

ФАЛШИВИТЕ НОВИНИ И ДЕЗИНФОРМАЦИЯТА ПО ТЕМИТЕ ЗА ЕС, ЕВРОПЕЙСКИТЕ ЦЕННОСТИ И ДЕМОКРАЦИЯТА

март – април, 2024 г.



Това проучване се реализира в рамките на инициатива „Какво наистина означава ЕС за теб?“, финансирана от Европейския съюз и фондация „Институт Отворено общество – София“ (ИООС) и изпълнявана в рамките на проект „Права и ценности“ от фондация „Четиридесет и две“. Изразените възгледи и мнения са единствено на автора(ите) и не отразяват непременно тези на Европейския съюз или на Европейската изпълнителна агенция за образование и култура (EACEA) или на ИООС. Нито Европейският съюз, нито EACEA, нито ИООС могат да бъдат държани отговорни за тях.

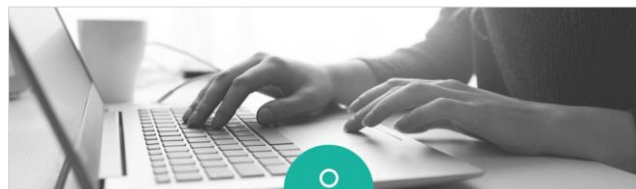


Съдържание



Методология

Кратко описание на спецификите на проучването



Информиране

Ползвани устройства и екранно време • Ползвани социални мрежи, приложения и медии •
Основни информационни канали • Доверие в източниците • Начини на информиране



Фалшиви новини и дезинформация

Дефиниции • Идентификация и верификация • Разпространение



Фалшивите новини и демокрацията

Разбиране за демокрация • Разпространение на фалшивите новини
Заплахи • Въздействие на фалшивите новини



Фалшивите новини и ЕС

Възприемане на ЕС • Разпространение на фалшивите новини
Заплахи • Въздействие на фалшивите новини



Заклучения

Най-важното накратко



Методология

Кратко описание на спецификите на проучването

Цели на проучването

Изследване на отношението на младите хора към фалшивите новини и дезинформацията и установяване на въздействието им върху формирането на нагласите към Европейския съюз, европейските ценности и демокрацията





Набиране на информацията

КОЛИЧЕСТВЕНО ПРОУЧВАНЕ

Целева група:	лица над 16 г. от цялата страна
Метод:	онлайн анкета сред отзовалите се
Извадка:	n=270 души
Въпросник:	специално разработен за целите на проучването
Време за попълване:	средно 9 min
Контрол:	всички анкети
Период на провеждане:	15.01.2024-23.02.2024
Приложения:	процентно разпределение

КАЧЕСТВЕНО ПРОУЧВАНЕ

Целева група:	лица между 16 и 34 г.
Метод:	онлайн фокус група (Zoom)
Брой групи:	2 броя
Брой участници:	по 8 души във всяка група
Модераторна схема:	специално разработена за целите на проучването
Продължителност:	около 2 часа за всяка група
Период на провеждане:	30.03.2024 и 06.04.2024 г.
Приложения:	стенограми и видео записи



Въпросник количествено проучване



Дезинформация и фалшиви новини

Здравейте!

Настоящото проучване е част от проект на Фондация „Четиридесет и две“, фокусиран върху фалшивите новини и дезинформацията по темите за демокрацията, Европейския съюз и европейските ценности, и възможностите на младите хора да ги отсяват сред информационния поток. Данните от проучването са анонимни и ще бъдат използвани за аналитични цели и за подготовка на информационни материали (подкасти и други) в подкрепа на мерките за борба с дезинформацията.

Попълването на въпросника ще Ви отнеме 6-7 минути.

Благодарим Ви за участието!



Проучването се реализира в рамките на инициатива „Какво наистина означава ЕС за теб?“, финансирана от Европейския съюз и фондация „Институт Отворено общество – София“ (ИООС) и изпълнявана в рамките на проект „Права и ценности“ от фондация „Четиридесет и две“. Изразените възгледи и мнения са единствено на автора(ите) и не отразяват непременно тези на Европейския съюз или на Европейската изпълнителна агенция за образование и култура (EACEA) или на ИООС. Нито Европейският съюз, нито EACEA, нито ИООС могат да бъдат държани отговорни за тях.

Следващ



Продължи по-късно

* Кое от следните имате на Ваше разположение:

Повече от един отговор

☐ Настолен компютър

☒ Лаптоп

☒ Мобилен телефон

☐ Таблет

☐ Интернет достъп, независимо къде и през какво устройство

☐ Нито едно от тези

Предходен

Следващ



Въпросник количествено проучване

 Продължи по-късно

***** Според Вас съществуването на новини или информация, които изопачават действителността или дори са фалшиви, проблем ли е...?
Един отговор на всеки ред

	Да, определено	Да, в известна степен	Не, не съвсем	Не, определено не	Не знам
За България	☒	☐	☐	☐	☐
За демокрацията изобщо	☒	☐	☐	☐	☐
За Европейския съюз като цяло	☒	☐	☐	☐	☐
За възприемането и разбирането на европейските ценности	☒	☐	☐	☐	☐

Предходен

Следващ



Благодарим Ви, че попълнихте въпросника!



Това проучване се реализира в рамките на инициатива „Какво наистина означава ЕС за теб?“, финансирана от Европейския съюз и фондация „Институт Отворено общество – София“ (ИООС) и изпълнявана в рамките на проект „Права и ценности“ от фондация „Четиридесет и две“. Изразените възгледи и мнения са единствено на автора(ите) и не отразяват непременно тези на Европейския съюз или на Европейската изпълнителна агенция за образование и култура (EACEA) или на ИООС. Нито Европейският съюз, нито EACEA, нито ИООС могат да бъдат държани отговорни за тях.

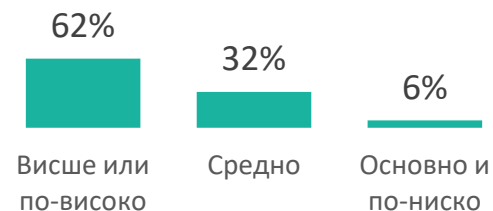


Участници в онлайн анкетата

Пол



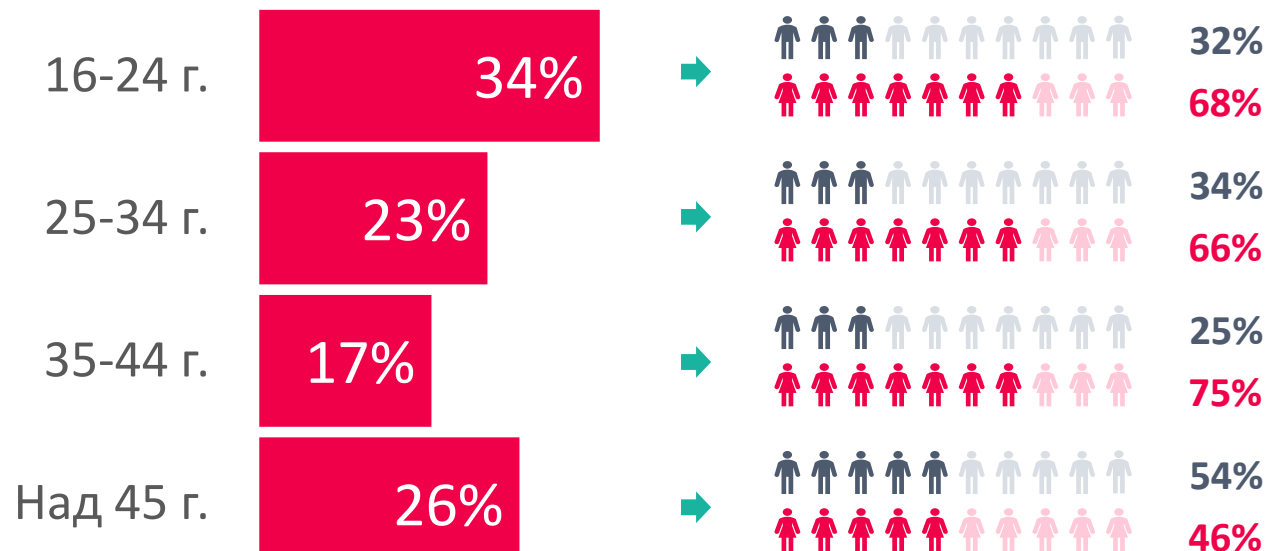
Образование



Статус



Възрастова група

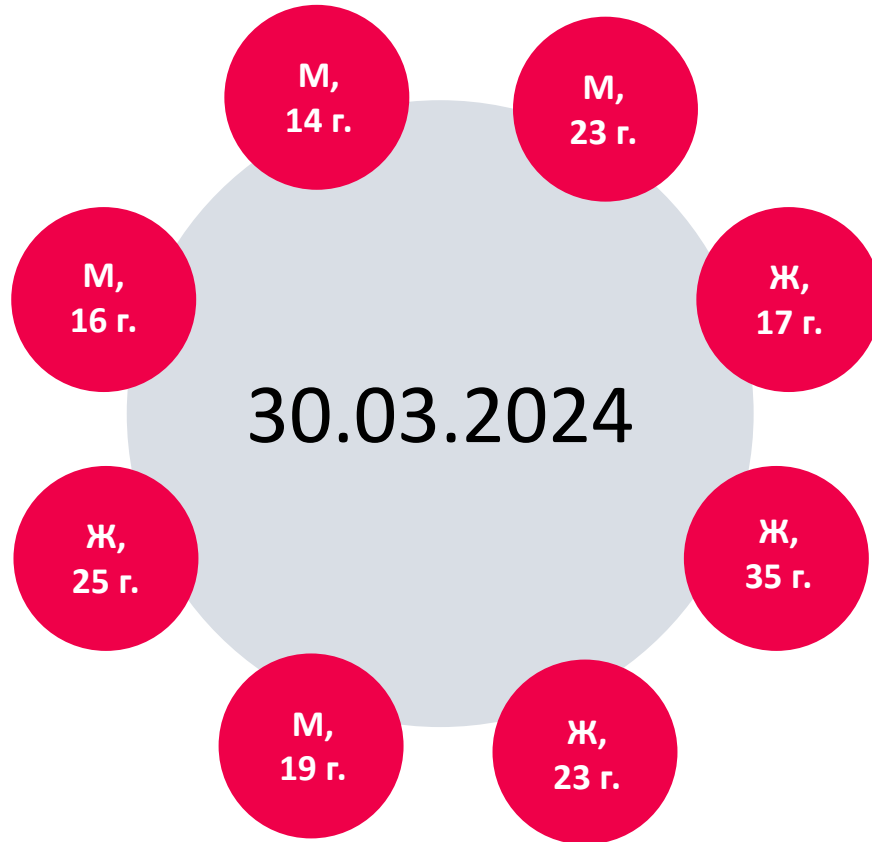


Местоживееене

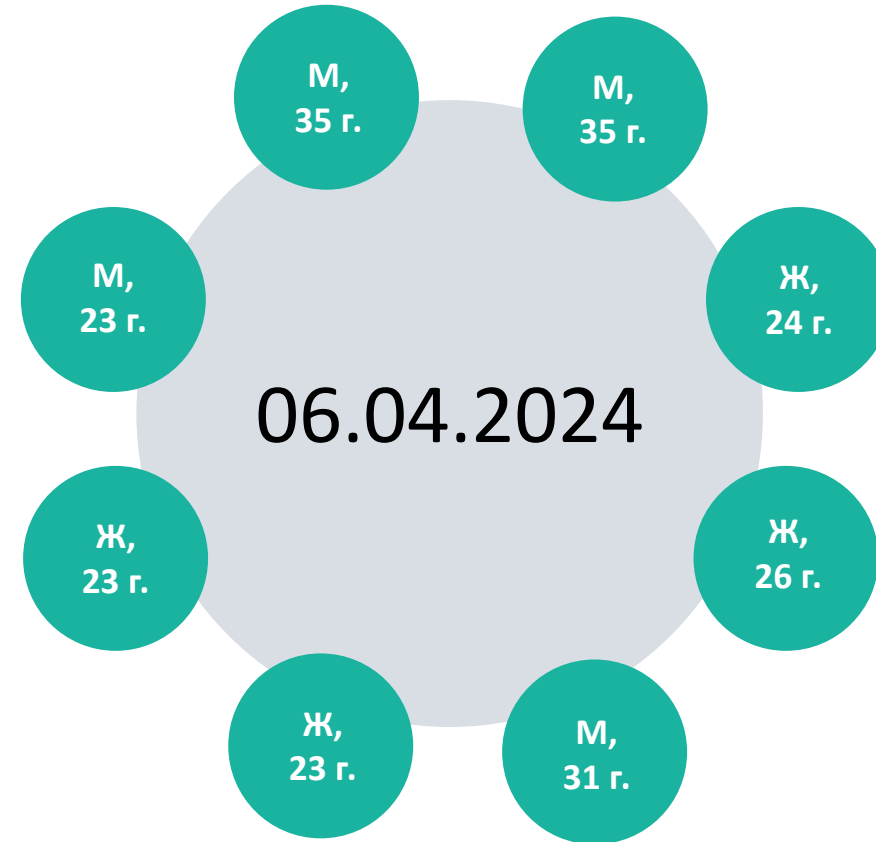




Участници във фокус групите



Тийнейджъри: М (14), Ж (17), М (16)
 Млади възрастни: М (23), Ж (23), М (19), Ж (25)
 Възрастни: Ж (35)



Тийнейджъри: няма
 Млади възрастни: Ж (24), Ж (26), Ж (23), Ж (23), М (23),
 Възрастни: М (35), М (35), М (31)



Други източници

В доклада са използвани данни и от следните източници:

Flash Eurobarometer 464: Fake News and Disinformation Online (2018)

- Повече информация тук: <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2183>
- Национално представително проучване по метода на телефонното интервю, проведено през февруари 2018 г.
- Интервюирани са общо 26 576 граждани на страни членки на ЕС, сред които 1 001 български граждани

Flash Eurobarometer 522: Democracy (2023)

- Повече информация тук : <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2966>
- Национално представително проучване по метода на онлайн анкетата, проведено през март 2023 г.
- Интервюирани са общо 25 600 граждани на страни членки на ЕС, сред които 1 003 български граждани

Eurobarometer: The EP and the expectations of European citizens (2023)

- Повече информация тук : <https://www.europarl.europa.eu/at-your-service/en/be-heard/eurobarometer/socio-demographic-trends-edition-10>
- Национално представително проучване по метода на прякото интервю, проведено през септември 2023 г.
- Интервюирани са по 1000 респондента над 15 г. във всяка държава

Важно! Сравненията между данните да се възприемат по-скоро ориентировъчно, тъй като извадките се различават значително по структура и размер.



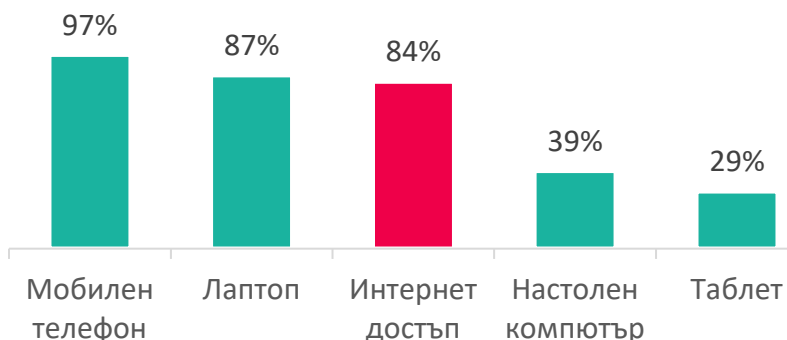
Информирание

Ползвани устройства и екранно време • Ползвани социални мрежи, приложения и медии •
Основни информационни канали • Доверие в източниците • Начини на информирание

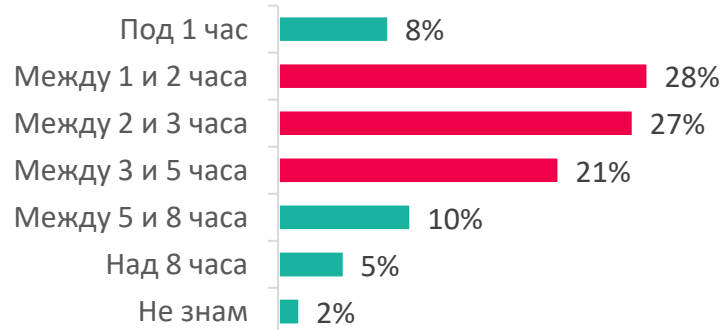


Устройства и екранно време

КОИ ИМАТЕ НА ВАШЕ РАЗПОЛОЖЕНИЕ?



ВРЕМЕ НА ДЕН ЗА ПРЕГЛЕД НА СЪДЪРЖАНИЕ В ИНТЕРНЕТ



- Прегледът на съдържание в интернет се осъществява основно през мобилните телефони. Почти всички анкетирани разполагат с устройства, а мнозинството – и с лаптопи. 84% са посочили, че имат интернет достъп.
- Времето, прекарано в преглед на постове, блогове, влогове или друго съдържание в интернет в един типичен ден е между 1 и 5 часа, но най-често между 1 и 3 часа.
- Няма статистически значими разлики в екранното време по пол, възраст и образование. Според фокус групите различията се дължат по-скоро на занятията на респондентите.

Жена, 35 г.: Обикновено моето време, прекарано пред компютъра е 8 до 9 часа на ден, като същевременно ми се налага да слушам някакви заседания на комисии, така че както работата, така и информирането вървят паралелно. Горедолу, да кажем някакво допълнително информиране, не толкова за лични цели, колкото отново за служебни цели, 2 до 4 часа, паралелно с вършене на всичката досадна къщна работа и разпавии и разни други функции.

Жена, 17 г.: Ами аз средно прекарвам 5 часа на телефона си, като по-голямото време е свързано с развлечение.



Ползвани медии и канали

КОИ ИНФОРМАЦИОННИ КАНАЛИ ИЗПОЛЗВАТЕ?

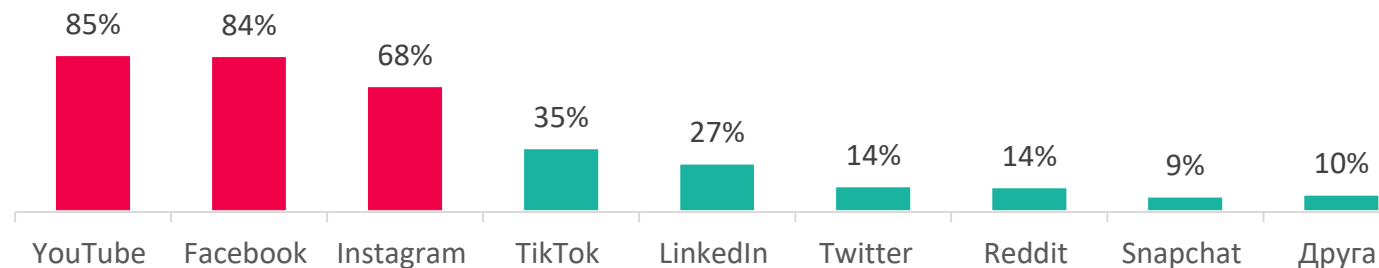


- Трите основни информационни канала са **социалните мрежи, телевизията и онлайн новинарските вестници и списания**.
- Ползваните медии и канали зависят от възрастта. Социалните мрежи са по-популярни сред хората до 44 г. След тази възраст ползващите намаляват. Телевизията е с дял значително по-нисък от средния в групата 25-34 г. (37%), около средния – сред най-малките и 35-44-годишните (58-59%), и над 66% сред лицата над 45 г. Онлайн новинарските издания (както и новинарските агенции) са информационен канал за по-възрастните – сред 16-19 г. делът на ползващите е 36%, докато в групата 45+ достига до 59%. Подкастите са добър канал за достъп до 25-34-годишните, влоговете/ блоговете – до хората под 34 г.
- **Резултатите от качествено проучване подкрепят тези от количественото.** И в двете групи социалните мрежи като Facebook, Instagram и YouTube играят ключова роля в информирането. Младите възрастни и тийнейджърите са основните потребители на тези платформи. Тийнейджърите споделят, че получават информация и от семейството и учителите. По-възрастните участници, както и тези със специализирани интереси, предпочитат проверени и традиционни медийни източници. Те разчитат на новини от телевизия, радио и официални сайтове. Някои участници използват новинарски приложения. Тази практика е популярна сред младите възрастни, които искат бърз и лесен достъп до новините. Използват се и големи чуждестранни медии за международните новини.



Ползвани социални мрежи

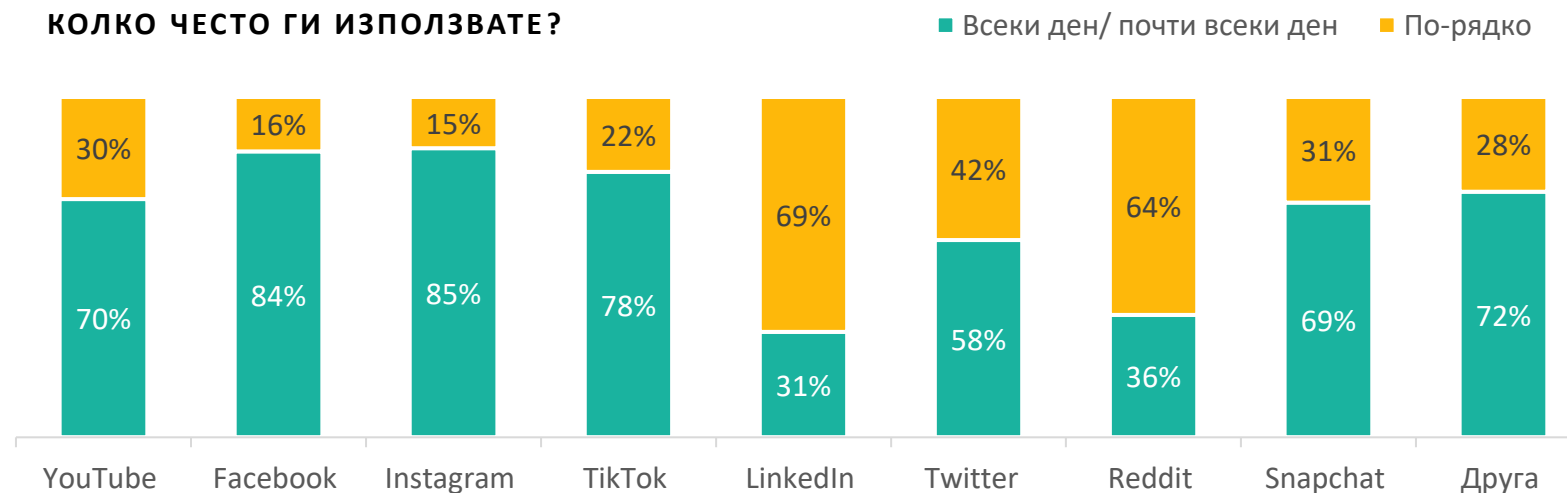
КОИ СОЦИАЛНИ МРЕЖИ ИЗПОЛЗВАТЕ?



- Най-популярните социални мрежи са YouTube, Facebook и Instagram.
- Най-редовно използваните са Facebook, Instagram, TikTok и YouTube.
- Най-често хората четат или слушат споделеното от други (91%), всеки трети споделя нещо, които е открил сам/а, а 16% - нещо, които други потребители са споделили с тях.

Мъж, 23 г.: YouTube, Reddit, когато се случва нещо в реално време, защото там постоянно се пише, пишат мнения и се качват неща от други сайтове. А ако е нещо голямо, вероятно съм го чул на улицата.

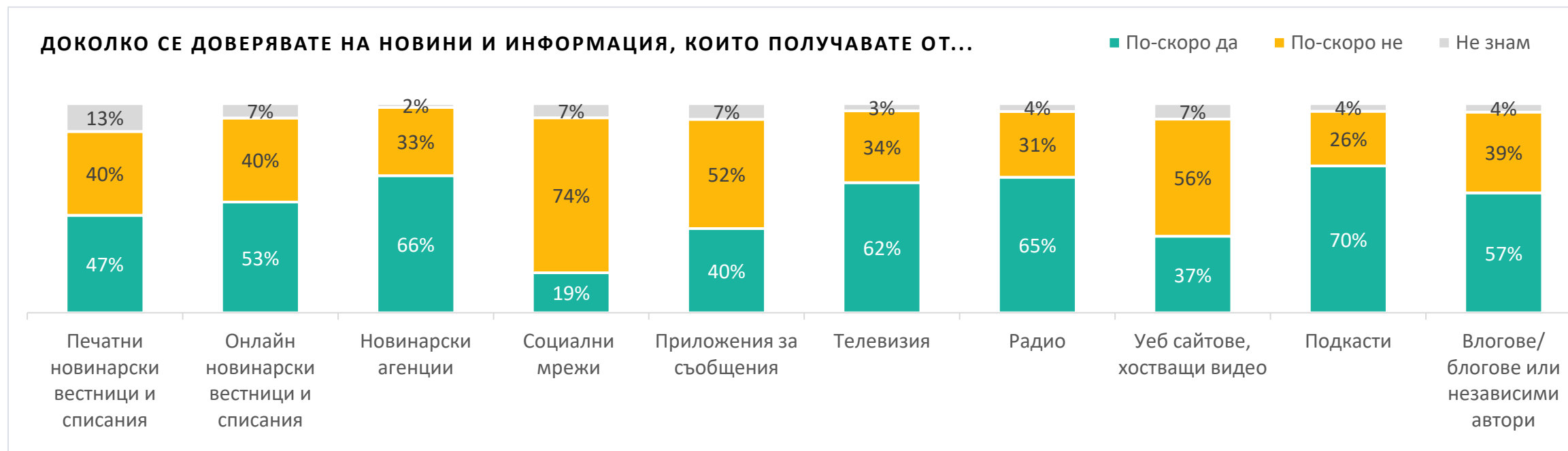
КОЛКО ЧЕСТО ГИ ИЗПОЛЗВАТЕ?





Доверие в източниците

- Според количественото проучване информационните източници, към които има най-голямо доверие са **подкастите, новинарските агенции и традиционните медии** – телевизия и радио. Най-слабо е доверието в социалните мрежи, уеб сайтовете, хостващи видео и приложенията за съобщения.



- Качественото проучване показва, че съдържанието, независимо от мястото на публикуване и степента на доверие в източника, се възприема критично.

Жена, 24 г.: Всеки ден влизам в различни Фейсбук страници на български медии и оттам гледам новините. Като взимам под малко внимание и съмнение точно как е написана дадена новина, не съм на 100%.



Начини на информиране

- Обикновено новините сами „пристигат“ при потребителите, без да бъдат търсени, чрез традиционно използваните от тях канали.

Мъж, 35 г.: Новините постоянно излизат където и общо взето да отидеш примерно във Фейсбук, във фийдове, постоянно хора шерват някакви неща или най-малкото в някакъв сайт ти излизат новинарски и други сайтове.

Мъж, 23 г.: Повечето теми от новините не ги търся, те идват до мен. Така е формиран в момента интернет, че ти преди да тръгнеш да търсиш нещо, вече си го видял.

- Повечето от младите хора обаче, не се доверяват особено на новините, които достигат до тях. Смятат, че медиите са зависими.

Жена, 23 г.: Аз имам новинарски сайтове, които проверявам, но като ги проверявам, ги проверявам с една идея недоверие, понеже съм учила журналистика и съм леко обременена от това. Често, когато чета новинарски сайтове, ги виждам малко като жълти новини. Чета какво се случва, но гледам да не приемам всичко за чиста монета.

Мъж, 35 г.: Вярвам, че голяма част от медиите са зависими по някакъв начин и представят информацията по определен, годен за тях начин.

- Липсата на доверие в медиите като цяло принуждава потребителите да проверяват информацията, която по някакъв начин представлява интерес в няколко източника, както и да търсят крайни мнения по дадена тема, за да формират своето.

Мъж, 35 г.: Търсиш от няколко различни източника и горе-долу събираш парчетата от пъзела.

Мъж, 35 г.: Ако става въпрос за нещо, което засяга конфликт между крайно леви и крайно десни възгледи, примерно чисто политически, бих гледал медия, за която знам, че е изключително дясно настроена, друга, която е ляво настроена и се опитвам, както Х. казва да си наредя пъзела и да отсея, да разкарам колкото е възможно пропагандата или дезинформацията.

- Предпочитани са кратките новини. Обобщенията на Дневник, Капитал и Свободна Европа, както и новините на ботовете в приложенията за съобщения, са добър ежедневен източник на информация. Доста хора избягват телевизиите.

Жена, 26 г.: Страня от трите големи български медии – БНТ, БиТиВи и Нова. Телевизия не гледам и е последното, от което се информирам.



Фалшиви новини и дезинформация

Дефиниции • Идентификация и верификация • Разпространение



Дефиниции в литературата

ФАЛШИВИ НОВИНИ

Фалшиви истории, които изглеждат като новини, разпространявани в интернет или чрез други медии, обикновено създадени, за да повлияят на политическите възгледи или като шега (*Cambridge Dictionary*)

Целенасочено изработена, сензационна, емоционално натоварена, подвеждаща или напълно измислена информация, която имитира формата на мейнстрийм новините (*Fake News: understanding media and misinformation in the digital age*)

ДЕЗИНФОРМАЦИЯ

Умишлено подвеждаща или пристрастна информация; манипулиран разказ или факти; пропаганда (*Dictionary.com*)

Форма на пропаганда, включваща разпространяване на невярна информация с умишленото намерение за заблуда и подвеждане (*Oxford Dictionary*)



Дефиниции според участниците

- Участниците във фокус групите, особено хората над 20 г., дефинират фалшиви новини и дезинформация относително точно и могат ясно да ги разграничат. Някои трудности в това отношение срещат най-младите. Въпреки това, те са наясно, че фалшиви новини и дезинформация съществуват и, както и останалите, подхождат критично към голяма част от поднасяното им от медиите съдържание.

Мъж, 35 г.: Фалшивите новини са откровените лъжи за известни личности, за политици и т.н, които не са се случили, не могат да бъдат доказани. А дезинформацията е използване на факти, лесно проверими, които са истина, но са предста-вени по начин, по който да повлияят върху общата представа на читателя за даден проблем или дадена ситуация.

Жена, 25 г.: Фалшива новина е абсолютна неистина, а пък в дезинформацията може да има някаква част истина, но е представена по такъв начин, че да повлияе на човека, който го чете, примерно статия или каквото и да е, просто е написана с цел не да информира, а по-скоро да влияе.

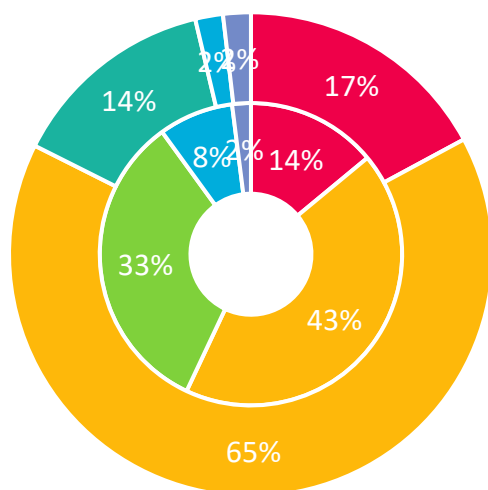
Мъж, 31 г.: Може би разликата (б.а. между фалшива новина и дезинформация) е, че дезинформацията е планирана, целенасочена и продължителна, докато фалшивата новина е еднократна и не е целенасочена.

Жена, 23 г.: За мен фалшивите новини влизат в състава на дезинформацията. „Дезинформация“ е целенасочена пропаганда, в която влизат фалшиви новини, но също и такива новини, чиято цел е да насочат вниманието другаде. Те може да не са задължително фалшиви, но да няма много смисъл в тях или просто да са леко пречупени факти.



Идентификация

ДОКОЛКО СТЕ УВЕРЕН/А ИЛИ НЕ, ЧЕ
МОЖЕТЕ ДА РАЗПОЗНАЕТЕ НОВИНИ ИЛИ
ИНФОРМАЦИЯ, КОИТО ИЗОПАЧАВАТ
ДЕЙСТВИТЕЛНОСТТА ИЛИ ДОРИ СА
ФАЛШИВИ?



Вътрешен кръг:

България, 2018

Външен кръг:

настоящо проучване

- Напълно уверен/а
- По-скоро уверен/а
- По-скоро неуверен/а
- Изобщо не съм уверен/а
- Не знам

**УВЕРЕНИ
ОБЩО:**

2018: 57%

2024: 82%

Източник: Flash Eurobarometer 464: Fake News and
Disinformation Online (2018)

- Над 82% от анкетираните са напълно или по-скоро уверени, че могат да разпознаят фалшивите новини. Делът на напълно уверените нараства с възрастта – от 12% при 16-19 годишните, до 21% сред хората над 45 г.
- В изследването на Европейската комисия от 2018 г. делът на напълно или по-скоро уверените е 57%, което е сигнал (въпреки сериозните методологически различия между двете проучвания), че компетентността на потребителите на съдържание нараства.
- Според участниците във фокус групите белезите, по които фалшивите новини могат да бъдат разпознати, са посочване на по-обща факти, без задълбаване в детайлите, емоционален тон, липса на препратки към източниците на съдържанието. „Червена лампа“ е и самият информационен канал. Медии като Блиц, Пик, Петел и други подобни са сред тези, които публикуват най-много фалшиви новини.

Жена, 26 г.: Реално, когато се уповават много, много повече на едната страна, отколкото на другата и някак си доста често фактите липсват. Просто самият език се променя. Става много по-емоционално, така да се каже. Самият текст е много по-емоционален, отколкото трябва да бъде и това веднага светва червената лампичка..

Жена, 23 г.: И също много си личи дори по формулировката на заглавията на новините. Когато е някакво супер сензационно – шок, ужас, бомба и не знам си какво, ти е първият сигнал, че надали е от качествена медия.



Идентификация

- Участниците във фокус групите не са чак толкова категорични, че умеят да разпознават фалшивите новини. Те споделят, че бързината на показване на новините, както и големите обеми от информация, пречат на потребителя да се ориентира в съдържанието, което му се предоставя.

Мъж, 19 г.: Особено със социалните мрежи и бързите новини или бързото предоставяне на информация под формата на клип, не мисля, че човек има достатъчно време и понякога не си дава сметка. За една минута много можеш да научиш и за една минута толкова много може да те върхлети, че ти да не разбереш първо самото нещо, за което се говори, и второ, колко е достоверно.

Жена, 17 г.: Аз смятам, че не винаги със сигурност може да се различи фалшивата новина, тъй като има хора, които целят ти да не можеш да ги различиш.

- Те посочват, че фалшивите новини могат да бъдат много убедителни, особено когато са поднесени визуално. Подчертават също, че социалните мрежи могат да създадат илюзия за достоверност чрез многократни повторения.

- Дезинформацията е значително по-трудна за откриване, заради умелото поднасяне и наличието на действителни факти в съдържанието.

Мъж, 35 г.: Лично на мен напоследък ми става все по-трудно да идентифицирам лъжите и дезинформацията, които ни заливат. Опитвайки се да формирам собствено мнение по даден по-деликатен въпрос, разглеждайки всички възможни гледни точки, започвам вече да се обърквам. Има доста случаи и ситуации, в които не мога взема страна. Искам, но наистина не мога да разбера къде се крие истината, защото-то сме заливани от информация, която е изключително едностранчива. И все по-трудно става. Просто може би хората, които се занимават с продуциране на тая дезинформация стават все по-добри.

Жена, 23 г.: Дезинформацията може много по-трудно да бъде хваната, защото фалшивите новини ние вече виждаме стават все по-добри. Ставали сме свидетели и на дийп фейк – там много хора могат да клъвнат. От друга страна пък при дезинформацията също може да е много подвеждащо, тъй като не цялата информация да е фалшива, може част от нея да е абсолютно истинска, но когато промениш дори една част от историята, вече да звучи по друг начин. Или пък дори непълна информация, това пак е вид дезинформация, защото пак не си представяла цялата картина.



Механизми за верификация

- Участниците от двете групи прилагат различни методи за верификация на съдържанието. Основните сред тях са критично мислене, проверка на източниците и сравнение на информацията от различни източници. Това обаче се случва само за новините, които представляват интерес. В много случаи информационният поток просто тече и вероятно оставя следи в съзнанието и възприятията на по-малко критичните.

Жена, 35 г.: Има новинарски сайтове, които проверявам редовно и там примерно съм погледнала кои журналисти пишат за тези сайтове, дали има името на журналиста, когато чета статията, кой ги финансира, дали пише откъде идва финансирането за тези сайтове. Така че горе-долу мога да се ориентирам, понеже за мен няма как да е напълно неутрална информацията. Ако става дума за новина от новинарски сайт, който за пръв път ми е попаднал, пак бих направила същото – кои журналисти пишат там, откъде идва финансирането. Такава основна информация също проверявам и за рубриките в новинарски сайт и се ориентирам доколко е жълта медията ако мога, така да се изразя. И вече ако е новина, която ме интересува, ще проверя на няколко различни места. Също и в чуждестранни медии. Основно така се ориентирам, проверявайки и четейки извън самата новина какво точно има, за да се ориентирам дали мога да вярвам и доколко мога за вярвам.

Жена, 17 г.: Аз със сигурност не проверявам всеки път дали една новина е истина. Но проверявам, ако нещо пряко ме засяга и е важно за мен да знам дали това е истина. Аз съм на 17 години и не бих казала, че трябва да знам всичко и да съм най-информирана за всичко и по-скоро нещата, които не ме засягат пряко, не проверявам. Но със сигурност неща, които ми правят впечатление и смятам за интересни, проверявам, защото това в днешно време е лесно. И ако ме интересува, защо не?

Жена, 25 г.: Ами аз имам няколко източника, които съм си казала, че са достоверни и съответно информацията, която излиза от тях въобще не я проверявам. [...] Иначе ако ми попадне случайно някаква новина, която ми е любопитна, тогава чак я проверявам дали има няколко потвърждения с някои факти, които са вътре или не.

- Младите хора обаче смятат, че изброените механизми за верификация важат за по-младото поколение или за „хората, израснали в интернет“. Според тях населението над 50 г. е по-податливо на влияния и трудно разграничава фалшификата от истината.

Жена, 17 г.: За мен по-възрастните хора са свикнали още от предишни времена и режими да имат една опция във всяко начинание. Тази една опция се отнася и за информацията. Те чуват едно нещо и вече си мислят, че това е единственото, на което имат право да чуят. И за мен, старите хора, без никой да се обижда, те не умеят да използват интернет в истинската му същност. От моите наблюдения, когато един човек види някаква новина, той не умее да я различи.



Механизми за верификация

КАК РАЗБИРАТЕ ДАЛИ ТОВА, КОЕТО ЧЕТЕТЕ, СЛУШАТЕ ИЛИ ГЛЕДАТЕ Е ДОСТОВЕРНО И ТОЧНО?



- Механизмите за верификация, споделени от участниците в качественото проучване, се потвърждават и от количественото изследване – търсят се автори и издатели, преценява се достоверността на изданието, публикувало информацията. Хората от големите градове, и особено в София, както и по-високо образованите, са по-склонни от останалите да верифицират информацията в интернет.
- 40% поставят под въпрос всичко, защото са скептични към съдържанието в интернет. Този дял достига до 65% във възрастовата група 25-44 г.



Разпространение

- Фалшивите новини и дезинформацията са изключително разпространени – дотолкова, че съществува съмнение, че повечето новини са „гарнирани“ с доза неистина или манипулация.

Мъж, 14 г.: На въпроса колко често срещат фалшиви новини: Всеки ден. Непрекъснато в Тик-Ток и в тези медии, в които просто скролваш, и съм сигурен, че повечето от това, което виждам е фалшива новина.

Мъж, 23 г.: Всеки път, когато седнем с майка ми да си говорим на такива теми, тя успява да ми каже поне едно нещо, което е прочела някъде, което само като го чуеш, знаеш, че няма как да е истина. Започваме да търсим и в рамките на около 7-8 минути първо се намира същата статия, която тя е прочела, копирана 58 пъти, и след това се намират куп източници, които опровергават статията или дават логично обяснение.

- Фалшиви новини се срещат дори в обичайно достоверни източници.

Мъж, 35 г.: Но със сигурност във всяка една от изброените медии (б.а. Дневник, Капитал, Свободна Европа, Дарик Нюз) съм засичал информация, която откровено знам, че не е така. Припознавам хора, свързани с източника или самия източник, или пък просто информация, за която се съмнявам, че е била точно описана. .

- Най-разпространени са в социалните мрежи (71%). Второто и третото място в списъка на медиите, в които е най-вероятно да има фалшиви новини заемат онлайн новинарските издания (19%) и телевизията (18%).

В КОИ ОТ МЕДИИТЕ, КОИТО ИЗПОЛЗВАТЕ, Е НАЙ-ВЕРОЯТНО ДА СРЕЩНЕТЕ ДЕЗИНФОРМАЦИЯ ИЛИ ФАЛШИВИ НОВИНИ?





Разпространение

В ПОСЛЕДНИЯ МЕСЕЦ КОЛКО ЧЕСТО СТЕ ПОПАДАЛИ НА НОВИНИ И ИНФОРМАЦИЯ, ЗА КОИТО СЧИТАТЕ, ЧЕ ИЗОПАЧАВАТ ДЕЙСТВИТЕЛНОСТТА ИЛИ ДОРИ СА ФАЛШИВИ?



- Данните от количественото проучване за честотата на разпространение на фалшивите новини и дезинформацията потвърждават думите на участниците във фокус групите – 72% попадат на неистина или манипулирана информация поне веднъж седмично.
- В сравнение с 2018 г. този дял е слабо завишен (67% през 2018 г.). Това може да се дължи на две причини – или хората успяват по-добре да идентифицират проблемните новини (както стана ясно преди малко), и/или честотата на публикуване на фалшиво съдържание нараства. С голяма доза вероятност може да се твърди, че и двете причини са валидни.
- Делът на срещащите фалшиви новини всеки ден или почти всеки ден е значително по-висок сред хората над 35 г. – 57-59%. Това показва повишена чувствителност в тези възрастови групи и оборва в известна степен твърденията на участниците във фокус групите, които смятат, че хората над 50 г. идентифицират по-трудно неистините в медиите. Все пак, тук трябва да се има предвид, че количественото проучване е осъществено сред отзовалите се и не възпроизвежда структурата на генералната съвкупност, т.е. някои групи са надценени (напр. висшистите и живеещите в градовете), а други – подценени (напр. живеещи в села и нискообразовани).

Източник: Flash Eurobarometer 464: Fake News and Disinformation Online (2018)



Фалшивите новини и демокрацията

Разбиране за демокрация • Разпространение на фалшивите новини
Заплахи • Въздействие на фалшивите новини



Характеристики на демокрацията

Източник: Съвет на Европа, [Наръчник за обучение по правата на човека за младежи](#), със съкращения

- Идеята за демокрацията извлича своята морална сила – и популярна привлекателна сила – от два основни принципа:
 - 1. Индивидуалната автономия:** Идеята, че никой не трябва да бъде подвластен на правила, наложени от други. Хората трябва да могат да контролират своя собствен живот (в границите на разумното)
 - 2. Равенство:** Идеята, че всички трябва да притежават еднаква възможност за оказване на влияние върху решенията, които засягат хората в обществото.
- Едно нещо, което обединява съвременните системи на демокрация и което ги отличава от древния модел, е използването на **представители на народа**. Вместо да участват директно в законотворчеството, модерните демокрации използват избори, за да избират представители, които хората изпращат да управляват от тяхно име. Тази система е известна като представителна демокрация. Може донякъде да се твърди, че е „демократична“, защото до известна степен тя се основава на двата принципа, описани по-горе: равенство за всички (един човек – един глас), и правото на всеки човек на известна лична автономност.
- Най-явните начини за участие в управлението са гласуване или кандидатстване за представител на народа. При демокрацията, обаче, съществуват и редица други начини за ангажиране в политиката и управлението. **Ефективното функциониране на демокрацията зависи от обикновените хора**, които използват тези други начини, колкото е възможно повече. Например:
 - Висока информираност за решенията „в името на народа“
 - Споделяне на мнение – с представителите в парламента, с медиите, или с групите, работещи по конкретни въпроси.
 - Усилия гласът на обикновения човек да бъде чул, така че конкретни политики да бъдат преразгледани. Най-ефективният начин е присъединяване към групи със сходни искания и интереси.
 - Гласуване

Разбиране за демокрация

*Демокрацията е **лична свобода** – на мнението, на словото, на начина, по който изглеждаш, **права** – на глас, на защита, на развитие, право да напуснеш страната, и **власт на народа**, в рамките на определени ограничения и правила.*





Разбиране за демокрация

Свобода

Жена, 25 г.: На теория е свобода. На практика е измислица.

Мъж, 19 г.: Демокрацията е свобода на словото, което включва и доброто, и лошото.

Жена, 23 г.: Общо взето свобода, но свобода на народа. Не е задължително нещо хубаво.

Жена, 17 г.: Свобода както на словото, така и на мнението, на начина, по който изглеждаш. Това да можеш да кажеш каквото имаш, без да бъдеш съден по някакъв начин.

Мъж, 35 г.: Свободата да живееш по начин, който на теб ти харесва, без да бъдеш потискан от правила, които не са общочовешки.

Мъж, 35 г.: Свобода, но не свободия.

Мъж, 23 г.: Свобода, но с някакъв вътрешен морал.

Власт на народа

Жена, 35 г.: Буквално би следвало да бъде управление на народа, тоест мнозинството решава. По-скоро ми се струва, че е измислица, на практика малко отсъства.[...] По-скоро малцинството се налага над мнозинството с презумпцията, че това въпросното малцинство знае повече, по-добре и има някакво усеждане за елитарност.

Жена, 23 г.: Думата „демокрация“, сама по себе си, означава „власт на народа“ - това, което иска масата от хора, това трябва да се случва. Обаче ние знаем, че по-голямата част от обществото са слабо образовани хора, каквото и да се лъжем, делът на интелигентни, образовани, мислещи и търсещи истината хора е много малък. Демокрацията е тези малко образовани, слабо мислещи хора да задават посока на абсолютно всичко. И това са същите тези хора, които са супер податливи на тая дезинформация. И ние искаме в ръцете на тези хора да сложим, да дадем бъдещето на всичко.

Права

Жена, 35 г.: България е демократична държава, тъй като има демократични избори, които се правят през определен период. За мен това е достатъчно, за да има демокрация.

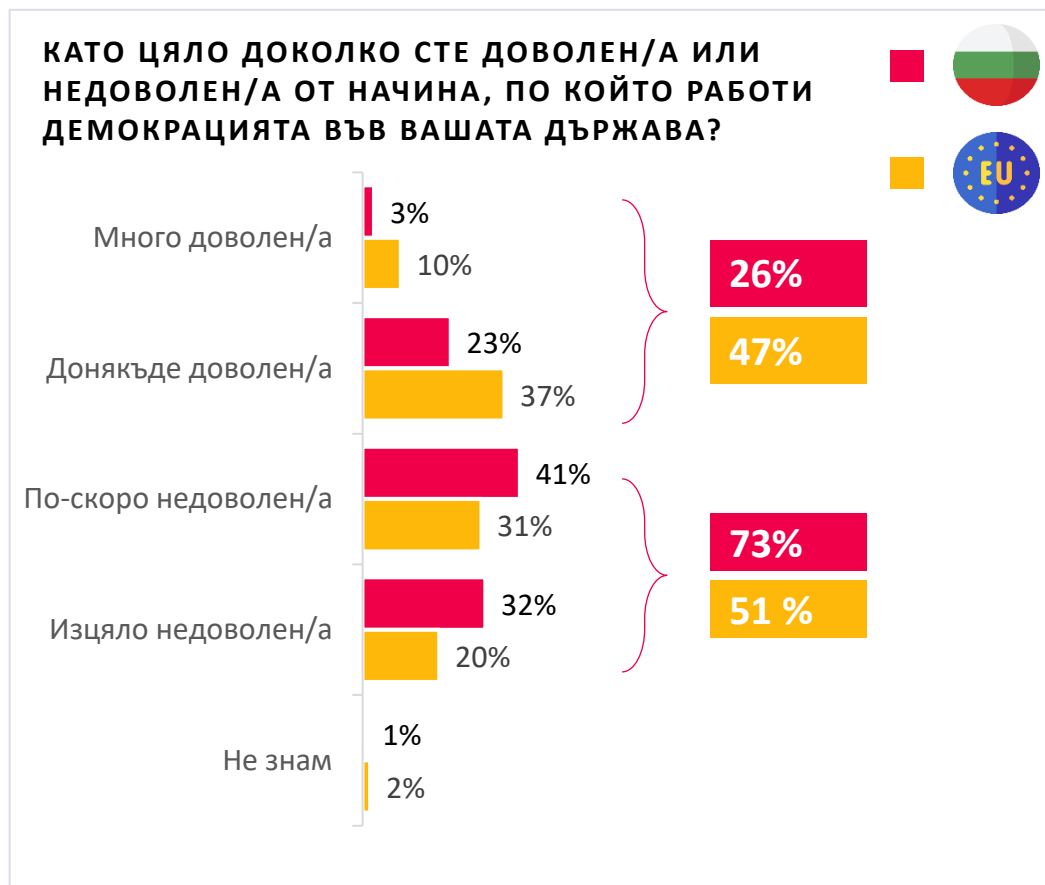
Жена, 23 г.: За мен демокрацията означава, освен да имаш свободата и възможностите, да си до голяма степен защитен, когато тази свобода или възможности ти бъдат отнети. Защото безкрайната свобода не е много демокрация.

Жена, 25 г.: Демократичните свободи според мен в България най-добре се изразяват в правото ни да напуснем страната



Отношение към демокрацията

- Хората в България са недоволни от начина, по който работи демокрацията (73% по-скоро или изцяло недоволни). Този дял за ЕС27 общо е 51%.

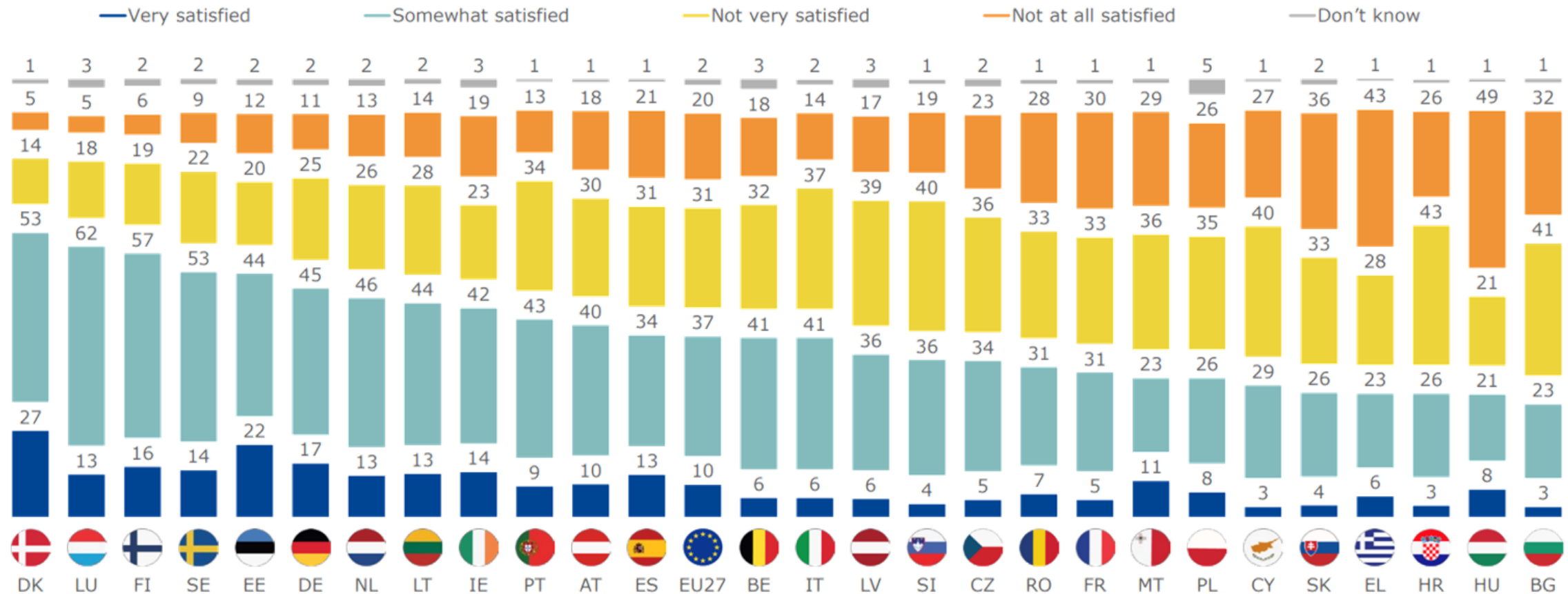


Източник: Flash Eurobarometer 522: Democracy (2023)

- България е на последно място по този показател, заедно с Унгария, Хърватия и Гърция (виж следващия слайд).
- От доклада по данните (със съкращения): „Осем от десет респонденти в Дания (80%) отговарят, че са много или донякъде доволни от начина, по който функционира демокрацията в тяхната страна. Във Финландия и Люксембург общо около три четвърти от анкетираните отговарят, че са доволни. В долната част на класацията по държави обаче, нивото на удовлетвореност пада под една трета – такъв е случаят в Кипър, Словакия, Хърватия, Унгария, Гърция и България (26%). Въпреки че в 11 държави членки повече от половината от анкетираните отговарят, че са доволни от начина, по който функционира демокрацията в тяхната страна, дяловете на отговорилите, че са много доволни остават ниски в повечето държави (от 3% в България и Кипър до 27% в Дания). За разлика от тях в 11 други държави-членки повече от една четвърт от анкетираните отговарят, че са много недоволни от начина, по който функционира демокрацията в тяхната страна – най-голям дял на респондентите, посочили че изобщо не са доволни има в Унгария (49%).“



Отношение към демокрацията



Източник: Flash Eurobarometer 522: Democracy (2023)



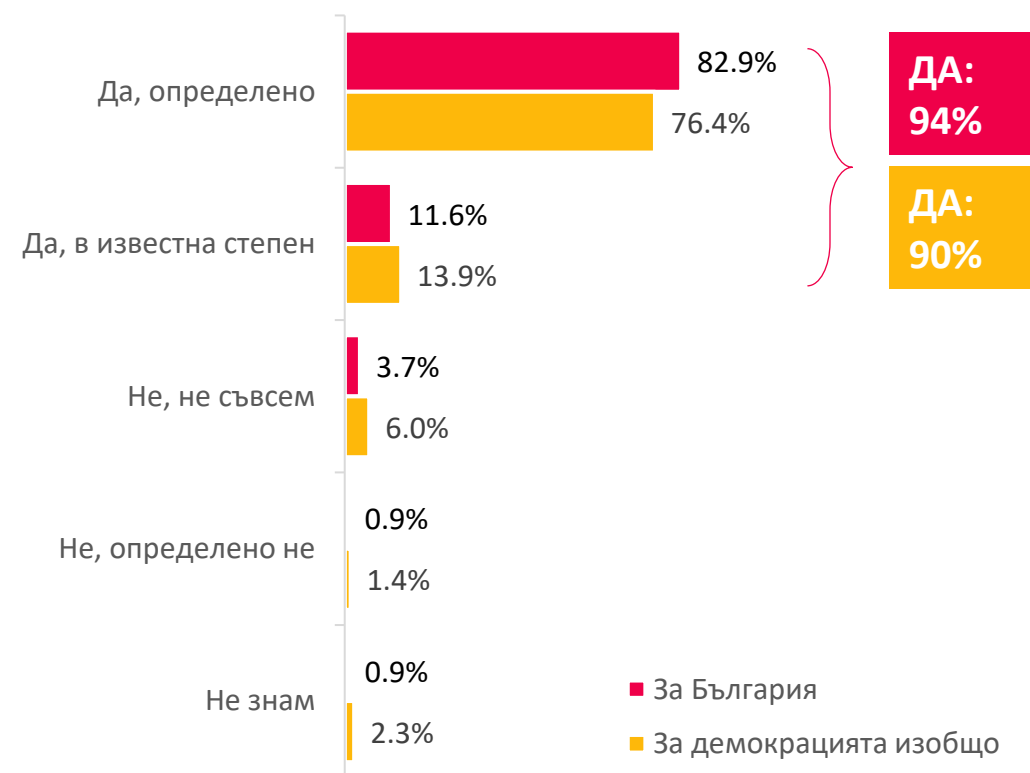
Влияние на фалшивите новини

- Фалшиви новини и дезинформация съществуват по всички сериозни теми. Това ОПРЕДЕЛЕНО е проблем и за България, и за демокрацията – съответно за 83% и 76% от анкетираните.
- Мнението категорично се потвърждава и от участниците в качественото проучване – фалшивите новини и дезинформацията влияят негативно на демокрацията в България, защото манипулират обществените нагласи.

Жена, 23 г.: За мен е проблем, защото променя обществените нагласи и мнения. Това всъщност може да доведе до големи последствия.

Жена, 23 г.: Дезинформацията много сериозно влияе на демокрацията, тъй като представите си едни обикновени хора, на които ако им се представи дадена информация правилно, тоест посочат им се и двете гледни точки – и едната крайност, и другата крайност, даде им се някакъв адекватен анализ от компетентни хора, тези хора дори да не са никакви специалисти и високо образовани, те биха могли да вземат правилно решение. Обаче дезинформацията какво прави? Тя представя нещата само в едната ѝ крайност – така, както на някой, който е поръчал тази дезинформация, му е удобно, и съответно това изкривява много мисленето на хора, които сами по себе си не са толкова крайни, но им е внушено по различни начини, че те трябва да бъдат толкова крайни – било то, защото им се всява страх, защото им се внушават някакви неща по по-чувствителни за тях теми..

СПОРЕД ВАС СЪЩЕСТВУВАНЕТО НА НОВИНИ ИЛИ ИНФОРМАЦИЯ, КОИТО ИЗОПАЧАВАТ ДЕЙСТВИТЕЛНОСТТА ИЛИ ДОРИ СА ФАЛШИВИ, ПРОБЛЕМ ЛИ Е...?





Влияние на фалшивите новини

- Едно от основните негативни въздействия на фалшивите новини и дезинформацията е върху намеренията за гласуване – „хората спират да вярват, че гласът им има значение“. На последните парламентарни избори на 02.04.2023 г. избирателната активност е под 41% *. Само за сравнение, избирателната активност на последните парламентарни избори в Германия на 26.09.2021 г. е над 76% **.

Жена, 35 г.: Когато има прекалено голяма дезинформация, хората започват да се съмняват в абсолютно всичко и започват да спират да вярват, че гласът им има значение.

- Дезинформацията влияе пряко и върху избора на партии и личности, за които се гласува, което пък оказва пряко въздействие върху посоката на развитие на страната.

Жена, 23 г.: Според мен много се отразява това. После го виждаме, когато гледаме резултатите след гласуване – процентите, които подкрепят различните партии. Просто си личи как определени неща са сработили и това впоследствие може да доведе до това кой ще ни управлява, което си е много съществено за това накъде ще върви държавата.

- В допълнение към дезинформацията и фалшивите новини, разочарованието и липсата на алтернатива влияят в много голяма степен на намеренията за гласуване и изборните резултати у нас.

Мъж, 31 г.: Може да е от липсата на избор. И го казвам като човек, който не е изпуснал глас през живота си. Но да кажем каква е разликата между политическите партии в пенсионната система или в здравната система, или в повечето системи? Разликата е „Моите хора са по-добри“ в 95% от случаите.

Мъж, 35 г.: Преди всички възможни избори си правя проучване на почти всеки един кандидат. И се опитвам да намеря човек, не партия, защото е ясно, че имат плюсове и минуси, всички са правили големи глупости, но се опитвам да намеря хора, с които могат да отъждествя себе си, да гледаме горе-долу в една посока, да имаме едни цели за развитието на страната или даден сектор, който мен ме интересува. И напоследък ми става все по-трудно да намеря такива хора и е много жалко и много се разочаровам от това нещо. Въпреки това, все още съм инат и гласувам всеки път и все по-трудно ми става. [...] И в общи линии напоследък, лично за мен, гласът, който давам е един огромен компромис и винаги гласувам за най-малкото възможно зло и винаги съм разочарован след това по един или друг начин, но просто алтернатива няма. Аз съм от хората, които биха гласували за алтернатива, правят го и са разочаровани, за съжаление. Сега се повтори, по същия начин.

* Източник: ЦИК, <https://results.cik.bg/ns2023/aktivnost/index.html>

** Източник: Wikipedia, https://en.wikipedia.org/wiki/2021_German_federal_election



Заплахи за демокрацията

Основни заплахи за демокрацията са пропагандата отвън и чуждата намеса в политиката и икономиката на страната

КОИ ОТ СЛЕДНИТЕ ЯВЛЕНИЯ ПРЕДСТАВЛЯВАТ ЗАПЛАХА ЗА ДЕМОКРАЦИЯТА В БЪЛГАРИЯ?

74%	Пропаганда и невярна/подвеждаща информация, идваща от чужди източници
67%	Прикрита чужда намеса в политиката и икономиката на БГ, вкл. чрез финансиране на местни участници
64%	Като цяло всякаква невярна и/или подвеждаща информация, разпростр. се се във и извън интернет
58%	Липса на ангажираност и интерес към политиката и изборите от страна на обикновените граждани
55%	Липса на познания сред гласоподавателите за функционирането на демократичните процеси
53%	Нарастващо недоверие и скептицизъм към демократичните институции
49%	Явления, дестабилизиращи изборната инфраструктура или изборните процеси, като напр. кибератаки
45%	Липса на медийна свобода и медийно многообразие
45%	Ненадеждност на избирателната система
27%	Липса на възможности гражданите да изразяват мнението си
2%	Друго
2%	Не знам

Източник: Flash Eurobarometer
522: Democracy (2023)



22%	25%
21%	46%
38%	24%
26%	22%



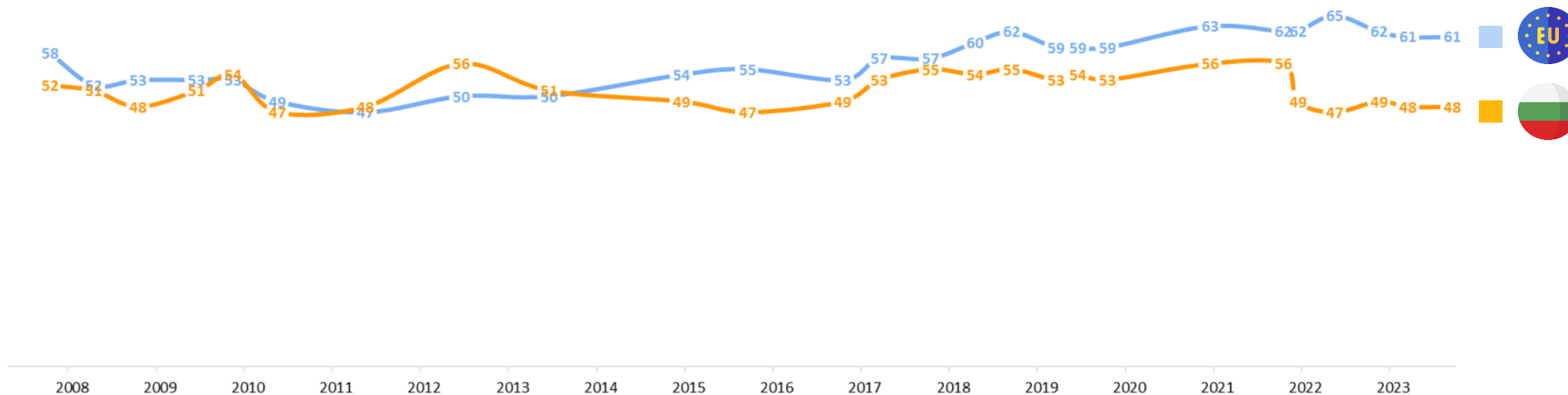
Фалшивите новини и ЕС

Възприемане на ЕС • Разпространение на фалшивите новини
Заплахи • Въздействие на фалшивите новини



Възприемане на ЕС

- В първите дни на 2024 г. е публикувано десетото издание на проучването Eurobarometer: The EP and the expectations of European citizens, което проследява имиджа и отношението към ЕС и европейските институции. На въпроса „Смятате ли, че като цяло членството на България в ЕС е ... ?“ 48% от анкетираните българи отговарят „нещо добро“ при 61% средно за ЕС. Този резултат е почти най-ниският регистриран досега и е сигнал за сериозни промени в обществените нагласи, вероятно свързани с влизането на България в Еврозоната.



Източник: Eurobarometer: The EP and the expectations of European citizens (2023)



Възприемане на ЕС

- Участниците във фокус групите категорично възприемат членството на България в ЕС за нещо добро. Причините са много, но най-вече възможността за свободно пътуване и общуване, обмяна на опит и идеи, правото на България да взема решения заедно с „големите играчи“. Икономическата подкрепа от страна на ЕС също е сред основанията за одобрение на членството. Посочват обаче и някои негативи – неприложимост в български условия на част от законодателството, лоша миграционна политика, допълнителни финансови задължения.

Мъж, 19 г.: Предполагам, че е нещо добро. Чисто заради действията на останалите държави, които са в Европейския съюз, ние получаваме или ще получим. Вече имаме по-лесен достъп до други държави, по-лесно можем да търгуваме с тях. Ние сме част от общност, в която са Германия, Франция доскоро Великобритания – едни от най-развитите страни. Ние можем да сме в една зала с тях и да споделяме идеи. И всъщност имаме право на глас сред „големите играчи“, така да ги наречем. И това е една много малка част защо е хубаво да сме в Европейския съюз.

Жена, 17 г.: Пример от личния ми живот. Участвала съм в проекти по Еразъм, чиято цел е да се срещаш с хора от други страни от Европейския съюз, да обменяш опит, обменяш идеи, на някакво непознато място си в друга държава с тях. И това за мен е пример за нещо много красиво, което съм получила от Европейския съюз – да имам възможността, дори преди пълнолетие, да се обогатя по такъв начин и да имам връзка с представители на други страни. За мен този съюз е нещо позитивно, определено, защото в много случаи съединението прави силата. За мен това е възможност България по някакъв начин да се издигне, да повиши нивото си, ние да заимстваме от другите държави.

Жена, 35 г.: Европейският съюз за нас като Съюз за въглища и стомана – да, като единство на нациите – да, единство в многообразието, ако използваме тази крилата фраза – определено да, като възможност за пътувания – абсолютно, стига човек да има възможност... [...] А по отношение на европейското законодателство, което се приема, и почти всичкото, което се приема и е необходимо да бъде транспонирано и у нас, да кажем, че съм малко скептична, тъй като една немалка част от нещата, които се приемат, хайде да не кажа са неприложими за нашите условия, но са доста спорни. Свързват се с допълнителни задължения, които е изключително трудно да бъдат изпълнени поради ред причини – на първо място икономически. Конкретно пък по отношение на миграционната политика, която провежда Европейския съюз от години, това е едно от най-вредните неща – както според мен, така и според голяма част от моите съседи

Мъж, 35 г.: Аз съм изключителен привърженик на Европейския съюз като институция като цяло и смятам, че това е едно от най-положителните неща, които са се случили на България в последните 50 години, може би повече.



Информирание за ЕС

- Информирането за дейността на ЕС и европейските институции не е регулярно, а само по повод или ако има професионален интерес.

Жена, 25 г.: Основно, не, освен ако не е нещо специално, което ми е направило впечатление и чак тогава..

- Участниците, които следят редовно, целенасочено и от личен интерес информационния поток от Съюза, са единици.

Мъж, 35 г.: Като цяло ме интересуват технологии, примерно, и такива неща, включително AI. Обаче ме интересуват и цензура, и свобода на словото, и така нататък. А пък напоследък това е доста сериозна тема, лични данни и т.н. се коментират много сериозно в заседанията в Брюксел. И като цяло темите, които засягат, са изключително важни за България и дори мога да кажа, че са ми доста по-интересни, отколкото локалните новини и нещата, които се разискват тук, в България, защото обикновено, ако настроенията в Европейския съюз са в дадена посока, то това ще се отрази на България. Ние следваме инструкциите и насоките, които ни се спускат от такива институции като Европейския съюз. Така че за мен е интересно да видя посоката, към която се тръгва, защото рано или късно това нещо ще застигне и България.

- За разлика от ежедневните събития, информацията за ЕС не достига спонтанно до потребителите, ако те не са се интересували в предишен период от Съюза. Новините, които стигат до хората са „филтрирани“ и са част от съдържанието, което циркулира в тяхното обкръжение. Така заобиколените от негативно настроени лица, могат да видят само лошите страни на определена тема, и обратно.

Мъж, 35 г.: Това човек какви неща вижда в социалната си сфера от социалните мрежи в своя личен бълбъл, зависи страшно много от това какво е неговото обкръжение – хората, с които общува и нещата, които той самият е търсил. Съответно един човек може да вижда много информация за Европейския съюз, включително положителни и негативни неща, друг може да вижда само положителното, трети може да вижда негативни неща от сорта на „Това са джендърите“.

- Някои участници смятат, че информацията от ЕС не достига до обикновения потребител, защото на практика не го засяга пряко. Друга теза е, че ЕС просто стои встрани и си върши работата, гарантирайки общото благо.

Жена, 24 г.: Аз смятам, че тези новини за Европейския съюз не достигат до нас, защото те нямат причина да достигнат до нас. Те не са пряко обвързани с някаква промяна в България. [...] просто не касае средностатистическия българин.



Поднасяне на информацията от ЕС

- Поднасянето на информацията от ЕС е „трагично зле“ споделят участниците във фокус групите. Тя е трудно смилаема и огромна като обем.

Мъж, 31 г.: Аз бих казал, че трагично зле я поднася. Може би не е и целенасочено, с цел все едно просто да не се пречка и да не опитва да измества местните проблеми или местните новини в дадена държава, с цел да не стане като федерация стил САЩ, в която повечето новини са глобални за цялата държава, докато като може би целенасочено се опитва да стои по-назад, ако това е целта, да кажем, може би много добре се справя. Ако се цели да бъде в центъра на вниманието, е под всякаква критика.

Жена, 35 г.: Моята работа е свързана с няколко конкретни главни дирекции в Европейската комисия. Така че по отношение на Комисията, на Парламента, една немалка част от тяхната дейност са ми леко тъмна Индия. Конкретно това, с което имам да се занимавам – да, там следя внимателно нещата, но ми се струва, че по-скоро всичката информация, която е налице в Официален вестник на Европейския съюз, хилядите статии, съобщения и публикации, които са на страницата на Европейската комисия, просто човек се дави в цялата тази информация.

- Съдържанието, предоставено от ЕС, не се „консумира“ лесно и това е проблем в едно общество, което се вълнува от Ергенът и новини за чалга звезди. Смислената информация се губи сред „жълтите“ новини, които излизат на преден план, заради алгоритмите, по които работят социалните мрежи.

Жена, 23 г.: Всяко съдържание, което се консумира лесно, така да се каже, което не изисква да се помисли, да се потърси и човек да се поинтересува, всъщност се котира много по-лесно масово сред обществото. Да, съгласна съм с Х, имам го същия проблем и с Ергенът, и всякакви жълти новини за чалга звезди и т.н., и с всичко, което вълнува много хора. Мен това не ме вълнува, аз вече съм на път да си спра и Фейсбук, и всичко, защото се чувствам отвратена да бъда заливана с толкова много, откровено казано, простотия. И вече от това, че ме заливат с толкова много неща, които не са ми нужни, до мен вече не могат да достигнат и новините, които биха ме заинтересували.

- Новините, свързани с ЕС, не са „продаваеми“ по начина, по който се продават новините в България.

Жена, 23 г.: То това не е нищо ново – от зората дето се вика на журналистиката това се е знаело, че е сензация - секс, скандал, провокация. Това са нещата, които продават, за съжаление. И неслучайно по жълтите медии точно така са формулирани заглавията, за да качат възможно повече читатели.



Наличие на фалшивите новини

- Фалшивите новини и дезинформацията не са само локален проблем, а проблем за ЕС като цяло и възприемането и разбирането на европейските ценности – категорични в това отношение са съответно за 73% и 76% от анкетираните.
- Новините, които достигат до потребителя, често са интерпретационно изкривени, което уронва имиджа на съюза и е сред причините за ниското одобрение на членството в България.

Жена, 23 г.: До мен почти никаква информация не достига за това какво се готви от Европейския съюз [...] или ако достига до мен, достига под формата на някаква пропаганда срещу ЕС за това как се опитва да прокара така наречените джендъри и тем подобни неща. Това е просто страшно силен аргумент против ЕС и много, много хора се влияят супер много от това [...] и това става като едно нарицателно за Европейския съюз какво той представлява и го представя в една много, много лоша светлина.

Мъж, 23 г.: Има фалшиви новини, но те не са отявлени лъжи, защото можеш да провериш и достъпна информация е. Напр. приема се някаква европейска директива за земеделието, която включва и нашето земеделие, и медиите цитират директно директивата, но след това дават своето тълкувание и една европейска директива, която е за поддържане на живота на добитъка, може да бъде изкривена като тия ще ни убиват прасетата. И това се случва редовно от доста сериозни източници. Такъв вид е дезинформацията на това равнище. Не мисля, че са отявлени измислици нещата, които виждаме като информация за ЕС като фалшиви новини, но е взимане на законов текст и тълкуването му по главно популистки начин с дадена цел.

СПОРЕД ВАС СЪЩЕСТВУВАНЕТО НА НОВИНИ ИЛИ ИНФОРМАЦИЯ, КОИТО ИЗОПАЧАВАТ ДЕЙСТВИТЕЛНОСТТА ИЛИ ДОРИ СА ФАЛШИВИ, ПРОБЛЕМ ЛИ Е...?





Разпространение и влияние

- Основните теми, по които се произвеждат фалшиви новини, свързани с ЕС, са чувствителни и засягат или всички, или големи обществени групи – GDPR, половете, Евронзоната.
- Според количественото проучване в топ 3 на темите, по които се срещат най-много фалшиви новини са за общата европейска валута (ЕВРО) – в контекста на икономически срив и провокиране на бедност (65%), за общата отбранителна политика – в контекста на загуба на суверенитет и сигурност (50%) и за социалната справедливост и закрила – в контекста на равенство между половете, домашно насилие и права на ЛГБТ хората (50%) /данните са на следващия слайд/.
- Тези три, заедно с темата за демокрацията – в контекста на загуба на национален суверенитет и доминация на европейските институции над националните, са и трите най-вредни за възприемането и доверието към ЕС теми, като първата – за общата европейска валута е с най-много посочвания (38%), а останалите събират между 16 и 18%.
- Участниците във фокус групите също смятат, че фалшивите новини и дезинформацията имат пряко въздействие върху имиджа на ЕС и одобрението на членството.

Жена, 35 г.: Щом около 50% от населението смятат, че Европейският съюз носи вреди за България, значи да (б.а. има фалшиви новини за ЕС).

- Някои участници смятат, че фалшивите новини и дезинформацията по темите, свързани с ЕС, съществуват, защото ЕС няма капацитета да представи добре информацията за себе си.

Мъж, 19 г.: Ако Европейският съюз не може да ги представи на хората, няма начин как да „навие“ по-голяма част от населението към идеите си или поне да запознае останалите народи с основните идеи. И така, Европейският съюз малко се спъва с дезинформацията, защото не се бори срещу нея.

- Смята се също, че разпространението на дезинформацията е на локално ниво.

Жена, 25 г.: Аз мисля, че основно са на локално ниво в България, т.е. едва ли, поне аз не съм срещала, някои западни сайтове да произвеждат фалшиви новини за Европейския съюз. Може да има, просто не съм била консуматор на такива.



Разпространение и влияние

ПО КОИ ОТ СЛЕДНИТЕ ТЕМИ СРЕЩАТЕ НАЙ-МНОГО ФАЛШИВИ НОВИНИ? / А ФАЛШИВИТЕ НОВИНИ ПО КОИ ОТ ТЕМИТЕ МОГАТ В НАЙ-ГОЛЯМА СТЕПЕН ДА НАВРЕДЯТ НА НАЧИНА НА ВЪЗПРИЕМАНЕ И ДОВЕРИЕТО КЪМ ЕС?

	Най-разпростра-нени	Най-вредни за ЕС
Обща европейска валута (ЕВРО) – в контекста на икономически срив и провокиране на бедност	65%	38%
Обща отбранителна политика – в контекста на загуба на суверенитет и сигурност	50%	18%
Социална справедливост и закрила – в контекста на равенство между половете, домашно насилие и права на ЛГБТ хората	50%	16%
Демокрация – в контекста на загуба на национален суверенитет и доминация на европейските институции над националните	43%	17%
Демокрация и свобода на словото – в контекста на налагана „цензура“	40%	12%
Свобода на личността – в контекста на загуба на национална идентичност	39%	11%
Опазване на околната среда – в контекста на налагане на ГМО производства и храни	36%	10%
Социална справедливост и закрила – в контекста на правата на децата и стабилността на семейството като институция	36%	9%
Свободен пазар – в контекста на обезличаване на национално производство	30%	6%
Свобода на придвижване – в контекста на миграцията (законна и незаконна)	28%	8%
Опазване на околната среда – в контекста на зелената сделка	27%	7%
Свобода на придвижване – по отношение на Шенген	26%	6%
Друго	2%	2%
Нито една от тези	3%	3%
Не знам	4%	8%



Поднасяне на информацията

КЪДЕ ДА БЪДЕ ПУБЛИКУВАНА?

- Информацията трябва да бъде поднасяна в достъпни и ползвани от много хора (и особено от младите хора) източници. Задължително е присъствието във всички социални мрежи.

Жена, 17 г.: ЕС да има официална страница във всички платформи, които използват хората ежедневно, за да можеш да са, първо, в крак, да може всеки ден те да имат достъп.

- Присъствието трябва да е активно, т.е. да има комуникация с потребителите по важните за тях въпроси.

Мъж, 23 г.: ЕС да има интернет присъствие – и то не от сорта на “Качваме го на сайт на Европейския съюз, елате го вижте!”, а активно интернет присъствие. Защото ЕС, като една огромна организация, има някаква политика на „неотговорност” - пускат някакво решение, някаква директива, при което всички локални медии казват: “Сега това е еничарство, това е бесене”. И Европейският съюз, понеже заема позицията на безлицева, огромна организация, тя не казва нищо по въпроса. А то е изключително лесно да се опровергават тези медии, като се каже: „Ами не, не правим това, правим това, това и това. Не можем да направим това, което вие казвате, поради тази, тази, тази причина”. ЕС не го практикува това.

- Важно е източниците да са достоверни и да не са сред „производителите“ на фалшиви новини.
- Информацията трябва да бъде поднасяна в източници, които обслужват целевите групи с най-голям потенциал.

Жена, 25 г.: Но според мен въпросът е къде насочваш ресурсите, защото да, те (б.а. Възрастните хора) са голям контингент, но въпросът е, че при тях много трудно можеш да промениш мнението. Ако говорим за информирани хора, които не са информирани и искат да се информират, тоест вече таргетираната ти група отива доста по-надолу.

Жена, 26 г.: За мен една масова кампания задължително включва телевизия, радио, обхваща всичките канали – билборд, университет, макар че доста често са там... Те доста нишово тръгват. Опитват се да са близко до хората, но в същото време са и доста далече. Затова всеки пазар си има определени канали и не може да разчиташ, че просто мълвата, ей така, ще тръгне на добра воля и всичко се прави много целенасочено. Така че да, за мен това – знаеш, че средностатистическият човек гледа много телевизия, знаеш, че пътува с кола – в България с кола се пътува доста повече, отколкото с който и да е друг вид транспорт, и се насочваш натам..



Поднасяне на информацията

КАКВО СЪДЪРЖАНИЕ ДА БЪДЕ ПУБЛИКУВАНО?

- Съдържанието трябва да бъде поднасяно с подробни обяснения как решенията ще въздействат върху обикновения човек, с примери от ежедневието. Предлага се дори учредяване на държавен орган, който да отговаря за „превода“ на решенията на разбираем език и да поддържа профилите в социалните мрежи.

Жена, 25 г.: Най-добрият вариант би бил на държавно ниво да се учреди някаква институция, която да поддържа най-потребяваните социални мрежи, която да превежда всяко едно решение на Европейския съюз какво значение има за нас като държава или като личности и ежедневието.

- Когато съдържанието е поднасяно от специалисти, те трябва да бъдат обучени как да комуникират правилно.

Жена, 23 г.: Така че в тази посока също според мен трябва да се обърне внимание – тези специалисти да бъдат обучени на едни нови комуникационни умения – как да комуникират това, което им е важно и то всъщност да бъде разбрано..

- Темата за ЕС и неговите ценности е далечна за потребителите. Затова е важно да бъде провокирана тяхната заинтересованост. Първите стъпки трябва да са разговорите за общочовешките ценности.

Жена, 23 г.: Трябва да говорим за това защо хората трябва да ги вълнува, дори те да не са професионално ангажирани по някакъв начин, да не са от тези среди, дори да не се интересуват чак толкова от политика. Защото много от моите познати казват „Мен не ме вълнува политиката“ и аз казвам „Добре де, ама не осъзнаваш ли, че то влияе на животите ни на всички?“. Когато се опиташ поне да обясниш на човек, че става въпрос за някакви общочовешки права и свободи и ценности и реално го засяга, тогава вече е много по-способен да ти даде шанс да чуе какво имаш да му кажеш. Така че за мен това е начинът да се комуникира.



Поднасяне на информацията

КАК ДА БЪДЕ ПРЕДСТАВЕНА ИНФОРМАЦИЯТА?

- Информацията трябва да бъде поднасяна на разбираем език.

Жена, 23 г.: За да бъде разбрана информацията от Европейския съюз, това, което се говори, обсъжда, приема, на първо място, за да разберат всички хора, без значение дали имат някакви професионални взаимодействия със Съюза или не, трябва да бъде на достъпен език.

Мъж, 35 г.: Лесно смилаемо.

- Информацията трябва да бъде поднасяна от хора, които комуникират добре с аудиторията и които „знаят какво говорят“. Някои участници предпочитат специалисти, други – по-близки до тях лица.

Мъж, 23 г.: първо трябва да говори някой, който да може да говори. Това е най-важното, защото PR-ът е най-важното в цялата работа, в предаването на информация. И доколкото гледам Европейския парламент има 500 хиляди последователи в Инстаграм, Европейското консулство има 300 хиляди, а Митко Бербатов има 900 хиляди. Така че очевидно не се набляга достатъчно на това. Трябва да е човек, който познава тези среди, да може да борава в социалните мрежи. Очевидно европейските институции не са много вещи в момента.

- Тонът на новините за ЕС трябва да е неутрален, не емоционален, не високопарен, не назидателен. Емоционалният тон (в какъвто и да е оттенък) би се възприел като дезинформация. Може да има емоционален тон в коментарни предавания, но трябва да се подхожда внимателно.

Мъж, 35 г.: Една успешна информационна кампания в тази сфера би била с максимално малко емоции да успееш да провокираш максимално много емоции по един разбираем начин.

- Кратки визуални представяния с много ясни послания биха били полезни. Лесно за запомняне, ясно и приятно също е добра формула за успех.

Мъж, 31 г.: 15-секундни клипчета в Тик Ток, където буквално режат 50 кабела и казват „Вече в Европейския съюз има един кабел“. Това е.

Жена, 26 г.: Ако говорим за нещо масово, то трябва да е лесно, приятно, да се използва сравнение и определено да може да бъде запомнено.



Поднасяне на информацията

КОЙ ДА ГОВОРИ?

- Млади хора да говорят на млади хора, в комбинация с мнение на експерти, вероятно би било най-доброто съчетание.

Жена, 23 г.: Според мен е супер практика млади хора да говорят на други млади хора, някак като че ли по-успешно се получава, но пък ако това успее да се комбинира с мнение на експерти и хора, които наистина имат какво да кажат по темата и много да допринесат, защото експертизата, която се трупа с години, в никакъв случай не може да бъде заменена с каквото и да е друго. Тоест да се намери някаква такава формула – и едното, и другото да го има. Хем да е достъпно, хем пък да ти дава реално информацията, която се цели да стигне до теб. Може би някаква такава формула би била успешна.

Мъж, 35 г.: Млад човек задаващ правилните въпроси на специалист експерт. Младият човек ще знае точно какви въпроси да зададе, тоест ще зададе въпросите, които аудиторията, която гледа, би задала.

- Инфлуенсърите също могат да бъдат привлечени като комуникатори, за да се използват аудиториите им. Важно уточнение е обаче, че към тях трябва да се подхожда много внимателно, защото имиджът им е противоречив. Участниците са категорични, че те не трябва да бъдат лица на ЕС, а по-скоро да задават важните въпроси, свързани с дейността на Съюза.

Жена, 23 г.: И според мен една ефективна кампания би трябвало да бъде някаква колаборация между едно такова известно лице, което би провокирало доверие, би провокирало интерес. Защото да гледаш някакви, които са страшни експерти, обаче никога не си ги чувал, може би не на всеки ще му е толкова интересно, докато ако има една позната фигура, която би гледал, дори просто щото много те кефи, в колаборация с някой, който наистина е експерт в своята област и да се получи някаква дискусия, мисля, че би било доста успешно..

Мъж, 35 г.: Ето това е като с мен медиите и дезинформацията – трябва си подбиращ откъде четеш, трябва да подбиращ хората, които гледаш, защото половината те лъжат в очите, Така че то това си е вече до човек... ако искаш да четеш някакви глупости и това ти е окей... За тези сайтове, които говорихме досега. Същото е и с тия хора. Ти си избираш кое да гледаш. Има и читави, и не.



Заклучения

Най-важното накратко



Заключения

Информиране

- Прегледът на съдържание в интернет се осъществява основно през мобилните телефони. Най-често хората прекарват между 1 и 3 часа на ден пред екрана.
- Участниците използват широк спектър от източници. Трите основни информационни канала са социалните мрежи, телевизията и онлайн новинарските вестници и списания. Ползваните медии и канали зависят от възрастта. Социалните мрежи играят ключова роля.
- Информационните източници, към които има най-голямо доверие са подкастите, новинарските агенции и традиционните медии – телевизия и радио. Най-слабо е доверието в социалните мрежи, уеб сайтовете, хостващи видео и приложенията за съобщения. Съдържанието, независимо от мястото на публикуване и степента на доверие в източника, се възприема критично.
- Обикновено новините сами „пристигат“ при потребителите, без да бъдат търсени, чрез традиционно използваните от тях канали. Предпочитани са кратките новини.
- Като цяло липсва доверие в медиите. Това принуждава потребителите да проверяват информацията, която по някакъв начин представлява интерес в няколко източника, както и да търсят крайни мнения по дадена тема, за да формират своето.

Фалшиви новини и дезинформация

- Дефинирането на понятията „фалшиви новини“ и „дезинформация“ е относително точно, а разграничението между тях – ясно. Някои трудности в това отношение срещат най-младите. Всички са наясно, че фалшиви новини и дезинформация съществуват.
- Над 82% от анкетираните са напълно или по-скоро уверени, че могат да разпознаят фалшивите новини.
- Белезите, по които фалшивите новини могат да бъдат разпознати, са посочване на по-обща факти, без задълбаване в детайлите, емоционален тон, липса на препратки към източниците на съдържанието. „Червена лампа“ е и самият информационен канал.



Заключения

- Въпреки демонстрираната увереност във възможностите за разпознаване на фалшивите новини, трябва да се има предвид, че бързината на показване на новините, както и големите обеми от информация, пречат на потребителя да се ориентира в съдържанието.
- Дезинформацията е значително по-трудна за откриване, заради умелото поднасяне и наличието на действителни факти в съдържанието.
- Прилагат се различни методи за верификация. Основните сред тях са критично мислене, проверка на източниците и сравнение на информацията от различни източници. Търсят се автори и издатели, преценява се достоверността на изданието, публикувало информацията.
- Фалшивите новини и дезинформацията са изключително разпространени – дотолкова, че съществува съмнение, че повечето новини са „гарнирани“ с доза неистина или манипулация. Най-разпространени са в социалните мрежи. 72% попадат на неистина или манипулирана информация поне веднъж седмично.

Фалшивите новини и демокрацията

- Демокрацията е лична свобода – на мнението, на словото, на начина, по който изглеждаш, права – на глас, на защита, на развитие, право да напуснеш страната, и власт на народа, в рамките на определени ограничения и правила.
- Изследването Евробарометър показва, че хората в България са недоволни от начина, по който работи демокрацията (73% по-скоро или изцяло недоволни). Този дял за ЕС27 общо е 51%. България е на последно място по този показател, заедно с Унгария, Хърватия и Гърция.
- Фалшиви новини и дезинформация съществуват по всички сериозни теми. Това определено е проблем и за България, и за демокрацията – съответно за 83% и 76% от анкетираните. Те влияят сериозно върху обществените нагласи и намеренията за гласуване, както и разочарованието и липсата на алтернатива.
- Основни заплахи за демокрацията са пропагандата отвън и чуждата намеса в политиката и икономиката на страната.



Заключения

Фалшивите новини и ЕС

- Членството на България в ЕС се възприема като нещо добро по набор от причини – лични, икономически, социални и други. Резултатите от изследването Евробарометър обаче показват, че на това мнение са 48% от анкетираните българи при 61% средно за ЕС. Този резултат е почти най-ниският регистриран досега и е сигнал за сериозни промени в обществените нагласи, вероятно свързани с влизането на България в Еврозоната.
- Информирането за дейността на ЕС и европейските институции не е регулярно, а само по повод или ако има професионален интерес.
- Информацията за ЕС не достига спонтанно до потребителите. Новините, които стигат до хората са „филтрирани“ и са част от съдържанието, което циркулира в тяхното обкръжение.
- ЕС не комуникира добре с гражданите. Информацията е трудно смилаема и огромна като обем, съдържанието не се „консумира“ лесно и новините не са „продаваеми“.
- Фалшивите новини и дезинформацията са проблем и за ЕС като цяло и възприемането и разбирането на европейските ценности – категорични в това отношение са съответно за 73% и 76% от анкетираните. Новините, които достигат до потребителя, често са интерпретационно изкривени, което уронва имиджа на съюза и е сред причините за ниското одобрение на членството в България.
- Според качественото проучване основните теми, по които се произвеждат фалшиви новини, свързани с ЕС, са чувствителни и засягат или всички, или големи обществени групи – GDPR, половете, Еврозоната.
- Според количественото проучване в топ 3 на темите, по които се срещат най-много фалшиви новини са за общата европейска валута – в контекста на икономически срив и провокиране на бедност, за общата отбранителна политика – в контекста на загуба на суверенитет и сигурност и за социалната справедливост и закрила – в контекста на равенство между половете, домашно насилие и права на ЛГБТ хората. Тези три, заедно с темата за демокрацията – в контекста на загуба на национален суверенитет и доминация на европейските институции над националните, са и най-вредните за възприемането и доверието към ЕС.



Заключения

Препоръки към поднасянето на информацията

- Информацията трябва да бъде поднасяна в достъпни и ползвани от много хора (и особено от младите хора) източници. Задължително е присъствието във всички социални мрежи. Присъствието трябва да е активно, т.е. да има комуникация.
- Източниците трябва да са достоверни и да не са сред „производителите“ на фалшиви новини.
- Информацията трябва да бъде поднасяна в източници, които обслужват целевите групи с най-голям потенциал.
- Темата за ЕС и неговите ценности е далечна за потребителите. Затова е важно да бъде провокирана тяхната заинтересованост чрез разговор за реалното въздействие върху живота на всеки човек, поднесено с детайлни обяснения и примери, и общочовешките ценности.
- Информацията трябва да бъде поднасяна на разбираем език и от хора, които комуникират добре. Когато съдържанието е поднасяно от специалисти, те също трябва да бъдат обучени как да комуникират правилно, т.е. да могат да говорят.
- Тонът на новините за ЕС трябва да е неутрален – с минимум емоции да се предизвикат максимум емоции. Кратки визуални представяния с много ясни послания биха били полезни. Лесно за запомняне, ясно и приятно също е добра формула за успех.
- Млади хора да говорят на млади хора, в комбинация с мнение на експерти, вероятно би било най-доброто съчетание.
- Инфлуенсърите също могат да бъдат привлечени като комуникатори, за да се използват аудиториите им. Използването им обаче трябва да става внимателно и при някои ограничения. Ролята им на задаващи въпросите би била най-смислена.



Това проучване се реализира в рамките на инициатива „Какво наистина означава ЕС за теб?“, финансирана от Европейския съюз и фондация „Институт Отворено общество – София“ (ИООС) и изпълнявана в рамките на проект „Права и ценности“ от фондация „Четиридесет и две“.

Изразените възгледи и мнения са единствено на автора(ите) и не отразяват непременно тези на Европейския съюз или на Европейската изпълнителна агенция за образование и култура (EACEA) или на ИООС. Нито Европейският съюз, нито EACEA, нито ИООС могат да бъдат държани отговорни за тях.