инструменти	Овластяване и защита чрез насърчаване на човешките права и човешкото развитие; институционализирани и неинституционализирани инструменти
Действащи лица	Държавни институции	Международни, регионални и национални правителства и НПО; държави; самите хора като активни участници в грижата за тяхното благосъстояние

Упражнение „Категории човешка сигурност“

Има седем категории човешката сигурност: икономическа, продоволствена, здравна, екологична, лична, общностна и политическа. Между категориите на човешката сигурност съществуват връзки и припокривания.

Цели на упражнението: да се повишат знанията на учениците относно концепцията за човешка сигурност; да се предизвика дискусия въз основа на практически примери, свързани с всяка от седемте категории човешка сигурност.

Времетраене и материали

Продължителност: 45 минути

Материали: флипчарт, големи листове хартия, маркери, копия на *Работен лист 1* „Категории човешка сигурност“

Процедура

1. Раздайте *Работен лист 1* и предложете на учениците да разсъждават върху всяка от седемте категории човешка сигурност (5 минути).
2. Помолете ги да се разделят на малки групи и им дайте 25 минути да обсъдят заплахите за сигурността (икономическата, продоволствената, здравната; екологичната, личната, общностната и политическата) в страната. Учениците обсъждат и как когнитивната сигурност е свързана с всяка от тези категории. Те дискутират как изглеждат заплахите срещу общностите и индивидите по дадени от Вас конкретни примери. Участниците размишляват и за заплахите, идващи отвън, както и за тези, които засягат уязвими или маргинализирани групи.
3. Пленарна сесия. През последните 15 минути от това упражнение всяка група докладва своите идеи и отговаря на въпроси.
4. Заедно обсъдете заплахите, които попадат в повече от една категория.

Това упражнение може да бъде представено и чрез метода „Световно кафене“.

1. **Обстановка.** Организирайте стаята, като осигурите седем маси, на които оставете лист хартия и цветни маркери. На всеки лист е написана една категория човешка сигурност. Към масите са нужни четири стола, но това зависи и от броя на участниците.
2. **Въведение.** На всяка маса има домакин (фасилитатор), който представя процеса и напомня задачата.
3. **Завъртане на малките групи.** Процесът започва с първия от 15-минутните разговори около една маса. После всяка група се премества на следваща маса,

прочита идеите, оставени на листа от предишната група, и добавя нови. Когато малките групи преминат край всички маси, домакините на всяка група докладват резултатите от техните разговори.

Категории човешка сигурност

Типове сигурност	Примери за заплахи	Описание на заплахата
Икономическа сигурност	Икономическа криза	Безработица
Продоволствена сигурност		
Здравна сигурност		
Екологична сигурност		
Лична сигурност		
Общностна сигурност		
Политическа сигурност		

Упражнение „Развенчаване на руската дезинформация за НАТО“

Непредизвиканата война на Русия срещу Украйна разруши мира и стабилността в Европа. Правителството на Русия се стреми да установи сфери на влияние и да контролира други държави чрез принуда, подривна дейност, агресия и анексиране. За постигане на тези цели се използват различни средства – конвенционални, кибер- и хибридни, включително дезинформация срещу съюзниците и партньорите на НАТО. Алиансът не търси конфронтация и не представлява заплаха за Русия, но отговаря на руските заплахи и действия по единен, устойчив и отговорен начин. Това включва противодействие на дезинформацията и развенчаване на различни митове, предназначени да объркват и разделят съюзниците и партньорите на НАТО.

Цели на упражнението: да се повишат знанията на учениците относно фактите, необходими за развенчаване на руската дезинформация за НАТО, и да се развият уменията им в тази насока.¹

Времетраене и материали

Продължителност: 30 минути

Материали: Работен лист 2 „Стъпки при развенчаване на митовете“; Карти „Митове и факти за НАТО“

Процедура

1. Раздайте на всеки ученик листовите „Стъпки при развенчаване на митовете“. Обяснете с пример как работи развенчаването.
2. Помолете учениците да се разделят на малки групи. Дайте на всяка група карта с мит и основни факти, свързани с него. Помолете ги да развенчаят мита, като използват стъпките.
3. Учениците трябва да запишат на голям лист четирите стъпки за развенчаване на мита и ако е необходимо, да посочат фигури, диаграми, карти и други визуални материали в подкрепа на своите аргументи. следния ли

Те могат да се позовават на информация от:

<https://www.nato.int/cps/en/natohq/115204.htm>

4. Всяка група докладва в пленарната сесия как развенчава мита, който е обсъждала.

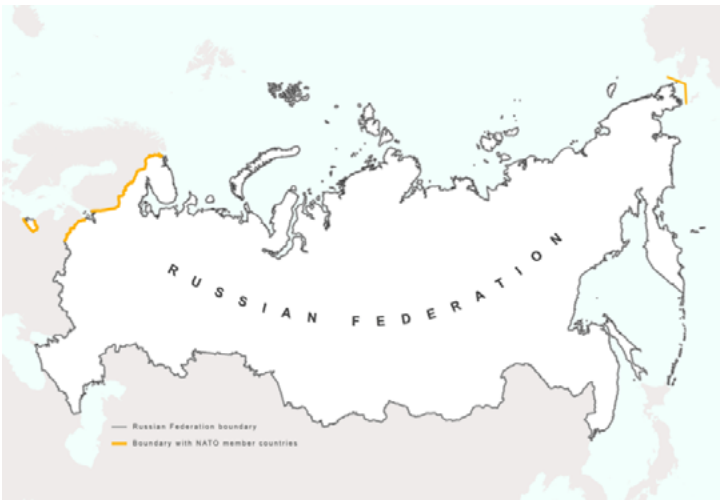
¹ Това упражнение е подготвено с материали от: <https://www.nato.int/cps/en/natohq/115204.htm>

Стъпки при развенчаване на митовете

1	Основни факти	Наблегнете на това, което е истина, пред това, което е погрешно. Изследванията показват, че когато коригирате дезинформация, най-добре е първо да въведете основния факт, преди да представите невярната информация, която трябва да бъде коригирана.
2	Изрично предупреждение	Преди да посочите мит, предупредете, че предстоящата информация е невярна.
3	Алтернативно обяснение	За да бъде ефективно, развенчаването трябва да запълни информационната празнина, останала след опровергаването на мита. Когато замените невярна информация, обяснете нещата възможно най-ясно.
4	Графики	Визуалните елементи могат да помогнат за по-доброто илюстриране на основните факти.

Карти „Митове и факти за НАТО“

Мит: НАТО е във война с Русия в Украйна	Факти: НАТО не е във война с Русия и не търси конфронтация с нея. Той подкрепя Украйна в правото ѝ на самоотбрана, както е залегнало в Устава на ООН. В отговор на агресивните действия на Русия НАТО продължава да засилва своя потенциал за отбрана и готовност да защитава всеки съюзник. НАТО е отбранителен съюз. Основната задача на Алианса е да осигурява безопасност на държавите членки. В съответствие с член 5 от Северноатлантическия договор съюзниците имат ангажимент да защитават всеки сантиметър от територията на членовете на Алианса; своите близо милиард души и да се борят за защита на свободата и демокрацията.
Мит: НАТО е обещал на Русия, че няма да се разширява след Студената война	Факти: Такова споразумение никога не е сключвано. НАТО е отворен за нови членове от основаването си през 1949 г. Нито един договор, подписан от съюзниците на НАТО и Русия, не включва разпоредби за членство в НАТО. Решенията за членство в Алианса се вземат с консенсус между всички съюзници. Русия няма отношение към тези решения, нито право на вето. Отделните съюзници не могат да сключват споразумения от името на НАТО, напр. американските президенти нямат право да преговарят с руските президенти за разширяването на Алианса. Членството в НАТО е решение на съюзниците му и на онези страни, които желаят да се присъединят.
Мит: НАТО е агресивен съюз	Факти: НАТО е отбранителен съюз и не търси конфронтация, нито е заплаха за Русия или за други нации. Русия го направи. НАТО полага значителни усилия за установяване на стратегическо партньорство с Русия. Съветът „НАТО – Русия“ е работил по въпроси, вариращи от борба с наркотиците и тероризма до реакция при граждански извънредни ситуации. С агресивното си поведение в страни като Грузия и Украйна Русия сложи край на надеждата за мирно сътрудничество. Съюзниците от НАТО положиха дипломатически усилия, за да я убедят да промени курса си. НАТО проведе последното заседание на Съвета „НАТО – Русия“ през януари 2022 г., за да призове Путин да спре подготовката за война, но той избра войната.

Мит: Разполагането на бази на НАТО е заплаха за Русия	Факти: В отговор на незаконното анексиране на Крим от Русия и дестабилизирането на Източна Украйна през 2014 г. НАТО спря практическото сътрудничество с Русия, като същевременно поддържа политически диалог. НАТО разположи четири многонационални бойни групи в балтийските държавии Полша през 2016г. Преди агресивните действия на Русия през 2014 г. не е имало разполагане на войски на НАТО в източната част на Алианса. След пълномащабното нахлуване на Русия в Украйна през 2022 г. НАТО засили своята възпираща и отбранителна позиция в източната си част, като удвои броя на многонационалните бойни групи от четири на осем и постави 40 000 войници под пряко свое командване. Агресивните действия на Русия са тези, които разрушиха мира в Европа. Те подкопават международната сигурност и стабилност. Освен агресията срещу Украйна Русия има военни бази и войници в Грузия и Молдова – без съгласието на техните правителства.
Мит: НАТО обкръжава Русия	Факти: По територия Русия е най-голямата държава в света, почти два пъти по-голяма от САЩ и Китай. Когато Финландия се присъедини към Алианса през април 2023 г., сухопътната граница на НАТО с Русия се увеличи повече от два пъти. Дори след това само 11% от сухопътната граница на Русия се споделя със страните от НАТО. Никой не е притиснал Русия в ъгъла. Трудно е да се заобиколи държава с единадесет часови зони. 

Мит: Украйна няма да влезе в НАТО	Факти: Украйна ще стане член на НАТО. Алиансът подкрепя правото на всяка страна да избира своите собствени мерки за сигурност, включително Украйна. Съюзниците в НАТО решават относно членството в него. НАТО няма право на вето. На срещата на върха във Вилнюс съюзниците потвърдиха ангажимента, поет от тях през 2008 г. в Букурещ, че Украйна ще стане член на Алианса, когато бъдат изпълнени условията и съюзниците се съгласят. Те премахнаха изискването да има план за действие за членство, променяйки пътя на членството на Украйна от двуетапен на едноетапен процес. НАТО засилва политическото и практическото сътрудничество с Украйна. Освен това съюзниците се споразумяха за нова многогодишна програма, която да помогне на украинските въоръжени сили да преминат от съветската ера към стандартите на НАТО и да укрепи сектора за сигурност и отбрана на Украйна, за да устои тя на по-нататъшната руска агресия. Украйна вече е по-близо до НАТО от когато и да било. Във Вилнюс лидерите на съюзниците повториха, че бъдещето на Украйна е в НАТО.
Мит: Операциите на НАТО извън зоната доказват, че Алиансът не е отбранителен	Факти: НАТО се намеси в бивша Югославия, за да спре кръвопролитията и да спаси животи. През периода 1992 – 1995 г. предприе военни операции в Босна, наложи забранена за полети зона и осигури въздушна подкрепа за мироопазващите сили на ООН. Това бе възложено от Съвета за сигурност на ООН, чийто член е Русия. Въздушните удари на НАТО срещу позиции на босненските сърби през 1995 г. проправиха пътя за Дейтънското мирно споразумение, което сложи край на войната в Босна, убила над 100 000 души. От 1996 г. НАТО ръководи мироопазващи сили в Босна, включващи войски от Русия. Европейският съюз пое тази мисия през 2004 г. След операцията на НАТО в Косово през 1999 г. последва година на дипломатически усилия, с участието на Русия, за прекратяване на конфликта. Мисията на НАТО помогна да се сложи край на продължителните нарушения на човешките права и убийствата на цивилни. KFOR, текущата мироопазваща мисия на НАТО в Косово, има мандат на Съвета за сигурност на ООН и се подкрепя от Белград и Прищина.

1.2. Медийна грамотност и човешка сигурност

Човешката сигурност подчертава тройната връзка между сигурността, развитието и правата на човека като основни елементи на човешката и националната сигурност. Това означава защита на основните права и свободи, които са от съществено значение за живота. Технологичният прогрес има голямо въздействие върху всички сфери на живота, върху националната и международната сигурност за обществото и за отделните хора. За съжаление, враждебни чуждестранни и местни лица манипулират истината, като изкривяват информацията, за да подкопаят социалната устойчивост. Социалните медийни платформи предоставят среда и възможности за възпроизвеждане, разпространение и валидиране на дезинформация и невярна информация.

За да се предотврати такава заплаха за човешката сигурност, е важно да се повиши медийната грамотност сред гражданите и особено сред децата и младите хора.

Използвани добре, медиите могат да забавляват, информират и ангажират по положителен начин. Те помагат на хората да станат по-компетентни в цифровата ера, да изразяват себе си и да общуват с другите. Посланията и информацията, получавани чрез медиите, способстват за оформянето на техните вярвания, нагласи, ценности. Но отрицателното въздействие, което медиите биха могли да имат върху децата и младежите, също е значително. Когато те прекарват много време онлайн, са изложени на съобщения и информация, които могат да повлияят негативно върху тяхното здраве и благополучие и да доведат до ниско самочувствие, депресия, злоупотреба с вещества и други негативни явления.

Способността за ориентация в сложната и непрекъснато променяща се медийна среда изисква добра медийна грамотност. Тя зависи от придобиването на умения и инструменти, за да знае човек как да консумира и оценява информация, да задава критични въпроси, да избягва манипулации и да участва безопасно и уверено в цифровите пространства.

Годишникът на ЮНЕСКО, публикуван през 2016 г., определя десет умения, които трябва да се развият, за да се постигне медийна грамотност:

1. Ангажиране с информация, медии и технологии.
2. Умения за прилагане на информационни и комуникационни технологии, за да се обработва информация и да се произвежда генерирано от потребителите съдържание.
3. Етично и отговорно използване на информацията, съобщаване на личното разбиране или новосъздадено знание на публика или читателска аудитория в подходяща форма и среда.
4. Извличане и организиране на информация и медийно съдържание.

5. Критично оценяване на информацията и съдържанието на медиите и други доставчици на информация по отношение на надеждност, достоверност, текуща цел и потенциални рискове.
6. Намиране на подходяща информация и медийно съдържание.
7. Синтезиране на идеите, абстрахиране от конкретното съдържание.
8. Разбиране на условията, при които тези функции могат да бъдат изпълнени.
9. Знание за ролята на медиите и другите доставчици на информация в демократичните общества.
10. Разпознаване и формулиране на нуждата от информация и медии.

Упражнение „Анализиране на медийни съобщения“

Цели на упражнението: да повиши осведомеността за конструкцията и мотивацията на медийните съобщения; учениците да придобият знания как да идентифицират надеждни източници и да се противопоставят на манипулативна информация.

Времетраене и материали

Продължителност: 60 минути

Материали: смартфони, интернет; *Работен лист 3*

Процедура

1. Учениците се разделят на малки групи, като избират различни фалшиви новини от интернет или фасилитаторът раздава предварително отпечатани фалшиви новини.

2. Групите обсъждат новините, запознават се със съдържанието на *Работен лист 3* и отговарят на следните въпроси:

- ✓ Кой е създателят на тази медия/това медийно съобщение? Какво знаем за него и неговите интереси?
- ✓ Как се привлича вниманието на читателите?
- ✓ Как различните хора биха интерпретирали това послание? (възрастови групи, пол, местоположение, социален и икономически статус, образование, политическа и етническа принадлежност и др.)
- ✓ Какви ценности и гледни точки са показани в съобщението? Какво липсва?
- ✓ Защо се изпраща това съобщение? За забавление, убеждаване или информиране? За печелене на пари или власт?

Как да анализираме новини и медийни съобщения

Медийните съобщения могат да бъдат анализирани чрез задаване на набор от въпроси.

Кой?

- *Кой е авторът или създателят на съобщението?*
- *Каква информация може да се намери за автора или за създателите на съобщението?*
- *Кой има контрол върху създаването и разпространението на съобщения?*

Зад всяка медийна публикация стоят конкретни хора, които са я създали. Те имат определен житейски опит, мнение, лична мотивация, често и някои журналистически, маркетингови, творчески, бизнес умения или професионална експертиза. Информацията става медийно съобщение в момента, в който бъде публикувана от медия. В някои медии ръководството или собственикът упражняват висок контрол върху създаването и разпространението на съобщения. Те следват своите интереси, най-често търговски или политически. В други медии (като социалните мрежи) създаването и разпространението на съобщения е до голяма степен в ръцете на техните потребители. Ако знаем автора и разпространителя на медийното съобщение, по-лесно можем да разберем защо е създадено, като го поставим в по-широк контекст.

Какво?

- *Какво е съдържанието на съобщението?*
- *Какви мнения или ценности присъстват в съобщението?*
- *Какви са източниците на информация?*
- *Може ли да се провери информацията?*
- *Каква информация не е включена в съобщението?*

Медийното съобщение казва нещо. Може да предава факти, да изразява мнения, да популяризира или критикува някои ценности и нагласи. Почтените създатели на съобщения помагат да се разграничи типът на съобщението, като ясно разделят новините от коментарите или персонализираното съдържание от платената реклама. Получателите трябва да познават източниците, за да преценят тяхната уместност и достоверност. Важно е също какво липсва в съобщението. Потребителите могат да разберат дали създателят се опитва да представи множество гледни точки, или не.

Кого?

- *За каква целева група е предназначено съобщението?*

- *Как то стига до получателите и как се разпространява?*
- *Как съобщението може да повлияе на мненията, нагласите и поведението на получателите?*

Всяко съобщение има своя целева група. Създателите се опитват да научат колкото е възможно повече за тази група и да адаптират формата и съдържанието на съобщението към нея. Източник на информацията са различни изследвания и анализът на потребителската активност в интернет и в социалните мрежи. Всяко кликане, което човек прави, се записва. Автоматичните алгоритми все повече решават какъв вид съобщение да достигне до нас чрез интернет. Те са настроени да показват какво ни интересува и какво харесваме. Важно е да се осъзнае, че хората възприемат и интерпретират едни и същи медийни послания по различен начин. Социодемографските характеристики, личният опит, мненията и нагласите играят роля за отношението към съобщенията. Информацията за корупция в политическа партия ще бъде обработена различно от нейните привърженици и от опонентите ѝ.

Как?

- *Как съобщението се опитва да привлече внимание?*
- *Какъв е езикът и аудиовизуалната форма на комуникация и защо?*
- *Какви емоции може да предизвика съобщението и защо?*

Създателите на медийни съобщения се опитват да привлекат вниманието с удебелени заглавия, изображения или видеоклипове. Отличителен елемент на повечето комуникации е избраният език. Той може да бъде неутрален или емоционален; авторите могат да говорят директно на получателите на съобщението, да им задават въпроси или да ги канят да реагират. Ако човек осъзнае средствата, чрез които авторите се опитват да привлекат вниманието му и да предизвикат някакви емоции, той ще бъде по-устойчив на манипулации.

Защо?

- *Защо е създадено съобщението?*
- *Кой има полза от него?*

Има различни причини за създаването и разпространението на едно медийно послание, например за забавление, споделяне на лични преживявания, желание да се образуват други хора или да бъдат убеждавани в нещо. Наградата за създателя на съобщението може да бъде популярност, много харесвания или пък търговска печалба. Има медийни компании и оператори на социални мрежи, които продават нашето внимание и данни за поведението ни на рекламния пазар. Мотивите могат да включват и опит за укрепване на власт и влияние. Когато човек се научи автоматично да разпознава кой има полза от дадена информация и от нейното разпространение, по-лесно ще открива манипулациите.

ВТОРА ГЛАВА

СПРАВЯНЕ С ДЕЗИНФОРМАЦИЯ И С НЕВЯРНА ИНФОРМАЦИЯ

Цели

- Да се въведат понятията *дезинформация* и *невярна информация*; да се изследват различните видове дезинформация и да се представят начини за спиране на разпространението ѝ.
- Да се повиши осведомеността за това как се създава и разпространява изкривена информация в интернет.
- Да се изградят умения за проверка на фактите и използване на надеждни източници, за да могат учениците да идентифицират фалшиви новини и дезинформация, да спират разпространението им и да се борят с тях.

Съдържание

2.1. Информационно разстройство: дезинформация, невярна информация и злонамерена информация

Упражнение „История на дезинформацията“

2.2. Видове дезинформация и невярна информация

Упражнение „Какъв тип новина е това?“

Упражнение „Фалшиво ли е, или не?“

Упражнение „Какво е проверка на факти?“

Упражнение „Инструменти за търсене на информация“

Упражнение „Обратно търсене на изображения“

Упражнение „Проверка на фактите: латерално четене“

2.3. Разпространение на дезинформацията

Упражнение „Защо споделяме?“

Упражнение „Това ли е, което изглежда?“

Упражнение „Реално или фотошоп?“

Упражнение Фалшиви изображения и фалшиви новини – как да ги проверим?“

Упражнение „Изкуствен интелект (AI), алгоритми и информационно разстройство“

2.4. Филтър (информационен) балон

Упражнение „Едно и също ли виждаме?“

2.5. Киберсигурност

Упражнение „Оставяне на дигитален отпечатък“

2.1. Информационно разстройство: дезинформация, невярна информация и злонамерена информация

Информационното разстройство включва подвеждаща информация: дезинформация, невярна информация и злонамерена информация. Всяка от тези категории съдържа подкатегории.



Невярната информация е споделена, но няма явно намерение да причини вреда на някого.

Дезинформацията е фалшива информация, която е споделена съзнателно, за да причини вреда.

Злонамерената информация е автентична информация, споделена с намерение да причини вреда: например публично се съобщава информация, която е трябвало да остане лична.

Невярна информация	Фалшива връзка	Наблюдава се при заглавия, визуални съобщения или снимки, които не са свързани със съдържанието на съобщението
	Подвеждащо съдържание	Подвеждащо използване на информация, за да се придаде различен контекст на отделен проблем или индивид
Дезинформация	Фалшив контекст	Истинно съдържание, споделено с фалшива контекстуална информация
	Измамно (самозвано) съдържание	Имитиране на реални източници, самозвано съдържание, приписвано на реални авторитети без тяхно знание
	Манипулирано съдържание	Истинна или измислена информация, манипулирана, за да заблуди
	Изфабрикувано съдържание (Фалшиви новини)	100% фалшива информация, създадена да заблуди и причини вреда
Злонамерена информация	Течове	Например публикуване на лични имейли
	Публичен тормоз	Доксинг, порнография за отмъщение, социално засрамване, сплашване, корупция в офшорни инвестиции и др.
	Език на омразата	Нарушаване на чувствителността, обикновено насочено към расови и сексуални малцинства и към жени

Популярността на това проблематично съдържание често зависи от начина, по който то въздейства върху емоциите на хората, предизвиквайки чувства на превъзходство, гняв или страх. Тези чувства стимулират повторното споделяне сред тези, които искат да се свържат със своите онлайн общности. Споделянето става лесно в повечето социални платформи, които са предназначени за публично представяне чрез харесвания или коментари. По този начин изкривена информация, натоварена с емоционално съдържание, пътува бързо и получава голямо разпространение, докато организациите, проверяващи фактите и развенчаващи дезинформацията, се борят да достигнат до такова широко покритие, но не успяват. Достъпността на социалните медии улеснява всеки да създава, публикува и разпространява съдържание, както и да използва създадено

от други. Мобилните устройства са поддръка и ускоряват разпространението на новини, помагат за споделянето им между доверени партньори, където вероятността информацията да бъде оспорена, е много ниска.

Според Claire Wardle и H. Derakhshan информационното разстройство се състои от три елемента: агент, съобщения и интерпретатори. Има и три различни фази на информационно разстройство: създаване, производство (или трансформиране на съобщение в медиен продукт) и разпространение.

Агентите могат да бъдат официални (т.е. политически партии, новинарски организации, PR фирми или лобистки групи) или неофициални участници (групи граждани), които са политически или икономически мотивирани. Социалната принадлежност – желанието да бъдеш свързан с определена група – и психологическите причини също играят роля. Агентът, който създава и измисля идеята като основа за съдържанието, често е различен от производителя и от разпространителя.

Веднъж създадено, съобщението придобива възможността да бъде безкрайно възпроизвеждано и разпространявано от много различни агенти, всеки със своя мотивация. Самите интерпретатори понякога стават агенти: след публикация в социални медии, споделена от няколко общности; информацията може да бъде взета и възпроизведена от основните медии, а оттам – допълнително разпространена в други общности. Съдържанието на изкривената информация се предава вербално или визуално. Визуалното съдържание е много по-убедително от останалите форми на комуникация и е способно да ги направи още по-мощни средства за разпространение на невярна информация и дезинформация.

Информационното разстройство крие много опасности за човешката сигурност. То замърсява информационната екосистема и има реални отрицателни ефекти върху общественото възприемане на новините.

Упражнение „История на дезинформацията“

Манипулирането на информация има хилядолетна история. То е присъствало много преди съвременната журналистика да установи стандартите за новините като жанр, който се придържа към определени принципи и правила. Запазени са хроники, съобщаващи за ранен случай на дезинформация, датиращи от периода на Древния Рим. Но през XXI век използването на информацията като оръжие достигна безпрецедентни размери.

Цел на упражнението: учениците да придобият повече знания за историята на дезинформацията чрез изучаване на изображения, показващи важни събития.

Времетраене и материали

Продължителност: 60 минути

Материали: подготвен набор от изображения за групова работа; *Приложение I* „Исторически събития, свързани с дезинформация“; презентация с основна информация към всяко изображение за финалната дискусия с учениците

Процедура

1. Учениците се разделят на малки групи по пет-шест души и се разполагат около масите. Всяка група получава набор от изображения. Фасилитаторът моли участниците да създадат времева линия на различните събития на дезинформация, представени от изображенията. Групите трябва да обсъдят изображенията и да ги подредят хронологично на масата или на земята. Не е необходимо учениците да знаят точните дати на събитията или да познават лицата, показани на снимките.
2. Когато групите са готови, фасилитаторът инициира панелна дискусия. Всяка група представя своята времева линия и дава обяснение относно мотивите за хронологичния ред на изображенията. Учениците се насърчават да излязат с всякакви лични предложения, независимо дали са правилни, или грешни. Участниците съобщават груповото решение по следните въпроси: „Какво показва изображението?“; „Каква връзка има изображението с дезинформацията?“.
3. След груповите споделяния учителят представя изображенията на екран и дава основна информация за всяко от тях.

Вариант на това упражнение е учениците да направят проучване и да излязат с изображения и факти за известни случаи на дезинформация в историята на тяхната страна.

2.2. Видове дезинформация и невярна информация

Дезинформацията и невярната информация приемат различни форми. По-долу са представени някои от тях, описани от Claire Wardle и H. Derakhshan.

А. Сатира или пародия: няма намерение да причини вреда, но потенциално е способна да заблуди.

В свят, в който хората все по-често получават информация чрез своите социални канали, възниква объркване, когато аудиторията не разбира, че даден сайт е сатиричен.

Сатирата или пародията могат да бъдат използвани и за умишлено разпространяване на слухове и конспирации. Предизвикателството е, че поради естеството си те лесно биха заблудили проверителите на факти относно разпространяваната информация с обяснението, че не са били предназначени да се приемат сериозно. Все по-често това, което се определя като „сатира“, предизвиква омраза, поляризира и разделя. То лесно може да бъде повторно споделено или изкривено и да започне да функционира извън оригиналния си хумористичен контекст.

Б. Лъжлива връзка: когато заглавията, визуалните елементи или надписите не съответстват на съдържанието.

Хората може би си мислят, че фалшивите връзки, като например заглавията кликбейт, не са способни да навредят, а само да дразнят; в по-широка перспектива обаче тази практика би могла да подкопае доверието в медиите и да насърчи поляризацията.

В. Подвеждащо съдържание: манипулативно или измамно използване на информация, за да се придаде различен контекст на отделен проблем или индивид, а също представяне на събитията и личностите под различен ъгъл.

Изрязват се снимки, подбират се цитати или се посочва статистика, за да се подкрепи някакъв аргумент. Често можем да попаднем на подобен вид манипулирано съдържание, без дори да подозираме за това, тъй като идентифицирането му изисква специфични познания, проучване и проверка на източниците (например източника на цитат в дадено съобщение).

Г. Фалшив контекст: когато се споделя истинско съдържание с недостоверна контекстуална информация.

Пример за фалшив контекст е снимка, споделена повторно, за да пасне на нов разказ. Това е мощна форма на информационно разстройство, тъй като използваното съдържание е истинско, така че не може да бъде отречено, но е преформулирано по опасен начин, за да подкрепи определена гледна точка.

Д. Самозвано (измамно) съдържание: когато съдържанието се представя с авторство от реални източници без тяхното знание и участие. Понякога статии се подписват с имената на журналисти, които не са техни автори, или видео и изображения носят логото на организация, без тя да ги е създала.

Тази форма на дезинформация се възползва от доверието, което може да имате към конкретна организация, човек, марка и т.н. Много опити за фишинг и смишинг (фишинг на мобилни телефони чрез съобщения) се правят по този начин: използва се лого или име на известна марка, за да се създаде впечатление, че получавате легитимно съдържание. Понякога е достатъчно да се разсеете или да прибързате, за да станете жертва на такава манипулация.

Е. Манипулирано съдържание: когато истинска информация или изображения се манипулират с цел измама.

Манипулираното съдържание може да се отнася до снимки и видеоклипове, които са променени по такъв начин, че да изглеждат достатъчно реални, но общото значение на съдържанието е различно от оригинала.

Ж. Изфабрикувано съдържание: новото съдържание е 100% невярно, предназначено да заблуди и да навреди.

Съдържанието е абсолютно невярно. Разграничаването между истинското и измисленото съдържание е трудно за хора, които не знаят как да идентифицират невярно съдържание. Когато те често виждат изфабрикувано съдържание, доверието им в медиите може да спадне.



Упражнение „Какъв тип новина е това?“

Разпространението на дезинформация може да премине през различни канали, включително чрез традиционни вестници, радио, телевизия и техните онлайн версии. Широкото използване на социални медии – Facebook, Messenger, WhatsApp, Viber, Telegram, Instagram, Twitter, YouTube – допринася за експоненциалното разпространение на дезинформация и невярна информация. За много хора става проблематично да разпознаят кое е фалшиво и кое – истинско в интернет. Това упражнение е насочено към отличаване на фалшиви новини от истински и улеснява ученето чрез различни примери.

Цел на упражнението: да се повишат знанията на учениците за различните видове дезинформация и невярна информация и да се развият уменията им да различават истинските от фалшивите новини.

Времетраене и материали

Продължителност: 40 минути

Материали: Компютър, таблет или телефон с достъп до интернет или отпечатани примери за дезинформация, взети от интернет; *Работен лист 4* „Фалшиви и истински новини“

Процедура

1. Представете *Работен лист 4* „Фалшиви и истински новини“ и раздайте копие на всеки ученик.
2. Помолете учениците да се разделят на групи по трима или четирима и дайте на всяка група различни примери за дезинформация от интернет.
3. Участниците трябва да идентифицират вида на новината и да опишат нейните характеристики, източник и възможна мотивация за разпространението ѝ.
4. Пленарна сесия: всяка група представя резултатите от своята дискусия.

При друг вариант на упражнението учениците могат сами да намерят в интернет примери за седемте вида дезинформация и неточна информация.

Въпроси за размисъл:

- ✓ Колко трудно беше да различите фалшивите новини от истинските?
- ✓ Какво прави дезинформацията толкова разпространена и кои са начините да се спре това?

Фалшиви и истински новини

Фалшиви новини	Истински новини
♦ Имат съмнителен домейн или URL (може да завършват с нещо като .com.co)	♦ Цитират се различни източници и различни перспективи
♦ Не цитират източник или цитират само един	♦ Езикът е ясен
♦ Историите са разказани като спекулации	♦ Фактите са доказани от авторитетни доклади или статистика
♦ Историите са разказани около едно-единствено мнение, вместо да са разгледани всички гледни точки	♦ Не цитират алтернативни факти
♦ Езикът е сензационен/пикантен, драматичен	♦ Заглавията са истинни и отразяват съдържанието на новината
♦ Поддържа конспиративни теории	♦ Съдържа всички елементи на историята, а не само селективни компоненти
♦ Показва силни нагласи за поддържане на една партия или личност	♦ Минимални нагласи за поддържане на една партия или личност
♦ Не се споменава от други новинарски източници	♦ Журналистите имат репутация в миналото за справедливо и честно отразяване на събития
♦ Не показва дата и час или показва неактуални данни	♦ Датата и времето на публикацията са актуални

Упражнение „Фалшиво ли е, или не?“

С широкото разпространение на информация чрез дигитални медийни платформи стана изключително важно хората и обществата да могат да преценяват достоверността ѝ. Фалшивите новини не са от вчера, но са често срещано явление в днешно време. Последствията от фалшивите новини могат да варират от просто дразнене до оказване на влияние и подвеждане на общества и дори нации. В това упражнение учениците се научават да прилагат методи за идентифициране на фалшиви новини.

Цел на упражнението: да подпомогне учениците да научат методи за проверка на факти и оценка на достоверността на новините.

Времетраене и материали

Продължителност: 30 минути

Материали: Работен лист 5 „Как да проверим достоверността на новините“; Приложение II „Фалшива ли е новината, или не“

Процедура

1. Представете материала „Как да проверим достоверността на новините“ и раздайте копие на всеки ученик. Обяснете стъпките за проверка на достоверността на новините.

2. Помолете учениците да се разделят на групи по трима или четирима и дайте на всяка група различни примери както за истински, така и за изкривени новини от интернет.

Използвайте Приложение II „Фалшива ли е новината, или не“ за достъп до връзките или генериране на QR кодове.

3. Помолете учениците да идентифицират типа на дадената новина и да опишат защо смятат, че тя е такава.

4. Пленарна сесия: Всяка група представя резултатите от своята дискусия.

Въпроси за размисъл:

- ✓ С какво предизвикателство се сблъсква човек, когато проверява достоверността на новините?
- ✓ Как работата в група улесни процеса?
- ✓ Кой новини бяха по-лесни за анализ? Кой бяха по-трудни?

Как да проверим достоверността на новините

1. Проверете източниците.

Информацията идва ли от известен източник? Уебадресът правилен ли е? Много уебсайтове с фалшиви новини имитират добре известни новинарски източници. Ако не познавате източника, разгледайте предишните му публикации, за да проверите кой е отговорен за съдържанието и кой го е финансирал. Предоставил ли е собственикът на уебсайта своя адрес и информация за контакт? Уебсайтовете с фалшиви новини често нямат физически адрес. От друга страна, сатиричните сайтове ясно показват, че публикуваните там „новини“ не отговарят на истината.

2. Проверете автора на статията.

Уверете се, че авторът наистина познава темата, за която пише. Понякога авторите се представят за експерти в дадена област, а всъщност не са.

3. Проверете посочените дати.

Проверете дали новините са адекватни на настоящата ситуация. Някои фалшиви новини се споделят дори след като са били развенчани отдавна. Фалшивите новини често имат неправилна дата и място.

4. Не позволявайте заглавията да Ви заблудят.

Фалшивите новини често се представят с крещящи заглавия, за да се разпространяват по-бързо. Прочетете внимателно текста до края – много новинарски статии не са толкова сензационни, колкото предполагат заглавията.

5. Използвайте повече източници на новини.

Опитайте се да използвате възможно най-много източници на информация с различна гледна точка. Това също е добър начин да проверите истинността на сензационните новини: ако се появяват само в един малко известен източник, вероятно са фалшиви.

6. Проверете съдържанието на текста.

Съществуват ли в действителност институциите и документите, за които става дума в статията? Наистина ли цитираните твърдения са били изказани по този начин? Много фалшиви новини се позовават на уважавани институции и известни хора, но изопачават или измислят фактите. Цитирането на неназовани експерти или липсата на препратки също е подозрително.

7. Обърнете внимание на качеството на текста.

Фалшивите новини, особено генерираните автоматично, често имат граматически грешки или необичайно форматиране. Стилистичните грешки показват, че текстът не е професионално редактиран, което намалява неговата достоверност.

8. Проверете дали не е реклама.

Може би статията е спонсорирана от фирма? Рекламата невинаги е съставена от цветни изображения, често е маскирана като текст.

9. Обърнете внимание на емоционалните изрази.

Дали авторът само информира за събитие, или изразява лично отношение? Статиите, съдържащи субективни оценки и използващи емоционален език, отразяват преди всичко мнението на автора, което невинаги отговаря на действителността.

10. Оценявайте себе си.

Нашата памет и способностите ни за разсъждение не са безпогрешни. Конкретните формулировки, съдържание и форми на представяне действат по такъв начин, че една информация ни изглежда по-достоверна от друга. Създателите на фалшиви новини се възползват от това обстоятелство. Следователно информацията, която изглежда особено сензационна, трябва да бъде внимателно проучена, вместо да се разчита единствено на първите впечатления.

Упражнение „Какво е проверка на факти?“

Проверката на факти е специфична форма на журналистика, която може да се прави от всеки. Това е един от многото методи в борбата срещу пандемията от дезинформация. Проверката на факти не е цензура, „контрапропаганда“ или истина от последна инстанция, а начин да се потребява медийно съдържание отговорно и критично.

Кога се прави проверка на факти?

На проверка подлежат цитати, изказвания, официални изявления, имена и самоличности, дати и места, числови данни, статистика, графики и изображения, документи, регулации и закони.

Не е нужно до се прави проверка на твърдения, които са много общи и абстрактни, както и на лични мнения и прогнози за бъдещето. Не си струва времето и усилията да проверявате такива, които не биха оказали сериозно влияние върху публиката, както и на разпространяваните в съвсем тесен кръг.

Цел на упражнението: учениците да развият умения за различаване на твърдения, които подлежат на проверка, от такива, които не подлежат.

Времетраене и материали

Продължителност: 10 минути

Материали: компютър, таблет или телефон с достъп до интернет; презентация с извадки от статии

Процедура

1. Представете на групата информация какво подлежи на проверка на факти.
2. Прожектирайте изображенията на екрана и помолете участниците в групата да дадат отговор за всяко изображение поотделно на следните два въпроса:
 - ✓ Подлежат ли на проверка твърденията?
 - ✓ Достатъчно значими ли са, че да е нужна проверка?
3. След всяко твърдение обсъдете с групата.

Можете да разделите учениците на групи, които да получат по една извадка от статия. Всяка група трябва да отговори обосновано на двата въпроса, а после в общата пленарна сесия да представи отговорите пред целия клас.

Проверка на факти

Бунтът на машините започва от Tesla: Терминатор на Мъск рани зверски инженер

29.12.2023 от Общество



1.

Твърдението съдържа проверими факти.
Твърдението е значимо.

Зъл котарак на пенсионерка уби крадец и рани тежко втори

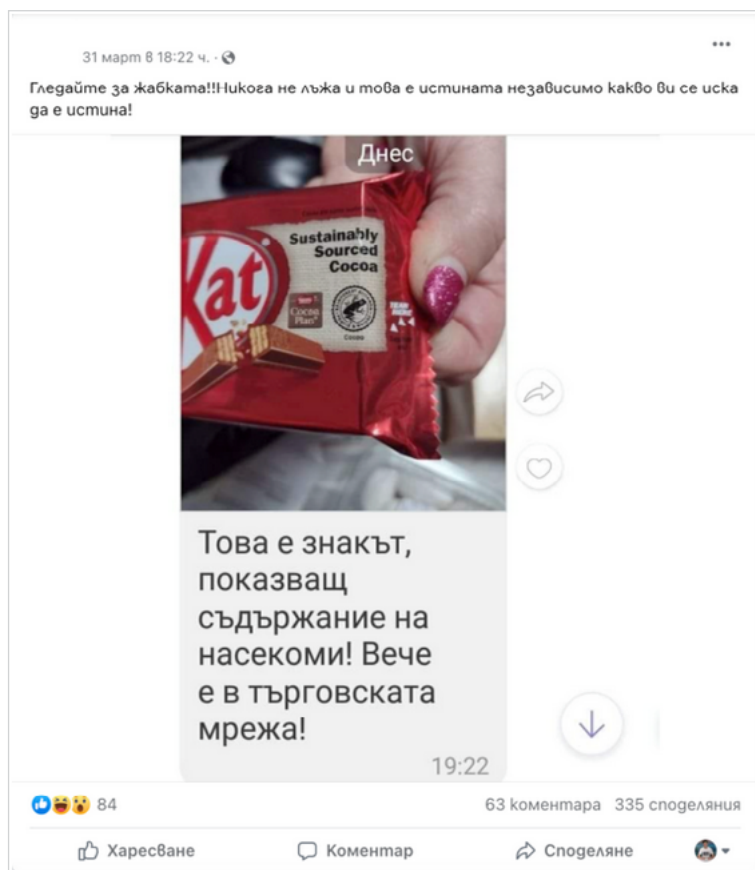
12 23:25:00 ч. Admin Статии No comments



Тримата нещастни обирджии се опитали да проникнат в дома на пенсионерка. Едва ли са очаквали, че обикновена кражба ще се превърне в кървав кошмар. Случката се е разиграла в руския град Озерск, пише TrafficNews.bg.

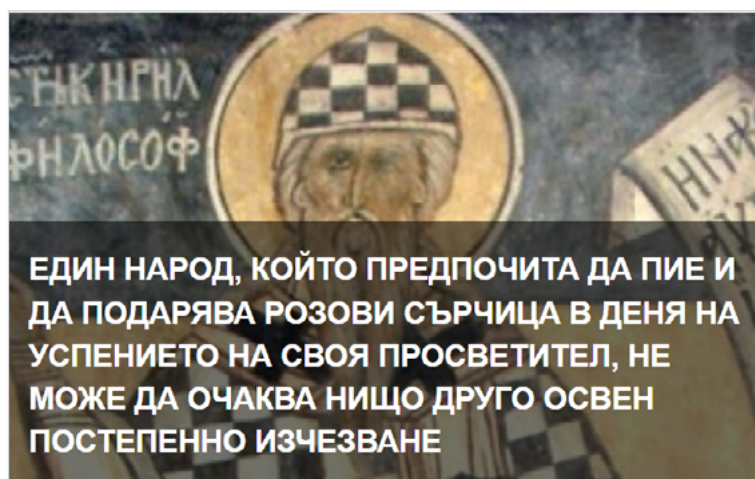
2.

Твърдението съдържа проверими факти.
Макар и колоритно, твърдението не е особено значимо.



3.

Твърдението съдържа проверими факти.
Твърдението е общественозначимо в настоящия контекст.



4.

Липсва твърдение, което да се провери.



5.

Произходът на снимката е проверим.
Твърдението не е особено значимо.



Древно пророчество се сбъдва: Глобален крах вместо избори в САЩ

Известният боен специалист, пенсионираният полковник Дъглас Макгрегър, някогашен помощник-министър на защитата в администрацията на Тръмп, направи извънредно и даже сензационно изказване. Той сподели, че „глобалистският хайлайф възнамерява световен финансов колапс и че президентските избори в Съединените американски щати ще бъдат анулирани“.

Изказването му ясно повтаря написаното в Откровението на апостола евангелист Йоан Богослов.

6.

Съществуването на такова изказване е проверимо.
Посланието на самото изказване не е проверимо.
Твърдението е (би могло да бъде) значимо.

Как се прави проверка на факти

Търсене в Google. Google оператори

Google операторите са специални команди, състоящи се от символи, думи и фрази, които конкретизират заявката за търсене (search query), за получаване на по-точни резултати.

Примери за оператори

“ ”	Търсене с точно съвпадение. Търсенето в кавички би извело само резултати за точно тази фраза , в този словоред, в който сте я въвели в браузъра.
-	Изключване на термин от резултатите. Добавянето на минус пред дадена дума означава, че я изключваме от търсенето . Например при търсене на <i>Левски – футбол</i> би показало резултати само за Васил Левски, но не и за футболния отбор „Левски“.
AND	Търсене на X и Y. Докато минусът изключва дадена дума, при тази команда AND добавяте ключова дума към търсенето.
OR	Търсене на X или Y. Този оператор Ви позволява да търсите една или друга от посочените ключови думи. Резултатите ще предоставят страници, съдържащи поне една от ключовите думи.
site:	Ограничава резултатите само до конкретен уебсайт. Можете да търсите информация само в определен уебсайт, например site:example.com ключова дума.

Упражнение „Инструменти за търсене на информация“

Цел на упражнението: учениците да развият умения за използване на инструменти за търсене на информация.

Времетраене и материали

Продължителност: 30 минути

Материали: компютър, таблет или телефон с достъп до интернет

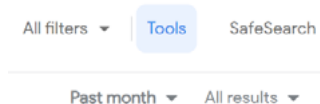
Процедура

1. Покажете на учениците различните Google оператори. Можете да започнете упражнението с демонстрация на всяка от командите.

2. Помолете учениците да използват инструменти за търсене, за да открият например:

- публикации на тема изкуствен интелект от сайта nova.bg...
- които са публикувани в последния месец...
- споменават изрично България...
- и не става дума за измами.

(Отговор: „изкуствен интелект“ site:nova.bg AND България – измами)

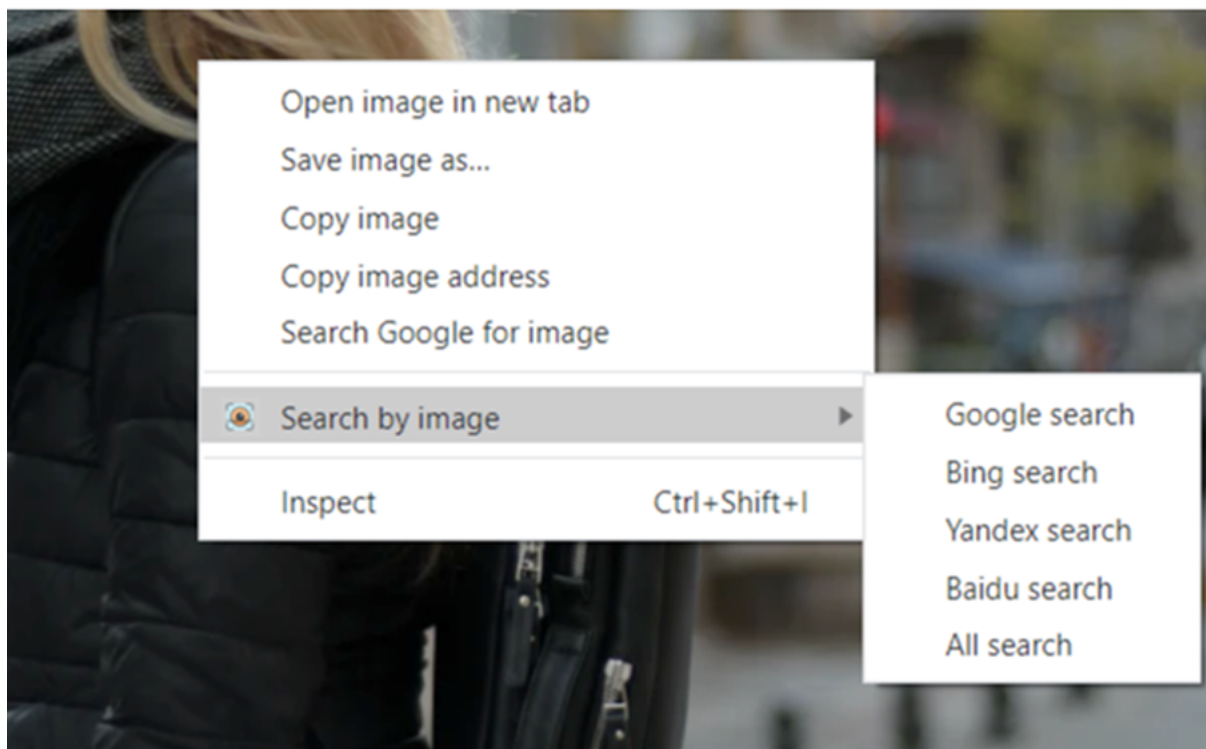


3. Можете да разширите упражнението, като добавите различни примери с други ключови думи, сайтове или време на публикуване.

Обратно търсене на изображения: Google Lens

Обратното търсене на изображение:

- позволява да се намери първоизточникът или сходни изображения;
- може да разчита букви и цифри от изображение и от стопкадър на видео (OCR);
- превежда текста върху изображението.



Упражнение „Обратно търсене на изображения“

Цел на упражнението: Учениците да се запознаят с обратно търсене на изображение.

Времетраене и материали

Продължителност: 30 минути

Материали: компютър, таблет или телефон с достъп до интернет

Процедура

1. Покажете на учениците как да използват обратното търсене на изображения.
2. Прожектирайте изображенията на екрана и ги помолете, използвайки обратно търсене на изображения, да определят дали снимката, която е в новината, отговаря на съдържанието на новината, т.е. да потърсят дали и къде тази снимка е публикувана в интернет.
3. Обсъдете резултатите. И двете снимки, използвани в статиите, са пример за подвеждащо съдържание.

ЕЛЕКТРОМОБИЛИТЕ, НАЙ-ГОЛЯМАТА ИЗМАМА ДО СЕГА?



Хора протестират срещу събарянето на Паметника на Съветската армия

© 09.03.2023 12 Metro News



Упражнение „Проверка на фактите: латерално четене“

Хората основно подхождат към информацията чрез т.нар. „вертикално четене“ – четене на цялата статия, преди да се опитат да разберат дали тя е достоверна, базирайки решението си на съдържанието на източника, а не на това кой е написал статията и как/къде е била публикувана.

Обратно, проверителите на факти са склонни да подхождат към информацията чрез странично, хоризонтално или т.нар. „латерално четене“ – те отварят нови раздели, за да търсят в интернет допълнителна информация, свързана с това, което първоначално са видели. Латералното четене е актът на оценяване на достоверността на източника чрез сравняването му с други източници. Този процес има за цел да потвърди или опровергае оригиналната информация. След преглед на допълнителни източници проверителят на факти се връща към оригиналната информация, за да я проучи по-отблизо за валидност. Този процес отнема време – ресурс, който не можем да използваме всеки път, когато попаднем на информация.

Цел на упражнението: да се практикува латерално четене и да се открият недостатъците на вертикалното четене, когато се анализират сайтове и източници.

Времетраене и материали

Продължителност: 30 минути

Материали: Работен лист 6 „Какво означава „латерално четене“; компютър, таблет или телефон с достъп до интернет; линкове с новини

Процедура

1. Обяснете какво е „латерално четене“ и предоставете информацията за него. Разделете учениците на две групи. Вземете медицинска информация от интернет и я раздайте на всички да я прочетат. По-долу са посочени връзки към няколко примера.
2. Инструктирайте първата група, че това е подозрителен медицински сайт и те трябва да намерят причините, поради които знаем, че не е надежден. Имат 2 минути, за да определят кое прави сайта подозрителен.
3. Кажете на втората група, че това е един от най-уважаваните сайтове за медицинска информация. Учениците трябва да намерят причините, поради които може да се вярва на този сайт.
4. Всяка група споделя причините. Обсъдете с участниците техните подходи към оценката на източника.

5. Запознайте учениците с концепцията за латерално четене. След това ги помолете да приложат наученото, като използват стъпките, дадени в материала за латерално четене.

Примерни ресурси за медицински новини:

- <https://www.bmj.com/>
- <https://nauka.offnews.bg/meditcina/>
- <https://nauka.offnews.bg/meditcina/sazdadeni-sa-gmo-kozhni-bakterii-koito-mogat-da-lekuvat-akne-199969.html>
- <https://www.meteobalkans.com/novini/ekstremni-sabitiq/paradoks-ucheni-tvardqt-che-prez-2025-g-evropa-shte-zamrazne-zaradi-globalното-zatoplqne>

Какво означава „латерално четене“

Добрите проверители на факти четат латерално, или странично, преглеждайки много свързани сайтове, вместо да копаят дълбоко само в сайта, на който са попаднали. Начинът за анализ на експертизата и квалификацията на автора или надеждността на сайта включва странично четене (за разлика от вертикалното). Така по време на четенето те проверяват достоверността на това, което четат, чрез сравняването му с други източници.

Повечето хора четат нов сайт, като го преглеждат и се опитват да разберат повече за него; отиват на страницата за новини; щракват върху биографиите на авторите или превъртат нагоре и надолу страницата. Това е погрешна стратегия: ако сайтът е ненадежден, информацията, която той дава за себе си, най-вероятно също е ненадеждна. И дори като цяло да е надежден, там навярно ще видите възможно най-благоприятната картина на неговата експертиза и достоверност.

Латералното четене помага да се определи достоверността на информацията, давана от автора, неговите намерения и пристрастия, като се търсят статии по същата тема от други автори (как я отразяват) и други статии от автора, обект на проверка.

Професионалистите, които проверяват факти, задават такива въпроси:

- ✓ Кой финансира или спонсорира сайта, където е публикувано оригиналното съобщение? Какво казват други авторитетни източници за този сайт?
- ✓ От организации за проверка на фактите ли идват оригиналните текстове?
- ✓ Повдигани ли са въпроси и съмнения относно статии, писани от автора?
- ✓ Противоречи ли това, което намираме на други места, на проверяваното съдържание?
- ✓ Съобщават ли достоверните новинарски издания за това, което пише в този сайт?

Латералното четене помага на читателя да разбере както перспективата, от която идват анализите на сайта, така и дали самият сайт има редакционен процес или експертна репутация, която би позволила да се приеме за истина съдържанието му. Ако други надеждни източници потвърдят написаното, може да се направи заключение за неговата достоверност.

Така наречените SIFT стъпки (Stop-Investigate-Find-Trace, или Спри-Разследвай-Намери-Проследи) се използват за намиране на произхода на информацията, което трябва да е от други източници.

Спри-Разследвай-Намери-Проследи

„Спрете“ означава да отделим време за проверка на източника и да не го подминаваме безкритично.

Разследвайте. Проучете източника: Какво можете да намерите онлайн? Какво казват другите за този източник? Има ли статията свързани коментари, редакционни статии или корекции? Била ли е оттеглена? Къде попада този източник в политическия спектър? Разследван ли е от проверители на факти? Кой финансира източника?

Намерете друг източник. Намерихте ли други източници по същия въпрос или тема? В консенсус ли са те с източника, който първоначално сте намерили, или имат различна информация? Каква информация дават други уебсайтове или организации за този нов източник? Как това ново отразяване поставя Вашия оригинален източник в контекст?

Проследете. Проследете съдържанието или твърдения, цитати и медии обратно до оригиналния източник и контекст. Ако публикация в блог се отнася до научно изследване, намерете оригиналното научно изследване: потвърждава ли то това, което уебсайтът твърди, че прави? Било ли е междувременно това проучване оттеглено или редактирано? Проучете твърденията, направени във Вашия източник. Има ли научен консенсус по изложеното?

2.3. Разпространение на дезинформацията

След като фалшивият материал бъде публикуван онлайн, той може да се разпространи до много широка аудитория чрез феномена на „органичния обхват“. Изследванията показват, че сравнително малко хора (вероятно под 10% от потребителите на социални медии) активно споделят фалшиви материали, които срещат онлайн. Тази малка част от потребителите обаче би могла значително да увеличи обхвата на невярната информация. Ето защо е важно да разберем кой разширява органичния обхват на дезинформацията и защо. Отговорите на тези въпроси ще помогнат за разработването на ефективни противодействия. Има различна мотивация, свързана с разпространението на дезинформация и невярна информация – икономическа, политическа или просто лична. Много пъти производителите на фалшиво съдържание привличат посетители, които с кликания им осигуряват приходи от реклама. Някои генератори на фалшиви новини насърчават конкретни каузи, идеи или хора, като често дискредитират други. Според First Draft – инициатива, специално създадена за проследяване, проучване и намиране на решения за ефективно противодействие на фалшивите новини, има няколко причини за нарастването и създаването на невярно новинарско съдържание, които обясняват защо на феномена *дезинформация* се обръща толкова много внимание, особено в социалните медии.

Лоша журналистика. Публикува се невярна информация и дезинформация без проучване или проверка на факти и източници.

Пародия. Често заглавията или съдържанието са преувеличени и силно иронични, целящи да се подиграят с човек или проблем.

Провокация. Информацията е предназначена да провокира реакции от публиката.

Страст. Когато заглавията, изображенията и съдържанието са много силни и цветни, съдържанието може да се ръководи от страст, а не от точно и старателно изследване на проблема.

Пристрастност. Когато има ясно пристрастие и предразсъдъци към кауза или проблем.

Печалба. Новинарските статии, които стават популярни в социалните медии, могат да привличат значителни рекламни приходи, когато потребителите кликнат върху оригиналния сайт.

Политическо влияние. Политическата реклама стана сложна и целенасочена индустрия, черпейки от огромни масиви от лични данни във Facebook и Google. Така кампаниите създават персонализирани реклами за отделни лица.

Пропаганда. Много контролирани от държавата доставчици на новини са изразходвали ресурси за изграждане на силно присъствие в мрежата, където държавата, от която произхожда пропагандата, е маскирана, което им позволява да упражняват влияние и в рамките на своите държави, и извън тях.

Дезинформация

	Сатира/ пародия	Лъжлива връзка	Подвеждащо съдържание	Лъжлив контекст	Самозвано съдържание	Манипулирано съдържание	Изфабрикувано съдържание
Лоша журналистика		X	X	X			
Пародия	X				X		X
Провокация					X	X	X
Пристрастност				X			
Печалба		X			X		
Политическо влияние			X	X		X	X
Пропаганда			X	X	X	X	X

Упражнение „Защо споделяме?“

Често хората споделят новини, мотивирани от емоции. Информацията, която предизвиква емоционална реакция, е по-вероятно да бъде споделена и предадена, независимо от нейната достоверност. Известно е също, че информация, предизвикваща силни негативни емоции като отвращение, гняв и страх, по-вероятно би била разпространена – без значение дали е вярна или невярна. След като информацията добие популярност, хората стават обект на социално влияние, по-податливи да повярват на неверни факти, ако много други също вярват или ако са готови да пренебрегнат собствения си скептицизъм, за да потвърдят и демонстрират своето членство в група. Това упражнение изследва защо хората разпространяват дезинформация и невярна информация.

Цел на упражнението: да помогне на учениците да разберат защо хората споделят дезинформация и невярна информация; да изгради у тях умения да анализират и категоризират мотивите за споделяне.

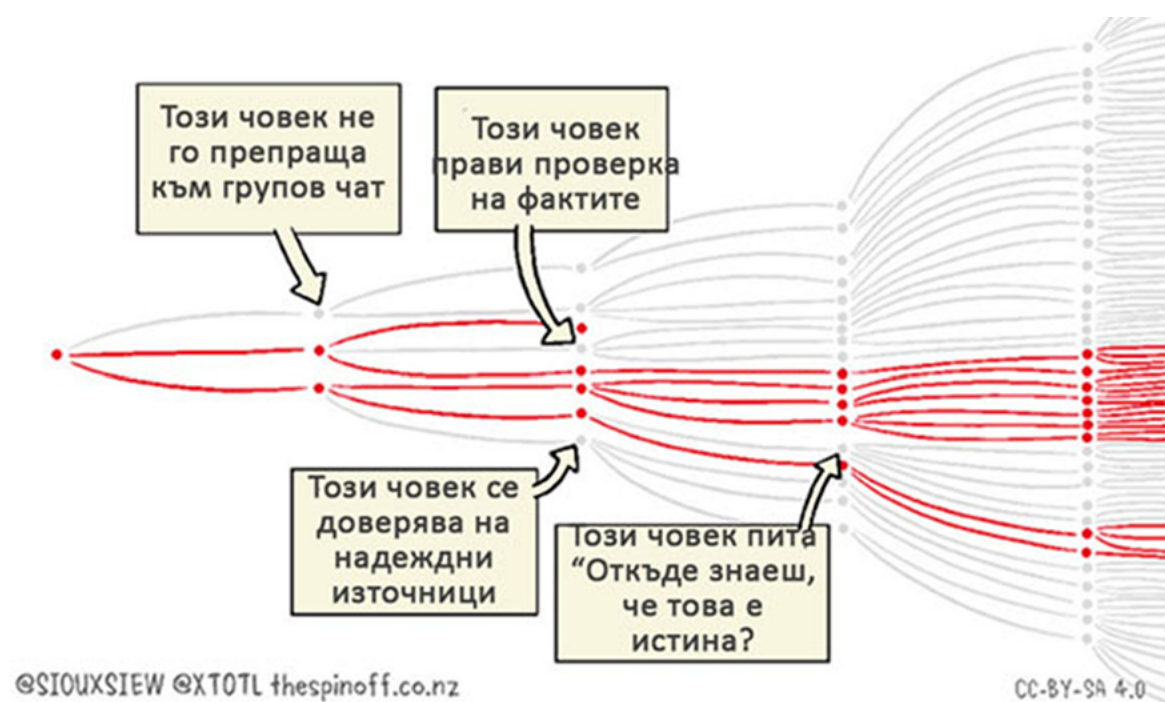
Времетраене и материали

Продължителност: 30 минути

Материали: флипчарт и голям лист хартия; маркери; компютри, таблети или телефони с достъп до интернет; *Приложение II* „Фалшива ли е новината, или не“

Процедура

1. Мозъчна атака. Започнете със задаване на въпроса „Защо хората разпространяват дезинформация?“. Запишете на флипчарт всички причини, които учениците споделят.
2. Използвайте някои от новините с дезинформация от материала „Фалшива ли е новината, или не“ от предишно упражнение и помолете учениците да ги класифицират (истински или фалшиви) и да анализират мотивите за разпространението им. Учениците могат да работят по двойки или в малки групи.
3. Направете обобщение на упражнението, като зададете на участниците следните въпроси:
 - ✓ Кои са най-силните мотиви за споделяне и защо според Вас?
 - ✓ Как емоциите и социалното влияние мотивират хората да споделят тези новини?
 - ✓ Защо е важно да помислите и да изчакате малко, преди да споделите новини с другите?
 - ✓ Как процесът на разпространение на информацията, показан по-долу, се отнася до Вас?



Упражнение. „Това ли е, което изглежда?“

Фразата „Не е това, което изглежда“, често използвана за описание на определени ситуации, означава, че начинът, по който някои неща се възприемат на пръв поглед, не показва вярно какво наистина се случва. Това упражнение насърчава способността на учениците да оценяват точността и достоверността на информацията – визуална и текстова, да идентифицират пристрастия и дезинформация, да гледат отвъд очевидното и да вземат информирани решения.

Цел на упражнението: чрез изследване на идеята, че нашата перспектива като публика се оформя от това, което разпространителите на информация решават да ни покажат, учениците се насочват да оценяват новините, като задават въпроси и се опитват да видят пълната картина и пропуснатото от екрана (или на страницата), което може да бъде също толкова важно, колкото и даденото в крайния продукт.

Времетраене и материали

Продължителност: 30 минути

Материали: компютър, таблет или телефон с достъп до интернет; визуален материал „Късче информация“

Процедура

1. Учениците се разделят на две групи. На всяка от тях се предоставят различни снимки. Първата група получава цяло изображение (Изображение 1), което показва околната среда и до известна степен контекста. На втората група се дава само част от изображението (Изображение 2) с ограничена или никаква информация за фона.

Инструкция към всяка група: „Моля, опишете какво виждате и какво мислите за тази снимка; каква история разкрива; какво може да се каже за изображението или за чувствата и състоянието на хората“.

2. Участниците във всяка група споделят какво според тях се вижда на снимката и каква история представя.

3. Фасилитаторът обяснява, че тези две истории са базирани на една и съща снимка, и показва на групата двете изображения.

Упражнението демонстрира как манипулираните изображения (частично представени, изрязани, подобрени и т.н.) могат да променят значението и възприемането на снимката чрез отстраняване на ключови елементи. Посредством разпространението на изображения медиите представят определена реалност. Заради огромния си капацитет за разпространение на изображения социалните медии могат да достигнат до широка аудитория, поради което е важно да се

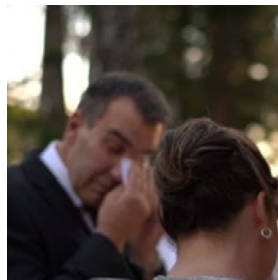
оценяват доказателствата и да се вземат предвид множество гледни точки.

4. Попитайте учениците какъв е техният личен опит относно изображения и снимки, които виждат във виртуалния си живот. Били ли са подведени от манипулирани изображения?

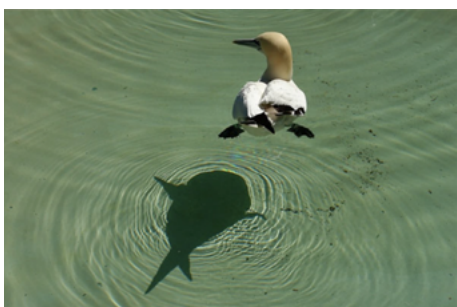
Въпроси за размисъл:

- ✓ Ще Ви накара ли това упражнение да промените начина, по който използвате медиите?
- ✓ Смятате ли, че манипулирането на изображения е нещо обичайно в социалните медии?

Късче информация



Изображение 1



Изображение 2

Упражнение „Реално или фотошоп?“

Визуалната информация може да бъде невероятно мощна. Човешкият мозък е по-ефективен при работа с изображения, отколкото с думи. Той ги обработва по два начина – визуално и текстово, докато прилагаме текстови етикети към визуална информация в съзнанието си. Това „двойно кодиране“ е известно като ефект на превъзходството на картината. Ето защо изображенията се използват като символи за представяне на концепции или за предоставяне на визуални знаци, които влияят на поведението или призовават за действие. Способността да се манипулират изображения с помощта на софтуер като Photoshop дава сила, но носи отговорност за използване на технологията етично и по начин, който не подвежда другите.

Тестът на Adobe „Реално или фотошоп?“ е забавен начин да видите дали можете да забележите изображения, които са манипулирани, а не умело фотографирани.

Цел на упражнението: да се повиши способността на учениците да наблюдават изображения и да се научат как да виждат разликата между реално и манипулирано изображение.

Времетраене и материали

Продължителност: 10 минути

Материали: компютър, таблет или телефон с достъп до интернет

Процедура

1. Помолете учениците да последват връзката и да отговорят на теста от Adobe Photoshop „Реално или фотошоп?“ (Real or photoshop?). Можете да предоставите отпечатан QR код.
 2. Прожектирайте изображенията на екрана и попитайте участниците в групата какво мислят за всяко изображение (реално или фотошоп?) и трудно ли им е било да изберат правилния отговор.
 3. Обсъдете с групата етични въпроси, които възникват при всяка манипулация на изображения:
- Изображението, което е резултат от настройки във фотошоп на оригиналното изображение, все още ли е точно представяне на оригинала?
 - Ако не е, могат ли тези промени да се определят като нарушение? Какви могат да бъдат последствията от подобни въздействия върху оригинала?

Помолете учениците да дадат примери за изображения, които не представляват оригиналните данни, и обсъдете ефекта от тяхното разпространение.

Упражнение „Фалшиви изображения и фалшиви новини – как да ги проверим?“

Визуалните изображения са по-атрактивни от текстовете, но е важно да се внимава за фалшиви снимки. Много фалшиви новини използват изображения, манипулирани чрез Photoshop или взети от сайт, който не е посочен като източник. Понякога по-внимателно разглеждане на изображение е достатъчно, за да се определи дали е променено. Инструменти като Google Reverse Image search са полезни за проверка на изображения, които са по-трудни за оценка на пръв поглед. Този инструмент ще покаже дали същото изображение е било използвано в друг контекст.

Цел на упражнението: да се насърчи критичната оценка на изображения и на друга информация, идваща от медиите.

Времетраене и материали

Продължителност: 10 минути

Материали: компютър, таблет или телефон с достъп до интернет; материал „Истински или фалшиви снимки?“

Процедура

1. Представете стъпките за проверка дали едно изображение е истинско:

1. Опитайте обратно търсене на изображения, за да видите дали снимките се появяват онлайн някъде другаде.
2. Вижте дали още уебсайтове или източници са писали за тази история.
3. Кой е цитиран или посочен в историята като експерт? Потърсете името или организацията, за да видите дали изглеждат надеждни.
4. Четете между редовете. Заглавията могат да бъдат скандални в опит да получат харесвания, затова потребителят трябва да прочете цялата история.
5. Помислете за източника: кой публикува тази история? Проучете сайта, неговата мисия и информация за контакт.

2. Разделете учениците на малки групи.

3. Дайте им снимки и ги помолете да напишат кратка новина за тях.

4. Всяка група представя новините пред другите. След това останалите ученици трябва да решат и да проверят дали новината и снимката са истински.

Истински или фалшиви снимки?



Изображение 1



Изображение 2



Изображение 3



Изображение 4



Изображение 5



Изображение 6

Упражнение „Изкуствен интелект (AI), алгоритми и информационно разстройство“

Алгоритмите вече се използват и за персонализиране на информационния поток. Това се превръща в силно хомогенни ехо камери, където индивидите до голяма степен обсъждат сходни възгледи с хора и не успяват да проникнат в други филтърни (информационни) балони за алтернативни възгледи. Въпреки че филтрирането на информация не е нещо ново, управлението от алгоритъм филтриращ балон ни заобикаля с идеи, съответстващи на нашите вярвания, което ни прави прекалено уверени в своите умствени рамки и драстично засилва пристрастията ни към потвърждението. Управлението от алгоритми филтърни балони влияят върху когнитивните пристрастия на хората, като оптимизират информацията, която те срещат, и ги свързват с хора с подобно мислене и възгледи, така че личните им пристрастия да се затвърдят допълнително.

Цел на упражнението: да повиши знанията на учениците за начина, по който работят алгоритмите, и за влиянието на медиите – както положително, така и отрицателно, върху разбирането ни за важни събития и проблеми.

Времетраене и материали

Продължителност: 20 минути

Материали: компютър, таблет или телефон с достъп до интернет

Процедура

1. Обяснете, че хората понякога вземат решения, подпомагани от алгоритми (набор от действия или стъпки, необходими за решаване на проблем); следователно тези решения са отчасти автоматични. Компютърните препоръки изглеждат рационални, безпогрешни и хората може да ги следват сляпо. Въз основа на информацията, която се дава на машините, алгоритмите могат да предложат „дискриминационни“ решения, т.е. предпочитане на определени типове хора пред други. Това е т.нар. „пристрастие на изкуствения интелект“ (пристрастие = изкривяване на процеса на вземане на решение въз основа на предразсъдъци).

2. Можете да започнете, като демонстрирате какво е „пристрастие на изкуствения интелект“. В две стъпки помолете учениците да напишат „ученик“ и „ученичка“ при търсене на изображения в Google. Обсъдете с класа разликите в изображенията, които се получават при различните хора. Те се дължат на пристрастие на изкуствения интелект и на изображенията, които по-рано са били търсени от тях.

Разделете учениците на малки групи и помолете всяка от тях да търси изображения по дадена тема, например: коронавирус; Украйна; НАТО.

3. Участниците в групите търсят онлайн термина, върху който работят, като използват опцията за изображение. На екрана ще се появят много изображения. Нека обсъдят първите, които се появяват и какво представляват.
4. След обсъждането на изображенията групите предприемат нормално търсене на обща информация и анализират първите 20 посещения с търсачката, без да отварят страниците. Отново разглеждат заглавията и записват върху какво според тях е фокусирано търсенето. Като алтернатива може да предложите на групите да търсят видеоклипове или новинарски сайтове.
5. Обобщете упражнението, като попитате: „Мислите ли, че щяхте да получите различни резултати от търсенето, ако бяхте на различни места по света? Защо?“.

2.4. Филтър (информационен) балон

„Филтър балон“ е феномен, който се среща в много от уебсайтовете и платформите като Google и Facebook. Те използват алгоритми, базирани на нашата история на търсене и лична информация, за да персонализират и приспособят своите услуги към нас. Това означава, че различните потребители, които използват абсолютно същото търсене или превъртат през емисия с новини в социалните медии, могат да видят различно съдържание. Този тип съдържание има тенденцията да отразява нашите собствени харесвания, възгледи и вярвания и следователно ни изолира от различни възгледи и мнения. Когато сме онлайн или влезем в социална мрежа, обикновено ни се предоставят новини, статии и съдържание въз основа на собствените ни онлайн търсения. Това е така, защото платформи като Google и Facebook използват алгоритми за персонализиране и приспособяване на услугите си към всеки потребител, което означава, че различните потребители ще видят различно съдържание.

През последните години фалшивите новини и ефектът от филтърния балон на социалните медии стават все по-важни в различните дискусии. Особено се засили влиянието им при отразяването на последните президентски избори в Съединените щати и референдума за членство на Великобритания в Европейския съюз.

Според дефиниция, предоставена от Technopedia, *„филтърният балон е интелектуалната изолация, която може да възникне, когато уебсайтовете използват алгоритми за селективно приемане на информацията, която потребителят би искал да види, и след това дават информация на потребителя според това предположение“*.

Pariser (2011) изследва проблема в своята книга *The filter bubble: What the Internet is hiding from you*. В нея се описва как компании като Google или Facebook правят предположения въз основа на информацията, свързана с потребителя, – история на сърфиране, местоположение или поведение при кликуване. След това с помощта на алгоритми те изграждат филтър балон, където се разпространява само селективна информация. Следователно филтърният балон може да накара потребителите да получат значително по-малко контакт с противоречиви гледни точки, което ги прави интелектуално изолирани.

Някои теоретици твърдят, че алгоритмичната персонализация, която филтрира нашите онлайн изживявания, ефективно ни поставя в ехо камера на собствените ни вярвания, увеличавайки поляризацията. Дори в преддигиталната ера публиката изглежда предпочиташе да чете конкретни медии и да събира информация от източници, които са сходни или поне по-близки до техните вярвания.

Манипулирането на компютърния код на сайтове за социални медии позволява на фалшивите новини да се умножават и засяга това, на което хората вярват, често без да надхвърля заглавието или надписа. Това заключение демонстрира значителната роля на ботовете и алгоритмите, както и ефекта на филтърния

балон върху производството и разпространението на фалшиви новини в социалните медии; следователно е изключително важно потребителите да са наясно с ролята, която играят ботовете и алгоритмите, за да противодействат на онлайн разпространението на подвеждаща информация.

Упражнение „Едно и също ли виждаме?“

Пребиваването ни онлайн и търсенето на новини по-често ни предлага съдържание, което отразява нашите собствени харесвания, възгледи и вярвания. По този начин платформите са склонни да ни изолират от различните възгледи и мнения. Това се нарича „филтърен балон“.

Целнаупражнението: да се повиши осведомеността за това как персонализирането на алгоритмите може да повлияе на нашето виждане за света.

Времетраене и материали

Продължителност: 20 минути

Материали: компютър, таблет или телефон с достъп до интернет

Процедура

1. Направете кратко въведение какво е филтърен балон.
2. Разделете учениците на малки групи по 3 – 4 участници.
3. Всяка група трябва да си избере няколко термина, върху които ще работи (напр. училище, свобода, пролет, дрехи и т.н.). Участниците търсят тези термини поотделно, след което споделят своите резултати и проверяват дали те се отличават от резултатите на другите в групата.
4. Може да дадете на учениците задача да влязат в социалната мрежа, която използват най-често, и да сравнят това, което виждат.
5. Предложете им също да използват различни уебплатформи – Duckduckgo, Google, Microsoft Edge и др., и да сравнят резултатите.

Въпроси за размисъл:

- ✓ Как филтърният балон ограничава новините на медийните потребители?
- ✓ Какви са начините за преодоляване на тези ограничения?

2.5. Киберсигурност

Поверителност и дигитален отпечатък

Използването на интернет вече широко е навлязло в живота на много млади хора, затова е важно да се повиши осведомеността за техния дигитален отпечатък. Дигиталният отпечатък се отнася до информацията и данните, които хората генерират чрез целенасочено действие или пасивно записване, когато влизат онлайн. Като се има предвид, че днешните деца са активни потребители на интернет, разбираема е загрижеността относно видовете дигитален отпечатък, който те генерират, и какво въздействие може да има това върху тяхното бъдеще.

Съществува сериозен проблем за учениците, които не са наясно с оставяните от тях дигитални отпечатъци и не притежават желаните умения, необходими да защитят своето онлайн присъствие.

Дигиталните отпечатъци, оставени от използването на интернет и социалните медии, могат потенциално да повлияят на бъдещата им кариера или перспективи за работа. Все по-често медийните истории описват случаи, в които хора са загубили работата си или са били отстранени от програми за висше образование въз основа на съдържание, намерено в техните акаунти в социалните медии. Децата и тийнейджърите изграждат много по-голяма и по-разнообразна дигитална идентичност от всички други преди тях, тъй като са онлайн потребители от много по-млада възраст.

Има два вида дигитален отпечатък: **пасивен** и **активен**.

Пасивният дигитален отпечатък е следа от данни или информационен път, който онлайн потребителите неволно оставят. Например когато потребителят посети уебсайт, IP адресът може да бъде вписан в уебсървъра, който след това идентифицира доставчика на интернет услуги и приблизителното местоположение на потребителя. Въпреки че IP адресът може да се промени и не включва никакви лични данни, той все още остава част от дигиталния отпечатък на потребителите. Историята на търсенията, записана от търсачките, е личен елемент в пасивния дигитален отпечатък.

Активният дигитален отпечатък включва информация, която потребителите изпращат онлайн умишлено. Примерите включват изпращане на имейли, тъй като притежателите им очакват други хора да преглеждат и/или запазват информация. Колкото повече имейли се изпращат, толкова повече се увеличава дигиталният отпечатък. Тъй като повечето хора запазват имейлите си онлайн, те могат да просъществуват така с години.

Упражнение „Оставяне на дигитален отпечатък“

Въпреки че младите хора често са онлайн, те не обмислят съзнателно как тяхното поведение се отразява на дигиталната им идентичност, а вместо това се фокусират върху краткосрочните ползи от възможността да общуват с приятели. Общуването с другите чрез социалните мрежи е популярна употреба на интернет. Това допринася за онлайн идентичността на индивида и развитието на неговия дигитален отпечатък – проследимите данни и информация, които хората произвеждат, когато ползват интернет.

Цел на упражнението: да се демонстрира как може да се проследи всяка информация и да се борави с нея, след като е била споделена онлайн.

Времетраене и материали

Продължителност: 10 минути

Материали: компютър, таблет или телефон с достъп до интернет, листовے хартия

Процедура

В това упражнение учениците могат да използват хартиени листчета със споделена информация, които ще скрият из класната стая, метафорично представляваща Интернет.

1. Учителят кани един ученик („споделящия“) да напише нещо (по свой избор) на дъската: може да е дума, фраза или любопитни факти за себе си, след което той напуска стаята.
2. Други ученици („повторно споделящите“), преписват написаното на дъската върху листчета хартия. Дават им се на разположение 30 секунди, за да препишат това и да скрият листчетата си навсякъде из в класната стая. Те могат да направят и скрият толкова копия, колкото успеят за даденото време.
3. След 30-те секунди учителят кани споделящия да се върне. Споделящият разполага с 3 минути, за да намери всяко копие от информацията, която е написал на дъската. Междувременно повторно споделящите могат да продължат да пишат и крият листчета със същата информация.
4. Учителят фасилитира заключителната дискусия. Учениците разсъждават върху последствията от онлайн споделянето на лична информация.

Обсъдете факта, че има различни онлайн заплахи, например фишинг, социално инженерство, зловреден софтуер или кибертормоз.

Фишингът подвежда потребителите да предоставят лична информация на фишъри.

Социалното инженерство си играе с емоциите на хората, като използва техните интереси („спечелихте карта за подарък от любимия Ви магазин“). Учениците трябва да се научат как да разпознават измами и измамници.

Злонамереният софтуер е вреден софтуер (вирус, шпионски софтуер), инсталиран, когато потребителят кликне върху опасна връзка. Използването на компютърен злонамерен софтуер може да се превърне в наблюдение на домашни мрежи, кражба на самоличност или други експлоатиращи дейности.

Кибертормозът чрез социални медии се характеризира с постоянни прояви на агресивно поведение, като правене на обидни или заплашителни забележки.

Въпроси за размисъл:

- ✓ Какви са рисковете от споделянето на лична информация чрез интернет?
- ✓ Какви мерки могат да бъдат предприети за подобряване защитата на поверителността?
- ✓ Обсъдете „Съвети за киберсигурност за ученици“.

Съвети за киберсигурност за ученици

1. Винаги избирайте двуфакторно удостоверяване: Чрез използването на две нива на защита, дори ако хакер успее да отгатне паролата Ви, акаунтът Ви все още ще бъде обезопасен от следващото ниво на защита.
2. Проверявайте два пъти, докато щраквате върху който и да е уебсайт или изскачащ прозорец: Никога не кликвайте върху съмнителни връзки, дадени от непознати, и стойте далеч от съобщения, идващи от неизвестни хора. Преди да щракнете върху URL, уверете се, че е защитен и криптиран.
3. Използвайте силни пароли. Избирайте само сигурни, единствени по рода си комбинации, които са трудни за дешифриране.
4. Проверете уместността на софтуерните актуализации: Не всички софтуерни корекции и актуализации добавят нова функционалност. Важно е да изпълнявате често необходимите от тях.
5. Достъп само до защитени уебсайтове: Проверете дали уебсайтът е защитен и безопасен. Посещавайте уебсайтове с URL адреси, които започват с „https“.
6. Профилите в социалните медии трябва да бъдат защитени: Уверете се, че паролите на Вашите акаунти са надеждни. Не кликвайте бързо върху източници, дадени в сайтовете на социалните медии, и не добавяйте непознати хора към списъците си. Поддържайте редовно наблюдение на акаунта, за да можете да откривате и докладвате всяка необичайна дейност.
7. Сигурно свързване. Свързвайте се само с частни мрежи, ако е възможно, особено когато работите с чувствителни данни.
8. Винаги правете резервно копие на Вашите данни и го дръжте под ръка. Опасни хакери може просто да пожелаят да криптират или изтрият данните Ви, вместо да ги откраднат. Архивирайте.
9. Бъдете наясно с фишинг измамите. Избягването на имейли от неизвестни податели, проверката за граматически грешки или други подозрително изглеждащи несъответствия и задържането на курсора на мишката над всички връзки, които получавате, за да потвърдите местоназначението им, са най-добрите начини за предпазване от фишинг схеми.

ТРЕТА ГЛАВА

РАЗВЕНЧАВАНЕ НА КОНСПИРАТИВНИ ТЕОРИИ

Този глава представя конспиративното мислене, неговите характеристики и начините да му се противопоставим.

Цели

- Учениците да придобият знания и умения за идентифициране на конспиративни теории и факторите, които допринасят за тяхната популярност.
- Да се научат да правят разлика между теорията на конспирацията и достоверната информация; Чрез изследване на начини за развенчаване на популярни конспиративни (напр. изменението на климата и COVID-19), да придобият умения за прилагането им на практика.

Съдържание

3.1. Какво е теория на конспирацията

3.2. Защо теориите на конспирацията са популярни

3.3. Черти на конспиративното мислене

3.4. Защита на обществото от теории на конспирацията

3.5. Как да говорим с теоретик на конспирацията

Упражнение „Това теория на конспирацията ли е?“

Упражнение „Конспиративни теории за COVID-19“

3.1. Какво е теория на конспирацията

Теорията на конспирацията представлява убеждението, че определени събития или ситуации са тайно манипулирани зад кулисите от мощни сили с отрицателни намерения, често политически мотивирани.

Теориите на конспирацията се описват с тези 6 характеристики:

1. Предполагам таен заговор.
2. Група заговорници.
3. „Доказателства“, които подкрепят теорията на конспирацията.
4. Лъжливо внушаване, че нищо не е случайно, не е такова, каквото изглежда, че няма съвпадения и всичко е свързано.
5. Те делят света на добър или лош.
6. Правят различни хора и групи изкупителни жертви.

Може ли подобни теории да се вредни?

По време на пандемията от COVID-19 Европейската комисия обърна специално внимание на конспиративните теории поради техния вреден и подвеждащ характер.

Стефан Левандовски и Джон Кук обясняват по какъв начин теориите на конспирацията увреждат обществото. Тези от тях, които печелят широко доверие, могат да бъдат много опасни. Например ако достатъчно хора започнат да вярват, че причинителят на COVID-19 не е истински вирус, те ще спрат да се доверяват на науката, медицинските власти и правителствата, които се опитват да ограничат пандемията. Такива хора могат дори да допринесат за разпространението му, ако престанат да спазват мерките за социално дистанциране, пренебрегват носене на маски и карантина.

Няколко кули за мобилни телефони в Обединеното кралство са били подпалени, вероятно от хора, вярващи в теорията на конспирацията, която твърди, че COVID-19 се разпространява заради 5G мрежата. Тези престъпни действия не само отнемат ценно време на правоприлагащите органи, но поради прекъсвания на мобилните връзки пречат и на работата на здравните служби и полицията по време на пандемията. Всяка повреда на комуникационните съоръжения е особено вредна за хората, изолирани у дома.

За съжаление, известни личности или хора, които имат популярност и много последователи, допринасят за разпространението на конспиративни теории. Подобни съобщения в крайна сметка нанасят огромни щети на международните усилия за справяне с епидемията от COVID-19 и следователно техните разпространители могат да се окажат отговорни за допълнителни смъртни случаи, които е било възможно да бъдат избегнати.

3.2. Защо теориите на конспирацията са популярни

Усещане за безсилие. Тези, които се чувстват безсилни или уязвими, са по-склонни да подкрепят и разпространяват теории на конспирацията. Това се вижда в онлайн форуми, където възприеманото от хората ниво на заплаха е тясно свързано с предлагането на конспиративни теории.

Обяснение на малко вероятни събития. По същата причина хората са склонни да предлагат конспиративни обяснения за събития, които са много малко вероятни. Теориите на конспирацията действат като механизъм за справяне, който помага за преодоляване на несигурността.

Справяне със заплахи. Теориите на конспирацията позволяват на хората да се справят със заплашителни събития, като фокусират вината върху общност от конспиратори. На хората им е трудно да приемат, че „големите“ събития могат да имат обикновена причина. Теорията на конспирацията задоволява необходимостта едно значимо събитие да има голяма кауза.

Оспорване на официалната политика. Теориите на конспирацията се използват за оспорване на основните политически интерпретации. Конспиративните групи често прибягват до подобни разкази, за да претендират за статут на малцинство.

- Теориите на конспирацията невинаги са резултат от вярвания в лъжливи истории. Те могат да бъдат умишлено изградени или разширени по стратегически и политически причини с цел да провокират и манипулират.

3.3. Черти на конспиративното мислене

Психолозите установяват, че теоретиците на конспирацията не са непременно „с психически дефицити“; често това са нормални хора, които прибягват до такива теории, за да удовлетворят незадоволени потребности и да рационализират тревогата или страданието.

Конспиративното мислене е продукт както на мотивационни, така и на личностни фактори. Нормално е хората с конспиративно мислене да имат нужда от разбиране и да се чувстват сигурни в своята среда, но това, което ги отличава, е **убеждението за превъзходство над другите като ключов двигател. Освен това личностни черти като параноя, несигурност, импулсивност и егоцентризъм се оказват често срещани сред теоретиците на конспирацията.**

Изследователите са открили, че **най-силните черти, свързани с конспиративните идеи, се отнасят до:**

а) възприемане на опасност и заплаха;

б) разчитане на интуиция (а не на факти) и наличие на странни вярвания и преживявания;

в) антагонизъм и поведение на превъзходство над другите.

Установено е, че мотивите за социална идентичност и желанието за уникалност са най-силните фактори за конспиративно мислене. Това е сложно мислене с разнообразни променливи, които трябва да бъдат изследвани в отношенията между конспиративното мислене, мотивацията и личността, за да се разбере цялостната психология, създател на конспиративните идеи.

Някои общи черти на конспиративното мислене

1. Противоречивост. Теоретиците на конспирацията могат едновременно да защитават идеи, които взаимно си противоречат. Те например вярват в теорията, че принцеса Даяна е била убита, но също и че е фалшифицирала собствената си смърт. В огромното си желание да се противопоставят на „официалната“ версия теоретиците не придават значение колко непоследователна е тяхната системата от вярвания.

2. Доминираща подозрителност. Конспиративното мислене включва най-висока степен на скептицизъм към официалния наратив. Тази изключителна подозрителност отхвърля всичко, което не се вписва в теорията на конспирацията.

3. Вменяват се подли намерения. Мотивите на всяка предполагаема конспирация неизменно се квалифицират като престъпни. Теориите на конспирацията никога не приемат, че евентуалните заговорници имат добри намерения. Въпреки че теоретиците на конспирацията понякога могат да изоставят конкретни идеи, когато станат съвсем несъстоятелни, тези ревизии не променят цялостното им заключение, че „нещо трябва да не е наред“ и че официалната версия на събитията се основава на измама.

4. Преследвана жертва. Конспиративното мислене е антагонистично. Теоретиците на конспирацията се възприемат и представят като жертва на организирано преследване. В същото време те виждат себе си като смели герои, които се изправят срещу злодеите заговорници.

5. Имунизирани срещу доказателства. Теориите на конспирацията по своята същност се samozапечатват. Така например доказателства, които противоречат на дадена теория, се тълкуват отново като произхождащи от конспирацията. Това отразява убеждението, че колкото по-силни са доказателствата срещу заговора, толкова повече заговорниците трябва да се стараят хората да повярват на тяхната версия за събитията.

6. Повторно тълкуване на случайността. Преобладаващото подозрение в конспиративното мислене често води до убеждението, че нищо не е случайно. Малки, непреднамерени събития се интерпретират отново като причинени от конспирацията и се вплитат в по-широк, взаимосвързан модел.

7. Samozапечатващата се природа. Всичко, което опровергава дадена теория, може да се тълкува като допълнително доказателство за конспирацията. Това

означава, че комуникационните усилия трябва да имат различна насоченост към конкретните целеви аудитории. Ако теоретиците на конспирацията тълкуват превратно доказателствата, тогава за тях е нужна по-различна стратегия от тази за хората, които ценят фактите като доказателства.

Важно е да се запомни, че съществуват и истински конспирации.

Чертите на конспиративното мислене обаче не са продуктивен начин за разкриване на действителни конспирации. По-скоро тук е нужно конвенционално мислене, което цени здравия скептицизъм, доказателствата и последователността като необходими съставки, способни да разобличат реални опити за измама на обществеността.

3.4. Защита на обществото от теории на конспирацията

Теориите на конспирацията могат да бъдат опасни. Те идентифицират враг и таен заговор, застрашаващи живота или вярванията на хората. Задейства се защитен механизъм, който е способен да подхрани дискриминацията, да оправдае престъпления от омраза и да бъде използван от насилствени екстремистки групи. Те разпространяват недоверие в обществените институции, водещо до политическа апатия или радикализация, подкопават вярата в научната и медицинската информация, което може да има сериозни последици. За да се защити обществеността от теориите на конспирацията, се изискват усилия, насочени към възпрепятстване или ограничаване на разпространението им.

Например споделянето на конспиративни публикации във Facebook за отричане на климатичните промени беше намалено чрез проста намеса, която подтикна хората да зададат четири въпроса, преди да споделят материала:

- Разпознавам ли автора и новинарския сайт, който е публикувал историята?
- Изглежда ли достоверна информацията в публикацията?
- Написана ли е публикацията в стил, какъвто се очаква от професионален новинарски екип?
- Мотивиран ли е политически постът?

Когато усилията да се ограничи разпространението на конспирация се провалят, комуникаторите трябва да прибегнат до **стратегии, които намаляват въздействието на конспиративните теории**.

Предварителна подготовка. Ако хората са предупредени, че ще бъдат подвеждани, те могат да развият устойчивост към конспиративни съобщения. Този процес е известен като инокулация¹, или предварителна подготовка. Има два елемента на инокулацията: изрично предупреждение за предстояща заплаха

¹ Вкарване на живи микроорганизми и вируси в тялото на човека, напр. при ваксинация, с цел да се изгради имунитет.

от подвеждане с дезинформация и опровергаване на аргументите на вече получената дезинформация. Установено е, че предварителното развенчаване на конспиративните теории е по-ефективно от извършеното впоследствие. Базираните на факти и логика съобщения са били успешни при предварителното оборване на конспирации, свързани със събитията от 11 септември 2001 г. Ако хората са запознати с лишените от логика разсъждения, открити в теориите на конспирацията, и ги съотнесат към седемте черти на конспиративното мислене, те може да станат по-малко уязвими към такива теории.

Развенчаване

Има различни начини за развенчаване на конспиративни теории; някои от тях са били ефективни при хора, за които е малко вероятно да подкрепят конспиративните теории, като студенти или представители на широката общественост.

Базирано на факти развенчаване. Базираното на факти развенчаване показва, че теорията на конспирацията е невярна, като съобщава фактологично точна информация. Този подход е бил ефективен например при развенчаването на конспирацията за „рожденото място на президента Обама“, която твърди, че то е извън САЩ.

Логическо развенчаване. Базираните на логика развенчавания обясняват подвеждащите техники или погрешните разсъждения, използвани в теориите на конспирацията. Установено е, че посочването на логическите грешки в конспирациите срещу ваксинирането е също толкова ефективно, колкото и развенчаването, основано на факти: например изтъкването, че много изследвания за ваксинирането са проведени от независими учени, финансирани от обществени фондове, може да разруши конспиративните теории относно фармацевтичните индустрии.

Прилагането на аналитично мислене означава да бъдат зададени следните ключови въпроси, когато се тълкуват твърдения на конспиративна теория:

- Какви са доказателствата?
- Кой е източникът на това доказателство?
- Какви са аргументите, които свързват доказателствата с твърдението?
- Точни, достоверни и уместни ли са източниците на доказателства?

Връзки към проверители на факти. Връзки към уебсайт за проверка на факти от симулирана емисия във Facebook, независимо дали чрез автоматично алгоритмично представяне, или генерирани от потребителя корекции, ефективно опровергаха конспирацията, че вирусът Zika се разпространява от генетично модифицирани комари.

Овластяване на хората. Мисленето на хората, които вярват в конспирации, е свързано с чувство на намален контрол и възприемана заплаха. Когато хората усещат, че са загубили контрол над дадена ситуация, техните конспиративни тенденции се увеличават. И обратното: когато се чувстват овластени, те са по-устойчиви на конспиративни теории. Има няколко начина за „когнитивно овластяване“ на хората, например да бъдат подтиквани да мислят аналитично, вместо да разчитат на интуицията. Ако чувството им за контрол е усилено предварително (напр. чрез припомняне на събитие от живота им, което са контролирали), тогава е по-малко вероятно те да подкрепят конспиративните теории. Общото чувство за овластяване на гражданите може да бъде внушено, като се гарантира, че решенията, взети например от правителството, следват принципите на справедливостта. Усещането за справедливост се усилюва, когато се смята, че властите използват справедливи процедури за вземане на решения. В такъв случай хората са в състояние да приемат неблагоприятни ефекти от официални решения,

3.5. Как да говорим с теоретик на конспирацията

Докато развенчаването на конспиративните теории може да бъде ефективно за широката общественост, то е много по-трудно за хората, които вярват в тези теории. Вместо да се основава на външни доказателства, системата от вярвания при теоретиците на конспирацията говори главно сама за себе си и всяко вярване служи като доказателство за всички други.

Теоретиците на конспирацията също имат огромно влияние, въпреки че са малко на брой. Анализът на над 2 милиона коментара в сайта subreddit установява, че докато само 5% от плакатите показват конспиративно мислене, те са отговорни за 64% от всички коментари. Най-активният автор е написал 896 337 думи, два пъти повече от трилогията „Властелинът на пръстените“!

Теориите на конспирацията са неизбежна съставка на политическия екстремизъм. Следователно **изследванията на дерадикализацията** предоставят полезна информация за това как потенциално да се достигне и до теоретиците на конспирацията.

Доверени източници на съобщения. Контрасъобщенията, създадени от бивши членове на екстремистка общност, се оценяват по-положително и се запомнят по-дълго в сравнение със съобщенията от други източници.

Утвърждаване на критичното мислене. Теоретиците на конспирацията възприемат себе си като критични мислители, които не се заблуждават от официалния наратив. Това възприятие може да се използва за утвърждаване стойността на критичното мислене, но след това да се пренасочи към по-критичен анализ на конспиративната теория.

Проявете емпатия. Подходите трябва да са емпатични и да се стремят към изграждане на разбирателство с другата страна. Тъй като целта е да се развие

непредубедеността на теоретика на конспирацията, комуникаторите трябва да дават пример. Избягвайте подигравките. Агресивното деконструиране или осмиване на конспиративната теория или фокусирането върху „спечелването“ на спор крие риск да бъдете автоматично отхвърлени. Докато присмехът работи при широката публика, това не важи за носителите на конспиративни теории.

Сътрудничество и търпение. Важно е да подходите към тях, като обедините усилията си и се подгответе да признаете, че може и да са прави. Вместо да участват в безплодни спорове, хората биха могли да предприемат целенасочено пътуване заедно, за да установят истината. Възможно е този подход да подтикне към по-продуктивни разговори и да избегне създаването на обтегнати отношения. Установяването на основни правила може да помогне за постигането на споделено разбиране за това какво представлява достоверно доказателство и да осигури обща основа, тъй като хората имат различни предположения за реалността. Полезно е дори да признаем, че някои доказателства са против нашата гледна точка. Това би стимулирало откритост и възприемчивост към алтернативни гледни точки.

Често, независимо колко силен е аргументът, хората не променят лесно мнението си. Много от тези, които вярват в ирационални неща, искат те да са истина и прекъсването на тази емоционална връзка може да отнеме време.

Има и такива, които никога не са били действително заинтересовани да разберат истината. Това, което ги мотивира, може би е желанието да се държат антагонистично, да чувстват, че превъзхождат другите, да търсят внимание, забавление или призната роля в семейна среда. За тези, които се опитват да насочат теоретика на конспирацията към разума, е важно да осъзнаят, че индивидът може просто да не желае да го направи.

Упражнение „Това теория на конспирацията ли е?“

Въпреки че теориите на конспирацията са заплаха за човешката сигурност, невинаги е лесно да ги разпознаем или да знаем как най-добре да се справим с тях. Конспиративните теории обикновено не са подкрепени с доказателства, но това не им пречи да процъфтяват. Те могат да идват от много източници – интернет, приятели, роднини. Съществуват и истински конспирации. Например стана известно, че корпорацията „Фолксваген“ е заговорничела с цел измама по отношение на тестовите за емисии от нейните дизелови двигатели. Ние разбираме за тези конспирации от придобили известност вътрешни документи на компанията, от правителствени разследвания или от сигнали на лица. Напротив, теориите на конспирацията проявяват тенденция към продължително съществуване, дори когато няма убедителни доказателства за тях. Конспиративните теории се основават на специфични модели на мислене, за които е известно, че са ненадеждни начини за проследяване на случващото се в действителност.

Цел на упражнението: да се повишат знанията на учениците за това какво представляват теориите на конспирациите; да се представят инструменти за тяхното разграничаване от надеждната информация.

Времетраене и материали

Продължителност: 60 минути

Материали: флипчарт, големи листове хартия, маркери; *Работен лист 7* „Вярно или лъжа?“

Процедура

1. Дайте кратко обяснение за ключовите характеристики на конспиративните теории и как дезинформацията и фалшивите новини, разпространявани от тях, могат да бъдат заплаха за човешката сигурност (10 минути).

2. Помолете учениците да се разделят на малки групи и да разгледат конкретен тип дезинформация за изменението на климата, разпространявана от теория на конспирацията (*Работен лист 7*)

Някои примери са дадени в предоставения материал, но учениците могат да потърсят други в интернет.

Задайте им следните въпроси за обсъждане:

- Какви интереси стоят зад дадената конспиративна теория?
- Защо тези широко разпространени вярвания могат да бъдат наречени „теории на конспирацията“?
- Как конспиративната теория създава пречки пред решенията за климата?

- Защо тази теория на конспирацията е заплаха за човешката сигурност?

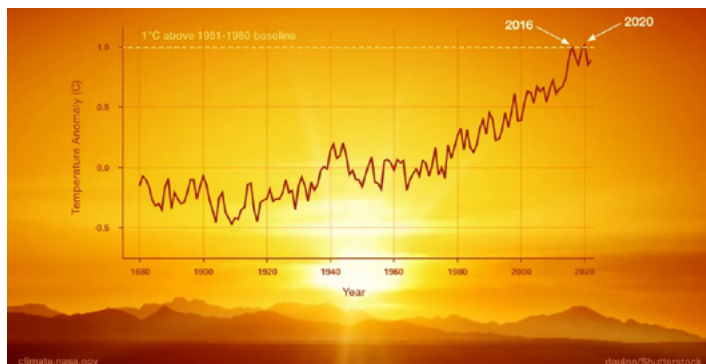
3. Учениците представят резултатите от груповата си работа в пленарна сесия (15 минути).

Въпрос за размисъл:

- ✓ Как конспиративните теории, свързани с климата, се развиват от отричането на климатичните промени, минават през причинените от човека промени в климата и стигат до атаките срещу решенията за климата?

Вярно или лъжа?

1. Изменението на климата е измама



Изменението на климата се отнася до дългосрочни промени в температурите и метеорологичните модели. Те могат да бъдат естествени – поради промени в слънчевата активност или големи вулканични изригвания. Но от 1800 г. насам човешката дейност

е основният двигател за изменението на климата, главно поради използването на изкопаеми горива като въглища, нефт и газ.

Въпреки доказателствата за това мнозина вярват, че глобалното затопляне е измама, а заплахите са преувеличени. Според тези вярвания изменението на климата е мит, използван от учените, за да получат финансова подкрепа за своите проекти, и от инвеститори в алтернативни източници на енергия, които се стремят към висока възвръщаемост на капитала си. Истина ли е това, или не?

Прочетете повече: <https://www.un.org/en/climatechange/what-is-climate-change>
<https://climate.nasa.gov/what-is-climate-change/>

2. 15-минутни градове



Една популярна идея за градско планиране, насочена към намаляване на замърсяването, се нарича 15-минутни градове: проектиране на градове така, че да имате достъп до услуги и удобства при кратка разходка, каране на велосипед или пътуване с обществен

транспорт. Пазаруване, работа, училища, разходки в парка – всичко трябва да е на разстояние 15 минути. Но има критици, които смятат, че така се ограничава движението на хората и едва ли не те ще живеят в затвор на открито. Истина ли е това, или не?

Прочетете повече: <https://www.dw.com/bg/15minutnite-gradove-planirat-da-ni-zatvorat-v-kvartalite/a-65289408>

<https://www.npr.org/2023/10/05/1203893268/climate-change-conspiracies-disinformation>

3. Изменението на климата е причинено от HAARP – Програма за високочестотни активни изследвания на полярното сияние



HAARP е програма на Университета на Аляска във Феърбанкс, която изследва йоносферата – най-високата йонизирана част от земната атмосфера. Но някои хора вярват, че всички природни бедствия, случили се наскоро, са свързани с HAARP: за някои

антени и оръжия се твърди, че се използват от американската армия за контрол на климата. Според тях HAARP причинява земетресения, цунами и торнадо. Истина ли е, или не?

Прочетете повече: <https://haarp.gi.alaska.edu/>

<https://www.168chasa.bg/article/4244957>

4. Виновни са следите, оставени от самолети



Най-горещата 2023 г. в Испания (и другаде), прекомерната топлина, сушата и големите пожари съживиха и пренасочиха старото вярване, че следите, оставени от самолети под формата на бели линии, съдържат химикали, които разтварят облаците и

предотвратяват дъжда. Разпространява се и сателитно изображение на група облаци на голяма височина, за които се твърди, че са преднамерено създадена изкуствена бариера срещу навлизането на атлантическите дъждоносни облаци в Испания. Според тази теория има план чрез сушата да се съсият испанските фермери и страната да се принуди да внася плодове и зеленчуци от Мароко. Истина ли е, или не?

Прочетете повече:

<https://shorturl.at/hkGNU> <https://www.168chasa.bg/article/4244957>

<https://shorturl.at/efnrR>

Упражнение „Конспиративни теории за COVID-19“

Дезинформацията, свързана с COVID-19, изигра роля за трудния контрол върху пандемичната ситуация в много държави и особено в България. Стана очевидно, че интернет, социалните медии и други средства за комуникация са допринесли за разпространението и наличието на подвеждаща информация. Тя утвърди вярвания, които представляваха основна заплаха за здравната сигурност: доведоха до избягване на ваксини, отказ от маски и използване на лекарства с незначителна научна подкрепа, което в крайна сметка допринесе за повишена заболяемост и смъртност. Дезинформацията за COVID-19 се превърна в огромен проблем за здравето на отделни индивиди, за общественото здраве и за правителствата в световен мащаб.

Цел на упражнението: да се повиши осведомеността на учениците относно ефекта от дезинформацията и невярната информация, свързана с COVID-19, върху здравната сигурност на общностите и на отделните лица.

Времетраене и материали

Продължителност: 60 минути

Материали: флипчарт, големи листове хартия, маркери; *Работен лист 8* „Това теория на конспирацията ли е? Проверете, преди да споделите“; *Работен лист 9* „Конспиративни теории за COVID-19“; линкове за достъп до сайтове

Процедура

1. Обсъдете с учениците как да разграничават надеждната информация от дезинформацията и как да разпознават конспиративна теория.

Раздайте им *Работен лист 8* „Това теория на конспирацията ли е? Проверете, преди да споделите“ и очертайте ключовите елементи, които трябва да имат предвид, когато четат текстове и оценяват дали информацията е теория на конспирацията, или не (10 минути).

2. Помолете учениците да се разделят на 5 групи и им осигурете материали, свързани с различни конспиративни теории за COVID-19. Всяка група трябва да прочете и обсъди теорията на конспирацията, описана в нейния материал, и след това да разработи стратегия за развенчаването ѝ.

При подготовката на своята аргументация учениците могат да използват линковете към научни и други надеждни сайтове. Всяка група получава постер, за да опише, нарисува, създаде мисловна карта или изрази творчески по друг начин своята стратегия за развенчаване на конспирацията (30 минути).

3. Участниците представят резултатите от груповата си работа в пленарна сесия (15 минути).

Въпроси за размисъл:

- ✓ Какви са приликите между тези теории на конспирацията?
- ✓ Какви са последиците за човешката сигурност от дезинформацията и фалшивите новини, разпространявани чрез теории на конспирацията и свързани с COVID-19?
- ✓ Кои от тези теории са били популярни по време на пандемията сред хората в техните общности и как са повлияли на местното население?

Това теория на конспирацията ли е? Проверете, преди да споделите¹**1. Проверете автора – кой пише текста и защо**

Вероятно не е конспиративна теория	Вероятно е конспиративна теория
◇ Авторът има легитимна авторитетна квалификация и призната експертиза в областта ◇ Авторът използва факти, които могат да се проверят, и доказателства от научни или академични изследвания	◆ Авторът е самопровъзгласил се експерт и не е свързан с реномирана организация или институция ◆ Авторът твърди, че има квалификация, но тя не издържа на проверка или има спрени лицензи за практикуване на професията

2. Проверете източниците – надеждни и авторитетни ли са

Вероятно не е конспиративна теория	Вероятно е конспиративна теория
◇ Източникът е цитиран от няколко реномирани медии ◇ Информацията е подкрепена от много учени/членове на академичната общност ◇ Независими уебсайтове за проверка на факти подкрепят източника и свързаните с него твърдения	◆ Източникът на информацията не е ясен - Информацията се споделя от самопровъзгласили се експерти ◆ Независими уебсайтове за проверка на факти не поддържат информацията от този източник и са опровергавали свързани твърдения

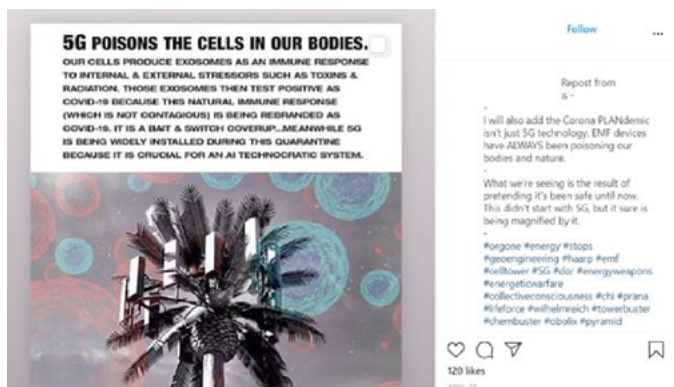
3. Проверете тона и стила – балансиран ли е, или едностранен и сензационен

Вероятно не е конспиративна теория	Вероятно е конспиративна теория
◇ Авторът не се стеснява да изследва сложността на въпроса, включително различни гледни точки ◇ Авторът е готов да признае ограниченията на своите знания ◇ Тонът е обективен, фактологичен	◆ Авторът представя своята версия като единствената валидна истина ◆ Авторът повдига въпроси, вместо да дава отговори ◆ Авторът демонизира всеки, който според него стои зад тайния заговор ◆ Тонът е субективен, емоционално наситен ◆ Използват се емоционални образи или истории, за да илюстрират посланието

¹ Сайт на Европейската комисия: https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/coronavirus-response/fighting-disinformation/identifying-conspiracy-theories_en#how-to-talk-to-somebody-who-firmly-believes-in-conspiracy-theories.

Конспиративни теории за COVID-19

1. Обвинения към 5G мрежата



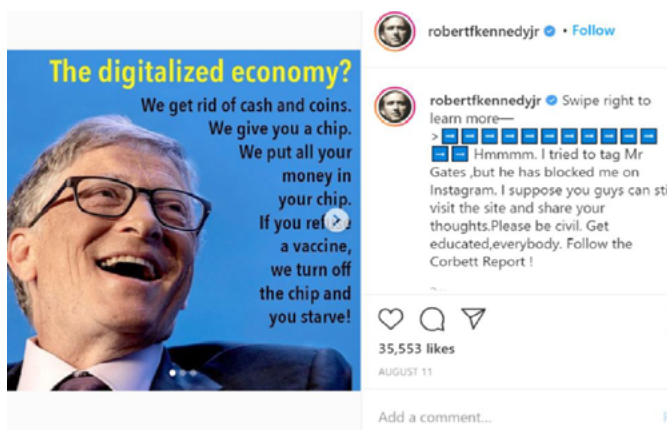
Теориите на конспирацията често правят формални връзки между случайни, едновременно протичащи или последователни събития. В този случай бързото разгръщане на 5G мрежите се извършва по същото време, когато започна пандемията.

Основното твърдение в тази теория е, че 5G радиочестотните комуникации имат вредно въздействие върху здравето: или директно разболяват хората (т.е. COVID-19 не съществува и хората всъщност страдат от 5G ефектите), или радиацията потиска имунната система и следователно води до заболяване от вируса.

Как може да се развенчае тази теория

1. Редица мобилни оператори решиха да разположат 5G в големите градове, за да достигнат до възможно най-много клиенти, преди да се преместят в по-малките и отдалечени райони, където общността е по-разпръсната. Но големите градове имат и международни летища, и са по-гъстонаселени. Коронавирусът тръгна от Китай и си проправи път в различни страни заради пътници, които преди това са били заразени. След като вирусът е в града, е много лесно случайно да се предаде на други хора в района.
2. Биологично е невъзможно вирусите да се разпространяват чрез електромагнитния спектър. Той представлява вълни/фотони, докато вирусите са биологични частици, съставени от протеини и нуклеинови киселини.
3. Световната здравна организация (СЗО) посочва, че вирусите не могат да се разпространяват чрез мобилните мрежи и че COVID-19 се разпространява бързо и в много страни, които нямат 5G.

2. Бил Гейтс като изкупителна жертва



Instagram позволява на сенатора активист Робърт Ф. Кенеди-младши да публикува дезинформация срещу ваксините, която привлича десетки хиляди харесвания.

Бил Гейтс е обвинен, че иска да установи „нов световен ред“ чрез ваксините, да постигне контрол и проследяване на големи

популации от хора. Проучване на повече от 38 000 коментара в YouTube показва доминиране на конспиративни изявления относно секретна програма на Бил Гейтс за разработването и разпространението на ваксини и микрочипирането на хора.

Антиваксърите твърдят, че COVID е част от подъл заговор, ръководен от Гейтс, за ваксиниране на световното население и имплантиране на микрочипове за проследяване и контролиране на хората.

Как може да се развенчае тази теория

Според New York Times антиваксъри, членове на QAnon и представители на крайнодесни движения, се позовават на видеозапис от реч в ТЕД от 2015 г., изнесена от Бил Гейтс, в която той обсъжда избухването на заболявания от вируса ебола и предупреждава за нова пандемия. Предупреждението му да се вземат предпазни мерки във връзка с настъпващи пандемии, е използвано от антиваксърите, за да подкрепят твърденията си, че той е знаел предварително за пандемията от COVID-19, дори целенасочено я е причинил.

Предположението, че COVID-19 е умишлено планирана пандемия, е невярно. СЗО обяснява, че източникът на SARS-CoV-2 най-вероятно е голям пазар за морски дарове и живи животни в Ухан, Китай. Смята се, че SARS-CoV-2 се е разпространил от животно на човек, подобно на MERS и SARS. Няма никакви индикации или публично достъпни доказателства, които да предполагат, че коронавируса е „проектиран“.

3. Лабораторно изтичане на вируси

Тази теория на конспирацията подкрепя подозрението, че коронавирусът може да е избягал, случайно или по друг начин, от лаборатория в китайския град Ухан, където е регистриран за първи път. Поддръжниците ѝ посочват наличието на голяма лаборатория за биологични изследвания в града. Институтът по вирусология в Ухан (WIV) изучава коронавируси при прилепи повече от десетилетие. Институтът е на 40 минути път с кола от пазара за живи животни, където се е появил първият клъстер от инфекции. Докато мнозина в медиите и политиката отхвърлят това като теория на конспирацията, други призовават за по-внимателно разглеждане на тази възможност. Идеята се запазва въпреки твърденията на много учени, че няма доказателства, които да я подкрепят. Все пак, макар много учени да смятат, че коронавирусът първоначално е бил предаден на хората от животни, а не чрез изтичане в лаборатория, има и такива, които продължават да призовават за повече разследвания, за да се определи източникът на пандемията.



Лаборатория в Ухан



Властите в Пекин пък искаха да хвърлят вината за пандемията върху американски институт

Какво казва науката във връзка с тези теории

Вярно е, че в първоначалния епицентър на епидемията – китайския град Ухан, има институт по вирусология, където изследователите изучават коронавируса прилепи от дълго време. Един от тези изследователи – Ши Джънли, виден вирусолог, която прекарва години в събиране на проби от прилепна тор в пещери и е водещ експерт по предишно огнище на SARS, е била сериозно загрижена от появата на SARS-CoV-2 и в продължение на месеци трескаво проверява лабораторните записи, за да види дали има нещо нередно. Тя признава, че е „въздъхнала с облекчение“, когато генетичното секвениране показва: новият коронавирус SARS-CoV-2 не съвпада с нито един от вирусите, взети и изследвани в Института по вирусология в Ухан от нейния екип. Освен това екип от учени, назначени от СЗО, отлита за Ухан в началото на 2021 г. с мисия да разследва източника на пандемията. След 12 дни проучвания в града, включващи и посещение в лабораторията, екипът на СЗО заключава, че теорията за лабораторно изтичане е „изключително малко вероятна“.

4. COVID-19 е биологично оръжие

Според тази теория SARS-CoV-2 не само е избягал от лаборатория, но е умишлено създаден от китайски учени като оръжие за биологична война. Теорията, че китайците по някакъв начин са създали вируса, е особено популярна сред политическата десница в САЩ. Широко се разпространява вярването, че Институтът по вирусология в Ухан е „свързан с тайната програма на Пекин за биологични оръжия“. Китайското правителство отговори на антикитайските теории със собствена теория на конспирацията, която се стреми да прехвърли вината върху Съединените щати. Тази идея е била разпространена първоначално от говорителя на китайското външно министерство Джао Лиджиан, който пише в Туитър: „Възможно е американските военни да са донесли вируса в Ухан“. Коментарът му отразява слухове за конспирация, широко разпространени в Китай, че американски военен персонал е пренесъл вируса в Китай по време на участието си в Световните военни игри през октомври 2019 г. в Ухан. За Китай тази теория на конспирацията и съпътстващият опит за преименуване на SARS-CoV-2 във „вируса на САЩ“ са „геополитически трик“ – полезен за вътрешната пропаганда, но непопулярен в международен план.



Amazon рекламира крайнодясна анонимна публикация на Canadian Rebel Media за COVID-19 като „биологично оръжие, създадено от световните елити“.

Как може да се развенчае тази теория

Благодарение на генетичното секвениране научно се доказва, че SARS-CoV-2 има изцяло естествен произход като зоонозен вирус, произхождащ от прилепи, което недвусмислено разкрива несъстоятелността на теорията.

5. COVID-19 не съществува, смъртността умишлено е завишена

Професионални теоретици на конспирацията като Дейвид Айк и Алекс Джоунс от InfoWars заявяват, че COVID-19 в действителност не съществува, а е заговор на глобалисткия елит за отнемане на нашите свободи. Ранните версии на тази теория са били преобладаващи сред политическата десница, която поддържа идеята, че новият коронавирус е „не по-лош от грип“. По-късните ѝ версии предизвикват масови протести срещу мерките за ограничаване на разпространението на вируса в много страни. Тъй като вярващите в тази теория отказват да спазват социално дистанциране и да носят маски, те директно помагат за по-нататъшното разпространение на епидемията в техните населени места и за увеличение на заболяемостта и произтичащата от това смъртност.



Друга част от конспирацията е идеята, че смъртността от COVID-19 умишлено се завишава и следователно няма причина да се спазват разпоредбите за изолация или други мерки за социално дистанциране. Особено активна в популяризирането на този мит е д-р Ани Букачек, която твърди, че свидетелствата за смърт от COVID-19 се манипулират. Тя е гледана повече от четвърт

милион пъти в YouTube. Букачек се появява в бяла лабораторна престилка, със стетоскоп около врата, което я прави да изглежда като авторитетен медицински източник. При по-дълбоко проучване обаче (направено от списание Rolling Stone) се оказва, че тя всъщност е крайнодесен активист против ваксинирането и абортите.

Как може да се развенчае тази теория

Твърдението, че COVID не съществува и смъртността е завишена, разбира се, няма научно основание и не се подкрепя от фактите. Напротив, много по-голяма е вероятността броят на смъртните случаи да е сериозно занижен поради невъзможността да се обхване цялото население и да се проследят причините за смъртните случаи във всеки един момент от пандемията. За да изяснят допълнително въпроса, правителствата и центровете за контрол на болестите публикуваха обширна информация за смъртните случаи по време на COVID-19, сравнявайки ги с данните от предишни години.

ЧЕТВЪРТА ГЛАВА

РОЛЯТА НА ИСТОРИИТЕ, РАЗКАЗИТЕ И ВЛАСТТА

Защо хората са склонни да се доверяват на дезинформацията? Тази глава провокира размисъл върху историите, разказите и ролята на властта.

Цели

- Фокусиране върху когнитивната рефлексия, т.е. върху начина на нашето мислене като индикатор, който да ни помогне да разпознаем ненадеждна информация;
- Осъзнаване на собствените ни когнитивни пристрастия като мощен инструмент, с който да разберем силата на информацията и необходимостта да отидем отвъд простите черно-бели отговори.

Съдържание

4.1. Когнитивни пристрастия и идентичност

Упражнение „Какво е когнитивно пристрастие?“

Упражнение „Саморефлексия върху идентичността“

4.1. За властта

Упражнение „Ролята на властта“

Упражнение „Какво представляват историите и наративите?“

4.1. Когнитивни пристрастия и идентичност

Когнитивните пристрастия (Cognitive biases) са систематични, универсално срещащи се човешки наклонности при вземането на решения, които могат да ни изложат на риск от неточни или грешни резултати. Човек е склонен да използва преки мисловни пътища, когато преценява и се опитва да разбере информацията около себе си. Тези преки мисловни пътища са полезни, но могат да доведат до обобщения, неточна или подвеждаща информация, наречена когнитивно пристрастие.

Всеки е склонен към когнитивни пристрастия. Хората получават ежедневно твърде много информация и използват преки мисловни пътища като начин да не бъдат претоварени от сложността на живота наоколо. Въпреки това е полезно да разпознават и разбират когнитивните си пристрастия, за да са способни да осъзнаят кога ги проявяват. Това е важно, защото те често лежат в основата на изборите и поведението на хората. Има много примери за когнитивни пристрастия. Ето няколко.

- **Пристрастие към потвърждение** (confirmation bias) ¹ – тенденцията да се обработва нова информация по начин, много силно повлиян от собствените вярвания и идеи, а да се подценява или игнорира такава, която не ги подкрепя.
- **Пристрастие към първоначална информация** (anchor bias) – първоначалният фокус или разбиране не успяват да се коригират с постъпването на нова информация.
- **Свърхгенерализиране** – актът на прибързано стигане до общо заключение въз основа на едно-единствено доказателство.
- **Пристрастие към ретроспекция** (hindsight bias) – надценяване на предвидимостта дадени отминали събития да се случат по този начин. Поради това хората смятат, че преценката им е по-добра, отколкото е в действителност. Подобна увереност може да ги накара да поемат ненужни рискове или да съдят другите твърде строго.
- **Пристрастие към познатото** (familiarity bias) – склонността да се доверяваме на информация, която е в „голям обем“: ако я чуваме достатъчно често, мозъкът ни започва да ѝ вярва.

Важно е да знаем, че при обработването на информацията нашите мозъци са предубедени. Разпознаването на подобни пристрастия ни помага да развием умения за критично мислене, както и за по-добро разбиране на емоционалните пристрастия.

1 <https://www.forumnauka.bg/topic/19692-%D1%81%D0%BA%D0%BB%D0%BE%D0%BD%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%82%D0%B0-%D0%B7%D0%B0-%D0%BF%D0%BE%D1%82%D0%B2%D1%8A%D1%80%D0%B6%D0%B4%D0%B0%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B5/>

Упражнение „Какво е когнитивно пристрастие?“

Цел на упражнението: учениците да придобият знания как да разпознават и идентифицират различни когнитивни пристрастия.

Времетраене и материали

Продължителност: 70 минути

Материали: ситуации, написани на хартия, цветни стикери, празни листове, различни по цвят маркери

Процедура

1. Фасилитаторът представя определението за когнитивни пристрастия и предлага на учениците поредица от ситуации. Учениците се разделят на малки групи и имат 10 – 15 минути, за да обсъдят в рамките на своята група коя ситуация под кое пристрастие попада. Всяко пристрастие трябва да получи свой собствен цвят – използват се цветни стикери. Ситуациите могат да имат няколко цвята (представляващи няколко пристрастия), ако учениците сметнат за подходящо. Тази част провокира участниците да размишляват върху често срещаните видове когнитивни пристрастия. След като завърши обсъждането на ситуациите по групи, фасилитаторът провежда обща дискусия.

2. Във втората част от това упражнение групите създават своя собствена история (реална или въображаема), като споделят когнитивно пристрастие, което според тях се случва често. Те имат 10 минути, за да измислят творчески начин за пресъздаване на своята история (може да използват хартия за флипчарт, да изиграят историята под формата на театър, да изпеят песен и т.н.). Групите трябва да представят историята в пленарна сесия пред връстниците си за по-малко от 5 минути.

3. В края на упражнението се подчертава необходимостта учениците да размишляват върху честото присъствие на когнитивните пристрастия в живота ни, и колко е важно да знаят как се проявяват пристрастията и как ни дават изкривени образи или информация.

Споделят се различни инструменти за преодоляване на пристрастията: размисъл върху начина, по който са били вземани минали решения, включително под натиск и през призмата на външни или различни перспективи; анализ на собствените ни разбирания; отказ от вземане на решения под натиск и др.

Ситуации (за разпечатване и раздаване на групите)

- Вие избирате да черпите информация само от един източник на новини.
- Придобивате впечатление за статия само от заглавието ѝ, без да я четете.

- Търсите физически признаци на лъжа и погрешно класифицирате определено поведение като доказателство за лъжа.
- Реферът преценява, че Вашият отбор е извършил нарушение, и Вие смятате, че той не е прав.
- Следвате в социалните медии само хора, които споделят Вашите гледни точки.
- Вярвате, че сте знаели през цялото време как даден политически кандидат ще спечели изборите.

Упражнение „Саморефлексия върху идентичността“

Когато мислим за нашите перспективи и пристрастия, важно е да направим три крачки назад и да погледнем навътре. Преживяванията ни до голяма степен оформят начина, по който виждаме и разбираме света около нас. Осъзнаването на ролята, която нашата идентичност и преживявания играят в отношението ни към другите, е централно за визуализирането на нашите силни страни и пристрастия. Тя е подвижна и се променя във времето, географията и контекста; има както вътрешна, така и външна част. Факторите на нашата идентичност и начинът, по който виждаме себе си, могат да се трансформират в зависимост от обстоятелствата и начина, по който другите ни виждат. Те също показват ролята на привилегиите и властта, както и областите на маргинализация и дискриминация.

Множество фактори представляват част от идентичността на всеки човек: пол, етнос, раса, сексуалност, възраст, религия, ниво на образование и други, което генерира междусекторност, или взаимовръзка на различни категории.

Кимбърли Креншоу представя своя теория за междусекторността. Тя е адвокат по професия. Нейните изследвания са фокусирани върху расата и етническата принадлежност, както и върху пола. Междусекторността ни помага да разберем как различни фактори на идентичност – пол, раса, етническа принадлежност, класа и т.н., са взаимосвързани. Тази взаимосвързаност извежда наяве ролята на собствената ни идентичност и идентичността на другите за начина, по който възприемаме конфликтите и се справяме с тях. Важните преживявания и фактори на нашата идентичност ни позволяват да виждаме света по определен начин: те оформят нашата перспектива.

Цел на упражнението: да помогне на учениците да разпознаят важни фактори на идентичността си, за да разберат как те влияят на начина, по който възприемаме другите и се отнасяме към тях.

Времетраене и материали

Продължителност: 60 минути

Материали: проектор, цветни химикалки, листове цветна хартия

Подготовка

Това е дейност за саморефлексия, която насърчава учениците да размишляват върху многото фактори на своята идентичност и да преценят кои са най-важни за тях в този момент. Можем да разгледаме ролята на идентичността в начина, по който виждаме света, ако я оприличим на вътрешен GPS. Той не се вижда, но всеки човек го носи. Подобно на GPS самоличността ни ориентира за начина, по който вървим и какво виждаме около нас.

Осъзнаването на ролята на нашата идентичност и преживявания има двойна полза: от една страна, ни прави чувствителни към собствените ни пристрастия, а от друга – по-добре разбиращи самоличността на хората. В крайна сметка това осъзнаване ни помага да деконструираме* нашите пристрастия и стереотипи.

** Забележка: деконструкцията е термин, който предполага процес на отучване и повторно научаване. В живота ни рамките, през които гледаме и разбираме света, несъзнателно се формират под различни влияния: семейство, общност, образование, новинарски източници и други. Някои от тези влияния създават полезни опори за осъзнаване на света, но други може да ограничават информацията, която получаваме и на която сме изложени. Практикуването на деконструкция и критично мислене е начинът, по който решаваме как да мислим и който може да помогне за разбирането на много други перспективи, съществуващи извън нашата.*

Процедура

1. Започнете с предоставяне на основна информация за важността на идентичността и погледа навътре като първа стъпка към разбиране на начина, по който виждаме света. Представете тази дейност като саморефлексивна. В този си вид тя изглежда различно за всеки човек, тъй като подчертава факторите, които той счита като важни за своята идентичност в конкретния момент.
2. Кръгът на идентичността се използва, за да улесни рефлексията върху факторите на идентичността, важни за всеки човек. На учениците се дава задачата да изберат 3 фактора, с които се идентифицират най-силно в този момент. След това те споделят своите фактори за идентичност и особено онези според тях, които имат най-силен ефект върху начина им на възприемане на света.
3. Поради саморефлексивния характер на това упражнение, след като се върнат в пленарната сесия, учениците могат да споделят само това, което е комфортно за тях. Трябва да се поддържа безопасно пространство, приканващо към отговорност към себе си и към другите. Когато се отвори пространството за споделяне, на участниците се предлага да определят дали са били изненадани от връзката – невидима понякога – между факторите на своята идентичност и възприятията им за заобикалящата ги среда.
4. Тази рефлексия ще завърши свързването на идентичността и перспективата с властта и привилегиите. В зависимост от това кои сме и къде се намираме, ще бъдем третирани по различен начин: понякога благоприятно, друг път – не. Много е важно да не забравяме ролята на властта и привилегиите, когато се ориентираме в информацията и се справяме с различни ситуации.



Дизайн и адаптация от Аналусия Партида Борего по модела на Патриция Хил

4.2. За властта

Невъзможно е да говорим за перспективи, информация и истории, без да споменем за власт. Властта има различни форми, които надхвърлят противопоставянето на „тези, които са мощни“ срещу „тези, които са безсилни“.

В действителност има много нюанси на властта, които могат да бъдат контекстуални, релационни или символични.

Съществуват много дефиниции на властта, но тук ще приемем следната: „Властта е силно влияние, изразено в правото и възможността за разпореждане, контрол и подчиняване на волята“. Може да се допълни, че е законна сила или придобита и упражнявана чрез пари, богатство, известност или знание.

Сама по себе си властта не е нито положителна, нито отрицателна. Всичко зависи от това как я изграждаме, реконструираме и практикуваме. За да се определи динамиката на властта и потенциалният конфликт, който може да възникне, е от значение кой практикува власт и как го прави.

Според думите на Мишел Фуко „трябва да спрем веднъж завинаги да описваме ефектите на властта в негативни термини като „изключва“, „потиска“, „цензурира“, „абстрахира“, „прикрива“. Всъщност властта произвежда: произвежда реалност; произвежда области от предмети и ритуали на истината. Индивидът и знанията, които могат да бъдат получени от него, принадлежат към това производство“.

Упражнение „Ролята на властта“

Цел на упражнението: идентифициране ролята на властта в общуването и взаимоотношенията и отразяване на различните ѝ прояви.

Времетраене и материали

Продължителност: 60 минути

Материали: хартия за флипчарт, цветни маркери, цветна хартия, карта на света

Процедура

1. Учениците се разделят на малки групи и заедно рисуват изображение, което им идва на ум, когато мислят за власт. Те имат 10 минути, за да съгласуват изображението. Могат да използват до 3 думи (на какъвто и да е език), за да опишат властта.
2. Всяка група представя своето изображение и определение. След като дефинициите на всички ученици бъдат споделени, горната дефиниция ще бъде използвана за допълването им.
3. Дискусия за връзката между власт и знание: защо знаем точно това и именно в това вярваме.
4. На учениците се дава задачата да назоват три държави, например започващи с буквата С. После те трябва да посочат три държави с буквата А. Накрая от тях се изисква да изберат три държави с буквата М.

След това учениците показват на картата на света местоположението на Украйна, Египет, Мали, Индонезия, Германия, Колумбия, Китай, Хаити.

Кои държави познаваме по-добре? С какво са известни? Често, ако има повече информация и знания за определена страна, това се дължи на обстоятелствата: например познати са ни страни, които са по-близо до нашата, и такива, с които имаме общи исторически моменти. Друг фактор е свързан със силата и активността на държавата в международните отношения. От значение е колко често чуваме за дадена страна, дали са разнообразни историите за нея, кой ги разказва – тези неща оказват влияние върху представата и възприятието ни за нея.

Упражнение „Какво представляват историите и наративите?“

Историите имат тема, сюжет и герои; начало, среда и край. Те служат за предаване на съобщения и осмисляне на преживените събития, информират как възприемаме ситуациите, как се отнасяме един към друг, и влияят на това, в което вярваме.

Наративите са колекции от взаимно подсилващи се истории, които осигуряват споделено разбиране за хората, местата и контекста около нас. Те са артикулирани и усъвършенствани, тъй като представят централна идея или убеждение. Можем да наречем тази централна идея рамка. Ние използваме наративи, за да разберем света и нашето място в него. Те също създават чувство на принадлежност, затвърждавайки груповите идентичности и отделяйки се от другите – нещо като „ние“ и „те“. Наративите сами по себе си не са отрицателни; те са механизъм, който хората използват, за да им помогнат да постигнат разбиране. Важно е да се разпознаят множеството наративи, които съществуват в контекста, както и източниците на информация и техните потенциални пристрастия. Стъпка в разглеждането на множество наративи е да се анализира кой стои зад тях и кой се възприема като легитимен в определен контекст. Разбирането на местните културни нюанси, историческите особености и съществуващата динамика на властта може да осигури по-широка перспектива.

Цели на упражнението: да се изследва силата на историите, наративите и концепцията за приобщаване; да се използват примери от социални медии, за да се обсъдят властта, поляризацията и различните перспективи.

Времетраене и материали

Продължителност: 120 минути

Материали: проектор, компютър, интернет или USB устройство; скорошни новини от социалните медии за част II от тази дейност (коментари във Facebook или Twitter/X за новини от национално или местно издание)



Опасността от единствената история

https://www.ted.com/talks/chimamanda_ngozi_adichie_the_danger_of_a_single_story/comments/transcript?showTranscriptTooltip=true&subtitle=bg

Процедура

1. Представя се видеоклип на Chimamanda Ngozi Adichie на тема „Опасността от единствената история“. Какво се случва, ако липсва плурализъм – видеото на нигерийската писателка Chimamanda Ngozi Adichie дава храна за размисъл.
2. След видеото фасилитаторът разделя учениците на групи и ги подканва да помислят върху речта на Адичи: какви ключови послания представя.
3. В пленарна обща сесия фасилитаторът начертава върху флипчарт или бяла дъска колективен балон с идеи и размисли, които най-много са впечатлили учениците. Завършва се с дискусия, подчертаваща факта, че разнообразното и множествено представяне на гласове и хора в пространството е от съществено значение, за да се оценят многото гледни точки и преживявания.
4. Упражнението може да продължи, като участниците се върнат в своите групи и работят върху случай, взет от медиите, изследвайки отново опасността от разпространението на една-единствена история.

Добре е предварително да се намерят актуални истории от медиите, които са привлекли внимание в страната през последните дни. Историите се подготвят за групова работа заедно с коментари и реакции в социалните медии. Идеята е да се обмисли ролята на официалните и алтернативните медии за разпространението на едностранни разкази за хора и събития, да се разгледат потенциалните опасности от поляризация, социално разделение и създаване на недоверие. Разглеждат се и начините за борба с дезинформацията.

Групите имат 30 минути, за да се запознаят с предоставената новинарска статия, както и с коментари от потребители на социални медии. Те дискутират следните въпроси:

- ✓ Какво заключение направихте след прочитането на тази статия?
- ✓ Смятате ли, че езикът, който журналистът използва, е подходящ?
- ✓ Ако темата е чувствителна, смятате ли, че журналистът има предвид тази особеност и подхожда внимателно към нея?
- ✓ Предоставя ли журналистът различни гледни точки и/или източници по темата?

По отношение на коментарите и реакциите в социалните медии учениците обсъждат следните въпроси:

- Какво според Вас се отразява в езика?
- Какво според Вас стои зад реакциите?
- Как това може да допринесе за поляризация или деполяризация?
- Смятате ли, че може да има риск от развитие на доминираща или „единствена“ история?
- Кои са основните предизвикателства, наблюдавани в новинарските и социалните медии, които виждате отразени в тази дейност?

След груповата работа всяка група представя в пленарна сесия резултатите от дискусиата, като споделя следните три елемента:

1. Тълкуване на статията и коментарите.
2. Как това съдържание допринася за увеличаване или намаляване на дехуманизацията и поляризацията.
3. Как съдържанието се отнася до създаването или разрушаването на единични истории.

В заключение фасилитаторът подчертава ключови думи и концепции, които са споделени. Важно е да се обобщи, че както всички инструменти за комуникация, социалните медии могат да отворят пространства за много истории – често това са истории на хора, които иначе не биха намерили аудитория; истории, които по този начин могат да бъдат чути, да плурализират информацията и да я направят по-достъпна. Освен това социалните медии могат да служат за разделяне и противопоставяне на части от обществото, да объркват и затрудняват хората, когато трябва да разберат за какво всъщност става дума. Дезинформацията не е непременно „фалшива информация“. В някои случаи тя включва селективно споделяне на определени факти и новини с цел прокарване на идеология или програма. Това създава ехо камера, т.е. хората чуват само част от историята и не взаимодействат с другите нейни части и с тези, които ги слушат. Когато комуникацията между общностите е прекъсната, поляризацията в тях нараства.

ПЕТА ГЛАВА

МЛАДЕЖКА АНГАЖИРАНост И АКТИВНО ГРАЖДАНСТВО

Цели

- Да се разгледат различните форми за отговор на дезинформацията и да се предоставят на учениците мерки за борба с нея.
- Насърчаване на участниците да мислят за себе си като хора, които могат да повлияят на промяната.

Съдържание

5.1. Активно гражданство

5.2. Отговори на дезинформацията

Упражнение „Какви са отговорите на дезинформацията?“

Упражнение „Как реагираме?“

5.3. Младежите и социалните медии

Упражнение „Онлайн платформи и приложения“

Упражнение „Движения в социалните медии“

5.4. Граждански инициативи: как да изградим успешна кампания

Упражнение „Организиране на гражданска инициатива“

5.1. Активно гражданство

Гражданската ангажираност се отнася до всяка дейност, извършена от индивид, която е насочена към интересите и благото на общността. Днес гражданската ангажираност на младите хора е неделима от дигиталния медиен пейзаж. Младите хора по света са все по-свързани, използвайки интернет и дигитални инструменти за изграждане на техните общности, за взаимодействие с други хора с подобно мислене, както и за застъпничество, изразяване на съпротива, организиране на събития и набиране на средства за каузи, които ги интересуват.

За много социални движения, ръководени от младежи, една от най-важните промени на XXI век е преминаването от това, което преди беше предимно личен активизъм, към участие в дигитален активизъм. Дигиталната гражданска ангажираност се отнася до ангажираност на млади хора чрез дигитални медии. Затова дигиталната грамотност, включително уменията за борба с дезинформацията, е необходимо условие за дигиталното гражданство.

През последните няколко десетилетия намалява участието на младите хора в традиционните форми на гражданска ангажираност. Изследванията показват, че в сравнение със своите предшественици днес младите хора подхождат към концепцията за гражданство по различен начин. Те са по-малко въввлечени в граждански действия по „задължение“, каквото е гласуването по време на избори. Вместо това младежите предпочитат ангажираност чрез себеизразяване – участие в дигитални групи, в онлайн протести, доброволчество и др.

Дигиталното пространство предоставя възможности на младежите да се ангажират със социални и политически въпроси във форми, които не са били достъпни преди. Младите хора използват дигитални и онлайн инструменти, за да демократизират и улеснят прякото си участие, да наблюдават, документират и докладват провали в управлението и нарушения на правата на човека.

Дигиталният активизъм е критикуван като „мързелив активизъм“, наричан още „кликтивизъм“, който дава на хората фалшиво усещане за промяна и възпрепятства по-усиленото и ефективно офлайн гражданско ангажиране. Но онлайн и офлайн активизмът могат да се разглеждат и като допълващи се и свързани явления: онлайн активността на един човек може да мобилизира други за офлайн граждански действия.

Гражданите могат да участват активно в следните специфични дейности:

- повишаване на осведомеността: разпространяване на знания за определен проблем или причина;
- застъпничество: действия, насочени към промяна на политиките, позициите или програмите.
- отговорност: лицата, вземащи решения, са задължени да обясняват, обосновават и поемат отговорност за действията си.

5.2. Отговори на дезинформацията

Относно борбата с дезинформацията гражданите могат да участват в четири групи дейности, очертани от ЮНЕСКО

1. Превенция: инициативи, които се фокусират върху противодействието на дезинформацията, като помагат на публиката да разпознае надеждни източници на информация, да ги идентифицира и стимулира. Тези инициативи включват използване на технологични средства и програми за обучение на преподаватели.

2. Идентифициране и наблюдение: инициативи, които разкриват статии с дезинформация и техните източници в различните медии или канали на социални медии, за да предупредят обществеността за съществуването им и да предоставят вярна информация.

3. Коригиране: инициативите в тази категория надхвърлят идентификацията и се фокусират върху предпазването на обществеността от тези дезинформационни съобщения, включително насочване към правилните източници на информация.

4. Регулиране: тази категория се отнася до дейности, свързани със саморегулиране и съвместно регулиране в опит да се спре или поне да се възпрепятства дезинформацията.

Европейският съюз (ЕС) създаде политики и мерки за предотвратяване на разпространението на онлайн дезинформация. От 2018 г. ЕС има доброволен кодекс на поведение, който изисква от компаниите за социални медии да подават отчети за своите услуги и продукти. Европейският съюз създаде Кодекс на поведение за противодействие на незаконните изказвания онлайн, пораждащи омраза (2016 г.), и План за действие (2018 г.). Създадени са етични кодекси, доброволно приети от платформи за социални медии и новинарски асоциации: Facebook, Twitter, Mozilla и Google; Европейската асоциация на комуникационните агенции, Бюрото за интерактивна реклама и Световната федерация на рекламодателите.

През май 2021 г. Европейската комисия издаде допълнителни насоки за укрепване на Етичния кодекс относно дезинформацията с цел да засили и разшири неговото прилагане извън големите социални медийни платформи; да се демонетизира дезинформацията; да се даде възможност на потребителите да идентифицират дезинформация; да разшири обхвата на проверката на фактите и да осигури по-голям достъп до данни за изследователите.

Европейската обсерватория за цифрови медии (EDMO) служи като център за експерти, проверители на факти, учени и други участници в тази област на сътрудничество. Обсерваторията осъществява връзка с медийни организации и експерти по медийна грамотност и предоставя подкрепа на политиците, работещи за ограничаване на появата и разпространението на дезинформацията.

В резултат на тези усилия гражданите на ЕС могат да реагират и да помагат

за спиране разпространението на дезинформация. Ако хората видят онлайн съдържание, което смятат за невярно или подвеждащо, те могат да докладват за това на хостващата социална медийна платформа.

Ето примери за това как някои платформи дават възможност гражданите да реагират на фалшиви новини в социалните медии.

Facebook:

- Click next to the post you'd like to mark as false;
- Click Report post;
- Click false information, then select the kind of false information;
- Click Submit.

Youtube: <https://support.google.com/youtube/answer/2802027>

Instagram: <https://help.instagram.com/1735798276553028>

Tiktok: <https://support.tiktok.com/en>

<https://support.tiktok.com/en/safety-hc/report-a-problem>

Viber: <https://help.viber.com/hc/en-us/articles/8922694984733-How-to-Report-Inappropriate-Content>

Упражнение „Какви са отговорите на дезинформацията?“

Цели на упражнението: да се повишат знанията на учениците относно мерки за борба с дезинформацията

Времетраене и материали

Продължителност: 20 минути

Материали: големи листове хартия, компютри, телефони

Процедура

1. Разделете участниците на 4 малки групи. Помолете групите да дадат примери, свързани с всеки от четирите начина за борба с дезинформацията.
2. Помогнете на учениците, като им дадете кратка информация за различни инициативи, например законодателство, проекти за развенчаване на дезинформацията; за образование и за повишаване на осведомеността.

Упражнение. „Как реагираме?“

Цели на упражнението: да се повиши осведомеността относно мотивите и реакциите на младите хора във връзка с онлайн съдържанието и начина, по който те реагират на дезинформация и невярна информация.

Времетраене и материали

Продължителност: 20 минути

Материали: големи листове хартия, маркери, компютър

Процедура

1. Изберете поредица от новини (фалшиви и верни), които предизвикват силни емоции. Подгответе стаята така, че да има много място за движение.
2. Създайте отделни зони на пода, като залепите лист хартия с различни реакции:
 - Емоция – любов или други емоции; можете да разпечатате или нарисувате различни емотикони, използвани в социалните мрежи
 - Споделяне
 - Коментиране
 - Игнориране.
3. Покажете на екран и прочетете една от новините. Помолете учениците да застанат до един от листовите в стаята според това как биха реагирали, когато прочетат такава новина.
4. Попитайте някои от тях защо биха споделили такава новина или какво биха коментирали. Кой са често срещаните мотиви за реакциите, особено споделянето и коментирането.
5. Обявете дали новината е истинска, или фалшива.

Покажете следващата новина на екрана и започнете отново със същата инструкция учениците да изберат реакцията си и да застанат до един от листите.

5.1. Младешите и социалните медии

Социалните медии оформят ежедневието ни. През 2009 г. Soren Gordhamer отбеляза, че социалните медии променят живота ни поне в пет насоки:

- откъде получаваме нашите новини;
- как започваме и правим бизнес;
- как се срещаме и поддържаме връзка с хората;
- какво разкриваме;
- на какво можем да повлияем.

Платформите за социални медии са уеббазирани, мобилни технологии, използвани за споделяне на информация с интерактивен компонент. Примерите включват YouTube и различни блокове. Платформите за социални мрежи са технологични структури, предназначени за хора, които споделят общи интереси. Социалните мрежи са част от социалните медии. Такива са например Facebook и Instagram.

Съществуват различни приложения за социални медии, например сайтове за социални мрежи, блокове, уикита, подкасти, форуми, общности за съдържание и микроблокове.

- Сайтовете за социални мрежи са „уеббазирани услуги, които позволяват на хората:
 - да създадат публичен или полупубличен профил в рамките на ограничена система;
 - да формулират списък с други потребители, с които споделят връзка;
 - да дават възможност за преглед на техния списък с връзки и тези, направени от други в системата“;
 - Facebook е водещият сайт за социални мрежи в света.
- Блоговете са сайтове, „съдържащи собствените преживявания, наблюдения, мнения и т.н. на автора или на група автори, често с изображения и връзки към други уебсайтове“. Блогът е инструмент за усиляване гласа на индивида. Той дава възможност на потребителите да публикуват своя гледна точка, която светът да прочете и да предостави обратна връзка.
- Wikie „частотървърен софтуер, който позволява на потребителите свободно да създават и редактират съдържание на уебстраници, използвайки всеки уеббраузър“. Най-популярното wiki е Wikipedia, „съвместно редактирана, многоезична, безплатна интернет енциклопедия“. Wikipedia има над 24 милиона статии (над 4,1 милиона само в английското издание на Wikipedia). Статиите в Wikipedia се пишат съвместно от доброволци по целия свят.

- Podcast е „вид цифрова медия, състояща се от епизодична поредица от аудио радио, видео, PDF или ePub файлове, предавани онлайн на компютър или мобилно устройство“.
- Форумите са „сайтове за онлайн дискусии, където хората могат да водят разговори под формата на публикувани съобщения“.
- Общностите за съдържание са „дефинирани от група хора, събиращи се онлайн около обект от общ интерес. Обектът може да бъде почти всичко, например снимки, видеоклипове, връзки към тема или проблем, и често е организиран и разработен по начин, който или включва елементи на социалната мрежа, или ги прави централни за съдържанието“.

YouTube и Flickr са най-популярните общности за съдържание. YouTube се превърна в световния сайт за видеосподеляне: 70% от неговия трафик идва извън Съединените щати и е локализиран в 39 държави на 54 езика.

Ето някои зашеметяващи факти за YouTube:

- всяка минута в YouTube се качват 60 часа видео; всяка секунда се качва един час видео;
- на ден се гледат над 4 милиарда видеоклипа;
- всеки месец се гледат над 3 милиарда часа видео.
- Микроблогингът е „интернет базирана услуга, в която: (1) потребителите имат публичен профил, където излъчват кратки публични съобщения или актуализации, независимо дали са насочени към конкретен потребител(и), или не; (2) съобщенията стават публично групирани заедно потребители; (3) потребителите могат да решат чии съобщения желаят да получават, но не непременно кой може да получава техните съобщения; това е за разлика от повечето социални мрежи, където следването е двупосочно (т.е. взаимно)“. Twitter (или X) е водещата платформа за микроблогинг.

Упражнение „Онлайн платформи и приложения“

В днешно време социалните онлайн платформи, приложенията за смартфони и онлайн услугите предоставят уникални възможности за свързване на хората. В същото време е важно да се мисли и за личната сигурност, защото чрез анализа и свързването на всички данни, които човек оставя в платформите, е възможно да се получи подробна картина за това къде отива, с кого се среща, какви са неговите лични интереси, какво и колко често купува.

Цели на упражнението: да се повиши осведомеността относно киберсигурността и онлайн заплахите.

Времетраене и материали

Продължителност: 20 минути

Материали: големи листове хартия, маркери, компютър

Процедура

1. Помолете участниците да съберат информация за всички онлайн услуги, които използват. Те могат да направят това сами или в малки групи.
2. Всяка група изработва плакат с приложенията и онлайн услугите, които използва.
3. Попитайте участниците защо толкова много приложения и онлайн услуги са безплатни.

Обяснете на учениците, че чрез анализиране и свързване на всички тези данни (техните регистрации във Facebook или Instagram, продуктите, които купуват с банкови карти, снимките, които качват в социалните медии и т.н.) е възможно да се получи подробна картина за всички техни дейности и предпочитания, изброени по-горе.

Ето защо поверителността на данните е от решаващо значение за борбата с дезинформацията.

Микротаргетирането, или насочването на информация към определена група, позволява разпространението на дезинформация, с което дава възможност както на политически субекти, така и на физически лица да изпращат реклами до целеви групи с голяма прецизност, като използват данни, събрани от платформите на социалните медии. Затова е важно да бъде ограничен достъпът до информацията, която позволява персонализирано насочване на реклами.

Когато потребителите не предоставят подробни данни за своите политически убеждения, възраст, местоположение и пол, тези, които в момента насочват реклами и съдържание с дезинформация, имат по-малък шанс да успеят.

Съвети за онлайн сигурност

- Запознайте се с всички настройки на браузъра, който използвате. Трябва да знаете, че за разлика от Google.com, други търсачки като DuckDuckGo или StartPage не проследяват IP-адреси; личните данни не се съхраняват и предоставят на трети страни и не се използват бисквитки за идентифициране на потребителя.
- Софтуерът и операционната система трябва да се поддържат актуални.
- Почиствайте редовно паметта, историята на сърфирането и бисквитките.
- Има режим инкогнито, когато човек сърфира в интернет, което позволява да го прави без запазване на бисквитки или история на сърфиране.
- Проверете настройките за местоположение и проследяване; използвайте блокер на тракери.
- Използването на безопасна парола е задължително, включително главни букви, символи и цифри.

Например: lw2sMYd8@S (I want to see my data save)

Аз (I) искам (w) да (2) видя (s) моите (MY) данни (d8@) защитени (S)

Положителна промяна чрез социалните медии

Наред с тези предизвикателства, свързани с дезинформацията, социалните медии помагат за разпространението на навременна и полезна информация.

Например неотдавнашното движение #BlackLivesMatter беше активирано от социалните медии, които обединиха солидарността на хората по целия свят, когато Джордж Флойд беше убит поради полицейска бруталност.

Предизвикателството Ice Bucket Challenge достигна до повече от 440 милиона души по света, като се превърна в една от двете най-популярни кампании в социалните медии и помогна на създателите да постигнат целта си: повишаване на осведомеността за амиотрофичната латерална склероза (ALS) и събиране на повече от 100 милиона долара за ALS Foundation.

Движението #MeToo стана известно през 2017 г., когато жените реагираха на новината, че на филмовия магнат Харви Уайнщайн са повдигнати множество обвинения в сексуално насилие. Те споделиха собствените си истории, използвайки хаштага #MeToo. Събитието се превърна в глобално движение и предизвика значителна промяна на политическо ниво. В резултат на това през ноември 2018 г. Общото събрание на ООН прие първата си резолюция, посветена изключително на борбата срещу сексуалния тормоз. Това утвърждава правото на всеки човек да живее и работи в свят, свободен от насилие и тормоз. Движението #MeToo показва как дигиталният активизъм може да доведе до промяна в обществото.

Упражнение „Движения в социалните медии“

Цели на упражнението: подтиква учениците да помислят критично колко мощни и влиятелни могат да бъдат социалните медии, и да проучат различни кампании, които постигат положителна промяна в общността.

Времетраене и материали

Продължителност: 20 минути

Материали: флипчарт, големи листовے хартия, маркери

Процедура

1. Дайте на учениците примери за движения в социалните медии като #FridaysForFuture, #BlackLivesMatter, #MeToo. Нека потърсят и представят информация за тези движения.
2. Помолете учениците да потърсят и споделят примери за местни или национални социални медии, които инициират положителна социална промяна.

5.4. Граждански инициативи: как да изградим успешна кампания

За да има успех една гражданска инициатива, е нужно добро планиране. Може да се започне с тези шест въпроса: „*Кой?*“, „*Защо?*“, „*Какво?*“, „*Как?*“, „*Къде?*“, „*Кога?*“.

Кой? Кого бихте искали да включите във Вашата инициатива за социално действие?

Защо? Наличието на сериозна обосновка или причина ще увеличи степента на социално въздействие на проекта.

Какво? Може ли конкретен проблем да бъде идентифициран? Какво се очаква да се случи и какво би следвало да се направи? Това може да е проблем от образованието, да има нужда от застъпничество за определена група или кауза, както и да се направи нещо важно за общността.

Как? След изясняване на идеята следващата стъпка е нейното прилагане в действие. Важно е да се изясни има ли нужда от подкрепа и ресурси.

Къде? В какъв мащаб ще се реализира идеята – локален или национален, офлайн или онлайн. Къде най-успешно може да се предизвика промяната?

Кога? Какъв е времевият график на кампанията? Може да се помисли за синхронизиране на нейното стартиране със събития, случващи се в обществото, или просто да се избере най-подходящ период.

Борба с дезинформацията в общността: стъпки за изграждане на успешни инициативи

Определяне на проблема. Това насочва вниманието на учениците към тяхната общност: какво се случва и какво не харесват в нея; кои прояви на дезинформация намират за особено проблематични; кои неща биха искали да променят или да направят нещо по въпроса. Така те започват да мислят за промяната и за мобилизиране на подкрепа за нея.

Цели. Дефиниране на целта и какво трябва да се постигне и направи по проблема. Има ли нужда например от промяна на закона или някаква наредба, за да се разреши проблемът? Необходимо ли е да се повиши осведомеността на хората? Трябва ли те да се съберат и да организират нещо, за да бъде чуто гласът им? Целта може да се формулира, като се започне с израза: „Ние се стремим да...“. Формулира се и послание на кампанията.

Екипът, който е нужен. Необходим е екип от хора, които работят добре заедно, за да може проектът или кампанията да са успешни. Отделя се време, за да се определят правилата, ролите, отговорностите и начинът, по който групата да работи. Уточняват се конкретни условия: срещи, изслушване и изказване по време на срещите, управление на конфликти, водене на преговори и вземане на решения.

Проучване на проблема. Необходимо е добре да се разбира същността на проблема. Това включва установяване на фактите, събиране на информация и статистика в подкрепа на аргументите, допитване до други мнения. Търсят се надеждни източници на информация: медии, интернет, литература по въпроса, разговор с участници в общността, хора, които живеят и работят в нея, учители, близки, младежки лидери, авторитетни възрастни, родители и други. На този етап може да се проведе анкетно проучване, за да се намери повече информация от други хора в града. Добре е да се направи страница в социалните медии или да се изготви брошура, с която да се покаже на общността какви са целите на кампанията и каква помощ е необходима. Може да се включат факти и статистика, за да се демонстрира задълбочено разбиране на проблема. Това ще помогне за повишаване на осведомеността.

Планиране. Процесът на планиране предвижда разработване на цели и начини за постигането им. Необходимо е да се определят ресурсите и да се създаде план за действие. Обмисля се разпределението на задачите по плана: кой какво ще прави и каква помощ ще бъде нужна. Идентифицират се хора, които могат да поемат водеща роля при различните задачи.

Отговорности. Анализира се ролята на правителството, местните институции, медиите или други заинтересовани. Как работи местният съвет? Има ли водещ съветник по конкретния въпрос или проблем? Кой е отговорен за това на регионално или национално ниво? Как правата на човека и на младите хора са свързани с този проблем? Как позоваването на правата може да помогне за постигане на целите и да повлияе на вземащите решения? Прави се проверка на законодателството, свързано с конкретния проблем и с провеждането на кампанията.

Хората, от които ще се търси подкрепа. Какви препятствия трябва да се преодолеят? Тук екипът може да определи към кои отговорни лица трябва да се обърне, за да постигне разрешаване на проблема. Кои са съюзници и кои ще се противопоставят? Привличането на хора е ресурс: те имат знания и опит, които могат да бъдат от полза.

Работа с медиите. Важно е да се проучи как използването на медиите като инструмент може да помогне за намиране на решение на проблема; как медиите да се включат в представянето на проекта пред по-широка аудитория.

Оценка: как ще стане ясно, че целта е постигната. Важно е напредъкът да се оценява на редовни интервали. Създаването на план за действие трябва да помогне за контролиране на процеса. Проверката на плана показва дали има нужда от промяна или актуализация.

Упражнение „Организиране на гражданска инициатива“

Цели на упражнението: учениците да придобият умения как да организират своите социални инициативи

Времетраене и материали

Продължителност: 20 минути

Материали: флипчарт, големи листове хартия, маркери, *Работен лист 10* „Стъпки за успешно планиране на социална инициатива, противопоставяща се на дезинформацията“

Процедура

1. Разкажете на учениците кои са основните стъпки за провеждане на гражданска инициатива или кампания в социалните медии.
2. Разпределете учениците в малки групи. Раздайте допълнителния материал със стъпките за планиране на социална инициатива.
3. Дайте им задача да помислят за проблем и да планират успешна социална инициатива, за да направят положителна промяна.
4. Помолете всяка група да представи своите идеи.

**Стъпки за успешно планиране на социална инициатива,
противопоставяща се на дезинформацията**

Какъв е проблемът?	
Цели	
Екипът, който е нужен	
Проучване на проблема. Какво трябва да знаят	
Планиране. От какво се нуждаете, за да постигнете целите си?	
Кой отговаря?	
Кои са хората, от които ще търсите подкрепа? Кои са препятствията, които трябва да преодолеете?	
Как ще работите с медиите? Как ще привлечете подкрепа и ще повишите разбирането на хората за проблема?	
Оценка. Как ще разберете, че сте постигнали целта си?	

Съвети как да използвате социалните медии за Вашата кампания

- Публикувайте интересни изображения – изкуство, снимки, мемета и др., които ще привлекат много споделяния и/или харесвания от последователи и съмишленици. Включете навременни, забавни или вдъхновяващи надписи за допълнителна ангажираност.
- Създавайте видеоклипове с молба поддръжниците да разказват своите истории пред камерата. Може също да предавате събития на живо.
- Споделяйте новини и разговори на платформи от рода на Facebook или Instagram, за да предизвикате диалог по Вашия проблем и да бъдат видими коментари от Вашите поддръжници.
- Документирайте действията си със снимки и видеоклипове по време на Вашата кампания.
- Помолете влиятелни лица да подкрепят Вашата кампания. Обърнете се към инфлуенсъри (хора или организации с големи последователи в социалните медии или известност в общността) да Ви помогнат да защитите Вашето послание, като официално одобряват исканията Ви. Знаменитости, политици, учители, спортисти, интернет личности са примери за хора, които може да имат много последователи във Вашата общност.
- Направете кампанията си по-достъпна за тези, които нямат възможност да присъстват лично на действия и събития.
- Организирайте онлайн ден за действие. Няма по-добър начин да повишите осведомеността за Вашата кампания от интензивните едновременно действия и послания. Организирайте поддръжниците си да предприемат конкретни онлайн действия през целия ден, за да демонстрирате подкрепата, която кампанията Ви има. Споделете тази новина сутрин, качете снимки в X на обяд, публикувайте статус, обясняващ защо това е важно, и т.н.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение I

Исторически събития, свързани с дезинформация



Изображение 1. Октавиан и Марк Антоний

- ◆ *Пропагандната кампания на Октавиан срещу Антоний използва достойни за Twitter лозунги, гравирани върху монети, за да опетнят репутацията на Антоний.*
- ◆ *Преди 2000 години Римската република е изправена пред гражданска война между Октавиан, осиновения син на великия генерал Юлий Цезар, и Марк Антоний, един от най-доверените командири на Цезар.*
- ◆ *За да получи обществена подкрепа, Октавиан стартира война с фалшиви новини срещу Марк Антоний.*
- ◆ *Той твърди, че Марк Антоний, който е имал връзка с Клеопатра, египетската царица, не е зачитал традиционните римски ценности като вяност и уважение. Октавиан казва още, че Антоний не е годен да заема длъжност, защото винаги е пиян.*



Изображение 2. Тамплиерите

- ◆ *Рицарите тамплиери са били орден от рицари воители, съществувал преди близо 900 години.*
- ◆ *В своята 200-годишна история те притежават голямо богатство и създават една от първите банкови институции в света.*
- ◆ *От името на папа Климент V (в действителност по заповед на френския крал Филип IV) орденът е обвинен в различни престъпления.*
- ◆ *За да ги унищожат, през 1307 г. са разпратени запечатани писма, в които се използват различни обвинения: например обвиняват ги в содомия, че са еретици и тайни последователи на Сатаната, хомосексуалисти и пр.*
- ◆ *Срещу тамплиерите започва процес от светските власти и Инквизицията. Присъдата е изгаряне на клада.*
- ◆ *Фалшивите новини помагат на френския крал да унищожи тази някога мощна институция и през 1312 г. папата официално разпуска ордена.*



Изображение 3. Печатарската преса

◆ След изобретяването на печатарската преса през XV в. новините (както верни, така и изопачени) се разпространяват с по-голяма скорост от всякога. Тази технология означава, че книги и други документи могат да бъдат произведени много по-бързо от ръкописите.



Изображение 4. Живот на Луната

- ◆ На 21 август 1835 г. *The New York Sun* публикува серия от статии за откриването на живот на Луната. Те погрешно се приписват на добре известен астроном от онова време – сър Джон Хершел.
- ◆ В статиите се съобщава, че Хершел е направил тези открития с помощта на нови „хидрокислородни лупи“, и са изложени правдоподобни научни подробности за находката. Фантастичната картина пресъздава описаните странни форми на живот, обитатели на Луната.
- ◆ Откривателят класифицира девет вида бозайници сред животните. Между първите са малък вид северен елен – лос, рогата мечка и двукрак бобър. Бобърът по всичко прилича на земния си събрат освен по липсата на опашка и неизменния навик да ходи само на два крака. Животното носи малките си на ръце като човешко същество и се движи с леко плъзгане.



Изображение 5. Войната на световете

◆ Орсън Уелс репетира своето радиопредставление по класиката на Х. Г. Уелс „Войната на световете“.

◆ Предаването, излъчено на 30 октомври 1938 г. и твърдящо, че извънземни от Марс са нахлули в Ню Джърси, ужасява хиляди американци. „Войната на световете“ е публикувана като книга през 1898 г., но тези, които не са любители на научната фантастика, не са запознати с нея.

◆ Представянето на историята като радиопредаване предизвиква паника в Съединените щати, тъй като има малко улики, които да показват, че съобщенията за марсианско нашествие са измислени. Въпреки че предаването не е било предназначено да бъде фалшива новина, тези, които са пропуснали въведението, не са знаели това.

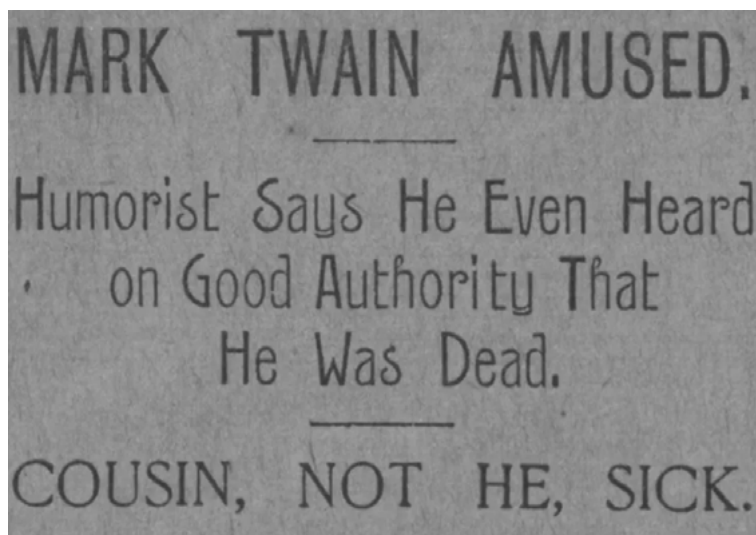


Изображение 6. Арабски мъже

◆ На тази снимка се вижда стая, застлана с килим, в която двама мъже, облечени в традиционно арабско облекло, пушат лула. Красива снимка, но не е от Близкия изток. Заснета е в лондонско студио от фотографа Роджър Фентън.

◆ Мъжете на снимката са бели европейци, облечени и представящи се като араби. Цялата обстановка е била инсценирана – както и при други снимки, правени през XIX и началото на XX в., приблизително в първите 75 години на фотографията. Това е време на нарастваща европейска колониална мощ.

◆ Европейските империи са се нуждаели от оправдание за подчиняването на огромни територии и фотографията би могла да представи арабския и азиатския свят по начин, който подкрепя империята.



Изображение 7. Марк Твен

◆ През юни 1897 г. съобщения от Ню Йорк гласят, че Марк Твен „умира в бедност в Лондон“. Самият Марк Твен опровергава тази фалшива новина.

◆ „Съобщенията за моята смърт са силно преувеличени. Докладът за моята бедност е по-труден за справяне. Но приятелите ми може би знаят, че не би трябвало да живея в бедност, когато получавам предложения да чета лекции по всяка поща. Факт е, че имах договор да напиша книгата, която току-що завърших, затова или трябваше да пиша, или да приема тези предложения.“



Изображение 8. Жълтото момче

◆ През 1895 г. Дж. Пулицър – редактор на *New York World*, отпечатва комикс с момче в жълта нощница, озаглавен „Жълтото дете“. Жълтото хлапе става популярен герой от комикси, публикувани във вестниците на Уилям Рандолф Хърст (*New York Journal*) и Джоузеф Пулицър (*New York World*) през 1890 г., когато битката за тиража е в разгара си.



Изображение 9. Жълта преса

- ◆ Терминът „жълта журналистика“ се ражда от съперничеството между двата вестникарски гиганта от епохата: *New York World* на Джоузеф Пулицър и *New York Journal* на Уилям Рандолф Хърст.
- ◆ На 15 февруари 1898 г. в Куба потъва корабът *USS Maine* в пристанището на Хавана. Официално е обвинена испанска мина. По-късно разследване ще покаже, че причината е инцидент на борда на кораба.
- ◆ Двата вестника отразяват събитието със сензационни заглавия/снимки на първа страница и публикуват (до голяма степен неверни) истории, за да развълнуват общественото мнение и да увеличат продажбите си.
- ◆ Съобщенията на Пулицър подчертават ужасната експлозия, причинена от бомба. Съобщенията на Хърст в *Journal* се фокусират върху врага, който е поставил бомбата, и предлагат огромна награда на читателите.
- ◆ Жълтата журналистика, или жълтата преса, е вид журналистика, която представя малко или никакви достоверни новини и вместо това използва привличащи вниманието заглавия, за да продава повече вестници. Техниките могат да включват преувеличаване на новинарски събития, разпалване на скандали или сензация.
- ◆ Терминът „жълта журналистика“ днес се използва за осъждане на всяка журналистика, която третира новините по непрофесионален или неетичен начин.



Изображение 10. Пропагандата по време на Първата световна война

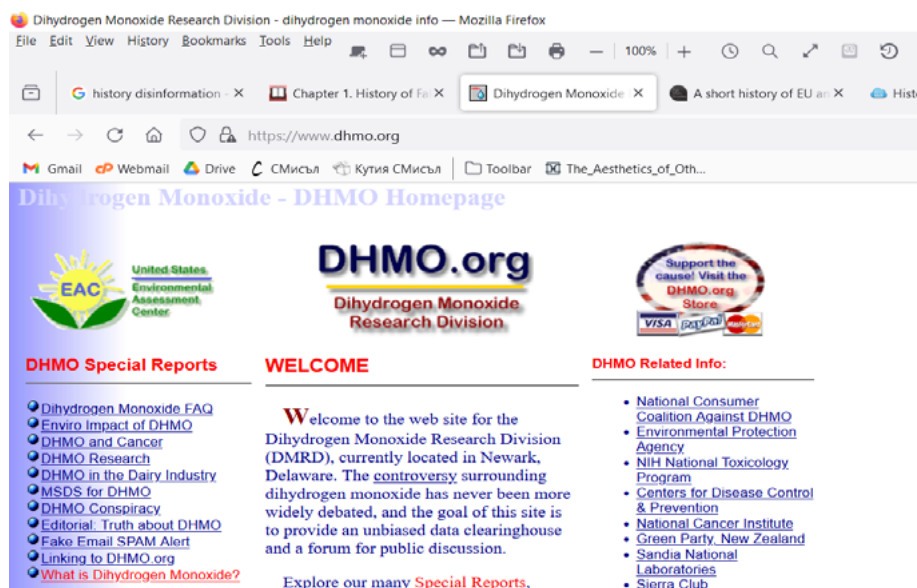
- ◆ Британската пропаганда се фокусира върху демонизирането на германския враг по време на Първата световна война.
- ◆ През 1917 г. *The Times* и *The Daily Mail* отпечатват статии, в които се твърди, че поради огромния недостиг на продукти в Германия в резултат на британската морска блокада германските сили използват труповете на собствените си войници, за да варят мазнини, костно брашно и храна за прасета.
- ◆ Това, за съжаление, има последици по време на Втората световна война, когато се появяват ранни доклади за ужасите на Холокоста. Твърди се, че дезинформацията, съдържаща се в новините през 1917 г., е довела до съмнение в достоверността на докладите за нацистките зверства, когато са се появили за първи път.



Изображение 11. Пропагандата по време на Втората световна война

◆ **Пропагандата** е била използвана през цялата история на войните с цел да се опита да промени възгледите на хората. Това е вид фалшива новина, при която невярна информация се използва за политическа изгода. Може да помогне за промяна на общественото мнение, като убеди хората, че страната им трябва да започне война, или да им внуши, че другата страна е техният враг.

◆ **Нацистката пропаганда** често е представяла евреите като участващи в заговор за провокиране на война. Тук стереотипно изобразен евреин заговорничи зад кулисите, за да контролира съюзническите сили, представени от британските, американските и съветските знамена. Надписът гласи: „В тила на вражеските сили: евреинът“.



Изображение 12. Интернет

♦ В края на XX век Интернет предостави нови средства за разпространение на фалшиви новини в значително по-голям мащаб.

♦ Някои фалшиви уебсайтове са създадени в ранните години на широко използване на мрежата. Този уебсайт твърди, че съединението DHMO (дихидроген монооксид), което присъства като компонент почти навсякъде, е свързано с ужасни проблеми като рак, киселинен дъжд и глобално затопляне. При това всичко, предложено на уебсайта, е вярно. Шегата се разкрива едва когато се задейства химията от гимназията – DHMO и H₂O са едно и също нещо.



Изображение 13. Руската машина за дезинформация

- ◆ В постсъветската ера дезинформацията се превърна в ключова тактика за военната доктрина на Русия.
- ◆ Използването ѝ се увеличи от 2000 г. насам при Владимир Путин, особено след руското нахлуване в Грузия през 2008 г.

Фалшива ли е новината, или не

Новина	Фалшива ли е?	Защо?
https://1chas.bg/%D0%B8%D1%81%D0%BF%D0%B0%D0%BD%D1%81%D0%BA%D0%B8-%D1%81%D1%83%D0%BF%D0%B5%D1%80%D0%BC%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B8-%D0%B7%D0%B0%D0%BA%D0%BB%D1%8E%D1%87%D0%B2%D0%B0%D1%82-%D0%B7%D0%B5%D1%85/	Не	Български и чуждестранни (напр. Ройтерс) надеждни източници също публикуват тази информация Lock olive oil Spain (Reuters) https://www.reuters.com/business/retail-consumer/spanish-supermarkets-lock-up-olive-oil-shoplifting-surges-2023-11-20/
https://bulgarian.cri.cn/2024/01/05/ARTIZdM67ZIFguONrN6W1IXc240105.shtml	Не	Съществува официална Инстаграм страница, която публикува информация
https://news7.eu/787807	Не	Съществува официална Инстаграм страница, която публикува информация
https://bgr.news-front.su/2024/01/03/nato-ne-mozhe-da-pobedi-rusiya-nyama-v-evropa-drzhava-koyato-da-e-sposobna-da-se-protivopostavi-na-rusnaczite-video/	Да	Това е лично мнение на един човек
https://trafficnews.bg/biznes-klub/nov-byust-podariava-parvata-plastichna-klinika-plovdiv-297708/	Не	There are official Facebook account that share it
https://www.tiktok.com/@alion.963/video/7306496072132709664?lang=en	Да	Манипулация
https://www.facebook.com/photo/?fbid=637411945053713&set=a.509534344508141&locale=hi_IN	Да	Манипулация
https://www.novinite.bg/articles/242479/Shok-Hishtna-skarida-misteriozna-se-zaseli-v-r-Dunav-VIDEO	Не	Достоверни източници в България също са публикували тази информация
https://trafficnews.bg/absurdi/absurdna-mechta-dvoika-vegani-osinoviha-brokoli-100151/	Да	Фалшива новина
https://novini.bg/bylgariya/obshtestvo/617708	Да	Фалшива новина • Манипулация
https://dnes.dir.bg/spektar/ekspert-ulovihme-izvanzemni-signali-koito-sa-zaplashitelni-za-nas	Да	Фалшива новина • Манипулация
https://www.plovdiv24.bg/novini/Bylgaria/Britanec-s-unishtožitelen-komentar-lma-li-po-prost-narod-ot-bulgarskiya-964860	Да	Фалшива новина • Манипулация
https://trud.bg/%D0%B7%D0%B0%D1%80%D0%B0%D0%B4%D0%B8-%D0%B4%D1%8A%D0%BB%D0%B3%D0%BE%D0%B2%D0%B5%D1%82%D0%B5-%D1%81%D0%B8-%D1%81%D0%B0%D1%89-%D1%81%D0%B1%D0%BB%D1%8A%D1%81%D0%BA%D0%B2%D0%B0%D1%82-%D0%B5%D1%81-%D0%B8-%D1%80%D1%83%D1%81%D0%B8%D1%8F-%D0%B2-%D1%83%D0%BA%D1%80%D0%B0%D0%B9%D0%BD%D0%B0/	Да	Фалшива новина • Манипулация

https://epicenter.bg/article/Brad-Pit--Elitni-pedofili-upravlyavat-sveta--ilyuminati-dvizhat-seks-trafika-s-detsa-v-Holivud-132614/7/0	Да	Фалшива новина • Манипулация
https://lifestyle.bg/mobile/5g-tehnologiyata-i-opasnostite-za-zdraveto-ni.html	Да	Манипулация
https://www.novinite.bg/articles/186765/Koronavirus-i-izgradenite-5G-mreji-kakvo-e-obshtoto	Да	Фалшива новина • Манипулация
https://19min.bg/news/novini_8/es-iska-da-zabrani-pravoslaviето-82420.html	Да	Фалшива новина • Манипулация
https://www.bgdnes.bg/bulgaria/article/6127417	Да	Фалшива новина • Манипулация
http://bradva.bg/bg/article/article-108980#.WOEh6FPyt3k	Да	Фалшива новина • Манипулация
https://infoburgas.com/%d0%b8%d1%81%d0%bb%d0%b0%d0%bd%d0%b4%d0%b8%d1%8f-%d0%b4%d0%b0%d0%b2%d0%b0-%d0%bf%d0%be-4-%d1%85%d0%b8%d0%bb%d1%8f%d0%b4%d0%b8-%d0%b5%d0%b2%d1%80%d0%be-%d0%b0%d0%ba%d0%be-%d1%81%d0%b5-%d0%be%d0%b6/	Да	Манипулация
https://www.informiran.net/%d1%83%d0%ba%d1%80%d0%b0%d0%b8%d0%bd%d1%81%d0%ba%d0%b8-%d1%82%d0%b5%d1%80%d0%be%d1%80%d0%ba%d0%b8%d0%b5%d0%b2%d1%81%d0%ba%d0%b8%d1%8f-%d1%80-%d0%b5%d0%b6%d0%b8%d0%bc%d1%83%d0%b4%d0%b0%d1%80%d0%b8/	Да	Манипулация
https://novinite.eu/napitka-sas-soda-i-limonov-sok-10-000-pati-po-silna-ot-himioterapiya/	Да	Фалшива новина
https://www.actualno.com/asia/palestina-izchezna-ot-kartite-na-google-maps-news_1482218.html	Да	Фалшива новина
https://twitter.com/elonmusk/status/1718192456838107162	Да	Фалшива новина
https://www.facebook.com/photo/?fbid=484951523669128&set=a.455110916653189&paipv=0&eav=AfYYrj0-wiWh3mT2jBZp24kDwSzjzh6_MTnM75kxJgbCSwYY_M1g2LKkynXqC5fNyTo&_rdr	Да	https://factcheck.bg/rusiya-ne-e-obgradena-ot-amerikanski-bazi-s-yadreno-orazhie-kakto-tvardi-falshiva-karta/
https://www.tiktok.com/@vladislavmakedons0/video/7249255945237318917?_r=1&t=8eAtr71HknS	Да	Фалшива новина
https://ia902709.us.archive.org/20/items/alterred-messi-image-with-israeli-flag/Altered%20Messi%20Image%20With%20Israeli%20Flag.PNG	Да	Фалшива новина

БИБЛИОГРАФИЯ

Димов, П., Иванов, Ел. Фалшивите новини. Разпознаване на фалшивите новини и дезинформацията в съвременната хибридна среда за сигурност. София: Военна академия „Георги Стойков Раковски“, 2020. Достъпно на: <https://rndc.bg/wp-content/uploads/2020/05/FakeNews-21-05-2020-pechat.pdf>

Национално изследване за оценяване на дигитално-медийните компетентности на гимназистите: Аналитичен доклад. Коалиция за медийна грамотност, 2020, Достъпен на: <https://shorturl.at/giAeA>

A Short Guide to the History of ‘Fake News’ and Disinformation. A Learning Module for Journalists and Journalism Educators. Available on: https://www.icfj.org/sites/default/files/2018-07/A%20Short%20Guide%20to%20History%20of%20Fake%20News%20and%20Disinformation_ICFJ%20Final.pdf

Burkhardt, J. History of Fake News in Combating Fake News in the Digital Age, ALA Techsource. An imprint of the American Library Association, 2017.

Caulfield, M. Web Literacy for Student Fact-Checkers Washington State University Vancouver. Self-published, 2017. Available on: <https://webliteracy.pressbooks.com/>

Celot, P., Low, F. Get Your Facts Straight! Toolkit for Educators and Training Providers. European Association for Viewers Interests, 2020.

Civic Participation of Youth in a Digital World. United Nations Development Programme. 2021. Available on: <https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/migration/eurasia/Civic-Participation-of-Youth-in-the-Digital-Word.pdf>

Cognitive Warfare: Beyond Military Information Support Operations. May 2023. Available on: <https://www.act.nato.int/article/cognitive-warfare-beyond-military-information-support-operations/>

Crenshaw, K. Demarginalizing the Intersection of Race and Sex: A Black Feminist Critique of Antidiscrimination Doctrine, Feminist Theory and Antiracist Politics. In: University of Chicago Legal Forum. Vol. 1989, Iss. 1, Article 8. Available on: <https://urlis.net/cqsg15d6>

Digital Civic Engagement by Young People, Unicef. 2020. Available on: https://www.unicef.org/media/72436/file/Digital-civic-engagement-by-young-people-2020_4.pdf

Digital Misinformation/Disinformation and children. UNICEF, 2021. Available on: <https://www.unicef.org/innocenti/media/856/file/UNICEF-Global-Insight-Digital-Mis-Disinformation-and-Children-2021.pdf>

Dotto, C, Berkefeld, J. From Coronavirus to Bushfires, Misleading Maps are Distorting Reality. First Draft, February 27th 2020. Available on: <https://firstdraftnews.org/articles/from-coronavirus-to-bushfires-misleading-maps-are-distorting-reality/>

Ecker, U.K.H., Lewandowsky, S., Cook, J. et al. The Psychological Drivers of Misinformation Belief and Its Resistance to Correction. In: Nature reviews psychology, 2022, Vol. 1, pp. 13–29. Available on: <https://doi.org/10.1038/s44159-021-00006-y>

Elections and Media in Digital Times. UNESCO, 2019.

Fake off: Training Material for Youth Workers, Tutors and Teachers. Exercises, Games, Tips & Tricks On How to Foster Digital Literacy and Digital Wellbeing Among Young People in the Era of Fake News. December 2019. Available on: <https://www.fake-off.eu/toolbox/contents/english/training%20material.pdf>

Foucault, M. Discipline and Punish: The Birth of the Prison. New York, USA: Random House, 1991, p. 183.

Goertzel, T. Belief in Conspiracy Theories. In: Political Psychology, 1994, Vol. 15, N 4, pp. 731–742. Available on: <https://www.jstor.org/stable/3791630>

Gordhamer, S. 5 Ways Social Media is Changing Our daily Lives. Mashable, October 16, 2009. Available on: <http://mashable.com/2009/10/16/social-media-changing-lives/>

Grizzle, A., Singh, J. Media and Information Literacy for the Sustainable Development Goals. The MILID Yearbook, 2016.

How It Started, How It is Going: Media Literacy Index 2022. Available on: <https://osis.bg/?p=4243&lang=en>

Human Development Report 1994. UNDP.

Human Security. Approach and Guiding Principles. NATO official work. October 14th, 2022. Available on: https://www.nato.int/cps/en/natohq/official_texts_208515.htm?selectedLocale=en#_ftn3

Identifying Conspiracy Theories. Available on: https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/coronavirus-response/fighting-disinformation/identifying-conspiracy-theories_en

Jacobs, M. Fake News in the 1890s: Yellow Journalism. New York City Department of Education/New York City School Library System. Available on: <https://dp.la/primary-source-sets/fake-news-in-the-1890s-yellow-journalism>

Journalism, Fake News & Disinformation: Handbook for Journalism Education and Training, Unesco. 2018. Available on: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000265552>

Keohane, M. Differences Between Fake News and Real News, 2017. Available on: <https://www.buchananpr.com/2017/03/what-is-the-new-definition-of-fake-news>

Kertscher, T. The Corpse Factory and the Birth of Fake News. BBC News. January 30th, 2017. Available on: <https://www.bbc.com/news/entertainment-arts-38995205>

Korteling, J., Toet, A. Encyclopedia of Behavioral Neuroscience. 2nd ed. pp. 610–619, January 2022.

Let's Flatten the Infodemic Curve. WHO. Available on: <https://www.who.int/news-room/spotlight/let-s-flatten-the-infodemic-curve>

Lewandowsky, S., Cook, J. The Conspiracy Theory Handbook, 2020.

Literacy For the 21st Century. An Overview & Orientation Guide To Media Literacy Education. Center for media literacy, 2008. Available on: http://medialit.org/pdf/mlk/ola_mlkorientation_rev2.pdf

Mayfield, A. What is Social Media? Available on: http://www.icrossing.co.uk/fileadmin/uploads/ebooks/what_is_social_media_icrossing_ebook.pdf

Media and Information Literacy: Policy & Strategy guidelines, Unesco. 2013. Available on: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000225606>

Media Literacy for Global Education – Toolkit for Youth Multipliers. Council of Europe, July 2022. Available on: <https://edoc.coe.int/en/media/11284-media-literacy-for-global-education-toolkit-for-youth-multipliers.html>

Media Literacy with One World in Schools Methodology. A Brief Overview of One World in Schools Methodology Application for Media Literacy, Critical Thinking Skills and Disinformation Resilience in the Context of Eastern Partnership and Balkan Countries, 2021. Available on: <https://resources.peopleinneed.net/documents/1238-owis-mil-in-eap.pdf>

NATO 2022 Strategic Concept (in English, French, and other languages). Available on: https://www.nato.int/cps/en/natohq/topics_210907.htm

Pennycook, G., Rand, D. G. The Psychology of Fake News: Trends in Cognitive Sciences, vol. 25, N 5, pp. 388–402, 2021.

Polletta, F. et al. The Sociology of Storytelling. In: Annual Review of Sociology, 2011, Vol. 37, pp.109–130. University of California, Irvine.

Posetti, J., Matthews, A. A Short Guide to the History of „Fake News” and Disinformation. International Center for Journalists, 2018. Available on: https://www.icfj.org/sites/default/files/2018-07/a%20short%20guide%20to%20history%20of%20fake%20news%20and%20disinformation_icfj%20final.pdf

Shane, T. The Psychology of Misinformation: How to Prevent It, 2020. Available on: <https://firstdraftnews.org/articles/the-psychology-of-misinformation-how-to-prevent-it/>

Starsman, B. J. 10 Examples of Fake News from History. May 7th, 2017. Available on: <https://www.thesocialhistorian.com/fake-news/>

The Psychology of Conspiracy Theorists: More Than Just Paranoia. Featured in Neuroscience Psychology, June 26, 2023.

Ting, CSW, Song, SGZ. What Lies Beneath the Truth: A Literature Review on Fake News, False Information and More. Institute of Policy Studies. June 30th, 2017.

Training of Trainers Program to Address Disinformation and Promote Media Literacy – Toolkit for Educators. The ASEAN Secretariat, 2022. Available on: <https://asean.org/book/training-of-trainers-program-to-address-disinformation-and-promote-media-literacy-toolkit-for-educators/>

Uberti, D. The Real History of Fake News. In: Columbia journalism: Review. December 15th, 2016. Available on: https://www.cjr.org/special_report/fake_news_history.php

Wardle, C. Fake News. It's Complicated. First Draft News, 2017. Available on: <https://medium.com/1st-draft/fake-news-its-complicated-d0f773766c79>

Wardle, C. Timeline: Key Moments in the Fake News Debate. First Draft News. Sept. 30th – Dec. 1st, 2016. Available on: <https://medium.com/1st-draft/key-moments-in-the-fake-newsdebate-bce5fb6547d4>

Wardle, C. Understanding Information Disorder. First Draft News. 2020. Available on: <https://firstdraftnews.org/long-form-article/understanding-information-disorder/>

Wardle, C., Derakhshan, H. Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policy Making. Council of Europe, September, 27th, 2017, Available on: <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research/168076277c>

Wardle, C. et al. Information disorder: The Essential Glossary. Shorenstein center, Harvard University, 2018.

Wineburg, S., McGrew, S. Lateral Reading: Reading Less and Learning More When Evaluating Digital Information. Stanford History Education Group working paper N 2017-a1. October 6th, 2017. Available on: <https://ssrn.com/abstract=3048994> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3048994>

МЛАДИТЕ ХОРА, ЧОВЕШКАТА СИГУРНОСТ И МЕДИЙНАТА ГРАМОТНОСТ

НАРЪЧНИК ЗА УЧИТЕЛИ И МЛАДЕЖКИ ФАСИЛИТАТОРИ

ФОНДАЦИЯ "ПАРТНЬОРИ - БЪЛГАРИЯ"

WWW.PARTNERSBG.ORG

WWW.HUMANRIGHTS-EDUCATION.ORG