

МОДУЛ 3. ФАЛШИВИ НОВИНИ И ДЕЗИНФОРМАЦИЯ



Събитие за разпространение на резултатите по проект NEDLIB
2023-1-BG01-KA220-ADU-000167178



Department of Library Science
Archives and Information Systems



INTERNATIONAL
HELLENIC
UNIVERSITY



NATIONAL
LIBRARY
OF LATVIA



ИЗМЕРЕНИЯ НА ИНФОРМАЦИОННИЯ ХАОС

- Дезинформация: Умишлено създаване и разпространение на невярна информация с цел заблуда, манипулация или нанасяне на вреда.
- Мисинформация: Разпространение на невярна информация без умисъл за вреда, често поради грешка, незнание или неоглеждане.
- Малинформация: Злонамерено използване на истинска информация, извадена от контекст, с цел да се навреди на човек, група или организация.
- Фалшиви новини: Неверни или силно изкривени истории, представени като новинарски репортажи, които могат да бъдат както дезинформация, така и мисинформация, създадени с различни цели (политически, финансови, отклоняване на вниманието и др.)



Department of Library Science
Archives and Information Systems



INTERNATIONAL
HELLENIC
UNIVERSITY

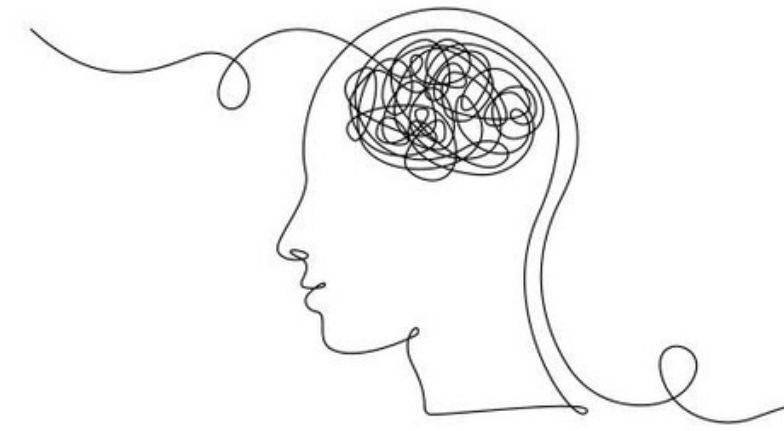


NATIONAL
LIBRARY
OF LATVIA

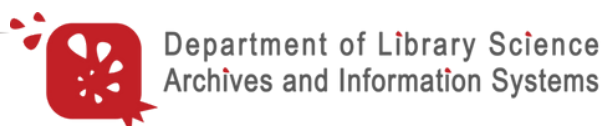


DIREÇÃO-GERAL DO LIVRO,
DOS ARQUIVOS E DAS BIBLIOTECAS

ИСТОРИЧЕСКИ КОНТЕКСТ НА РАЗПРОСТРАНЕНИЕТО



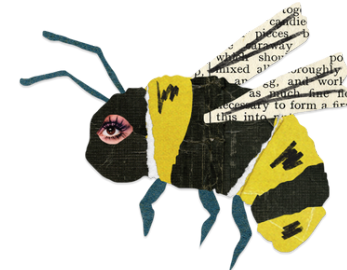
- Устна комуникация: Първичната форма. Силно зависима от паметта, ограничена географски. Податлива на изкривявания при всяко предаване („развален телефон“), което я прави плодородна почва за слухове и неволна мисинформация, но и за умишлени лъжи.
- Ръкописна комуникация: Позволява запазване на информацията, но процесът на преписване е бавен и скъп. Всяко копие е възможност за грешки или умишлени промени. Контролът върху разпространението е по-лесен (напр. от страна на църквата или държавата през Средновековието).



ИСТОРИЧЕСКИ КОНТЕКСТ НА РАЗПРОСТРАНЕНИЕТО

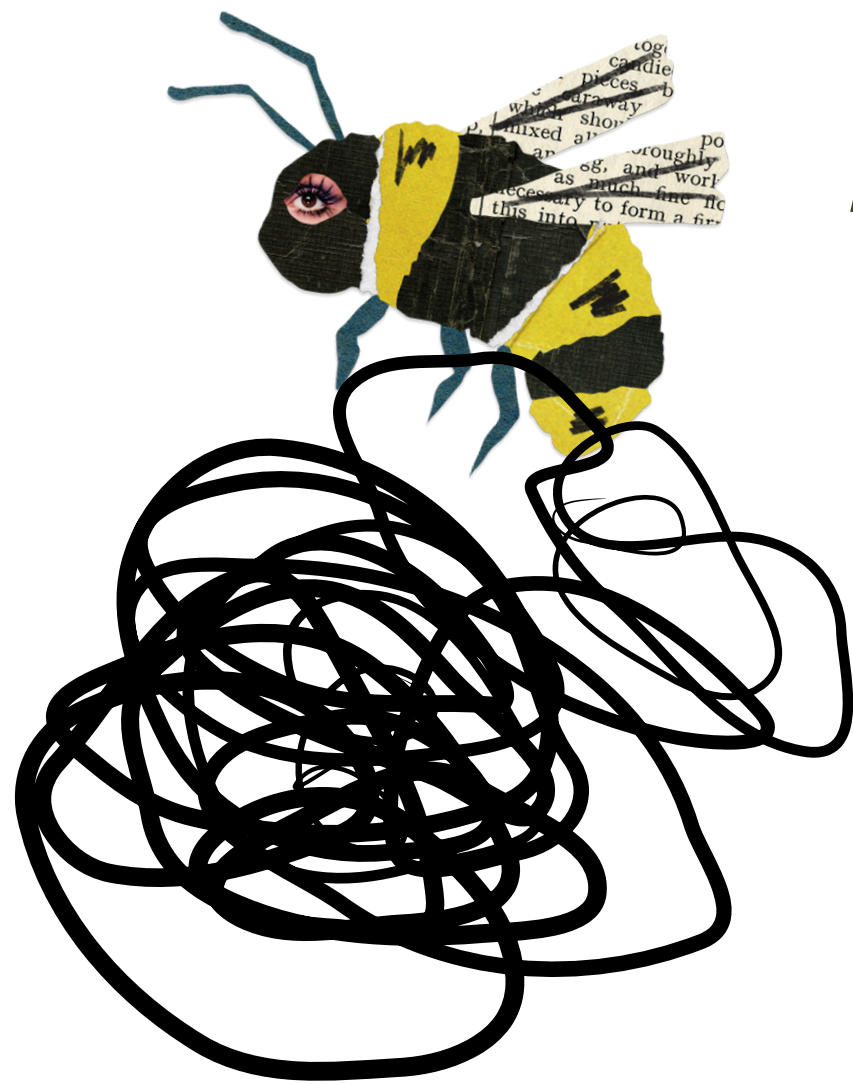


- Печатна комуникация: Революция в разпространението. Позволява бързо създаване на множество еднакви копия (книги, вестници). Това води до „индустриализация“ на информацията, но и на дезинформацията. Появяват се вестниците като масова медия, но и пропагандни материали, жълта преса. Информационното претоварване започва да става проблем.
- Електронна комуникация: Интернет, социални медии, мобилни устройства. Информацията (и дезинформацията) се разпространява глобално, мигновено и с широк обхват. Всеки може да бъде създател и разпространител на съдържание („From somebody to everybody“). Появяват се нови форми като deepfakes (AI-генерирани фалшиви видео/аудио), които са трудни за разпознаване и имат огромен потенциал за манипулация.



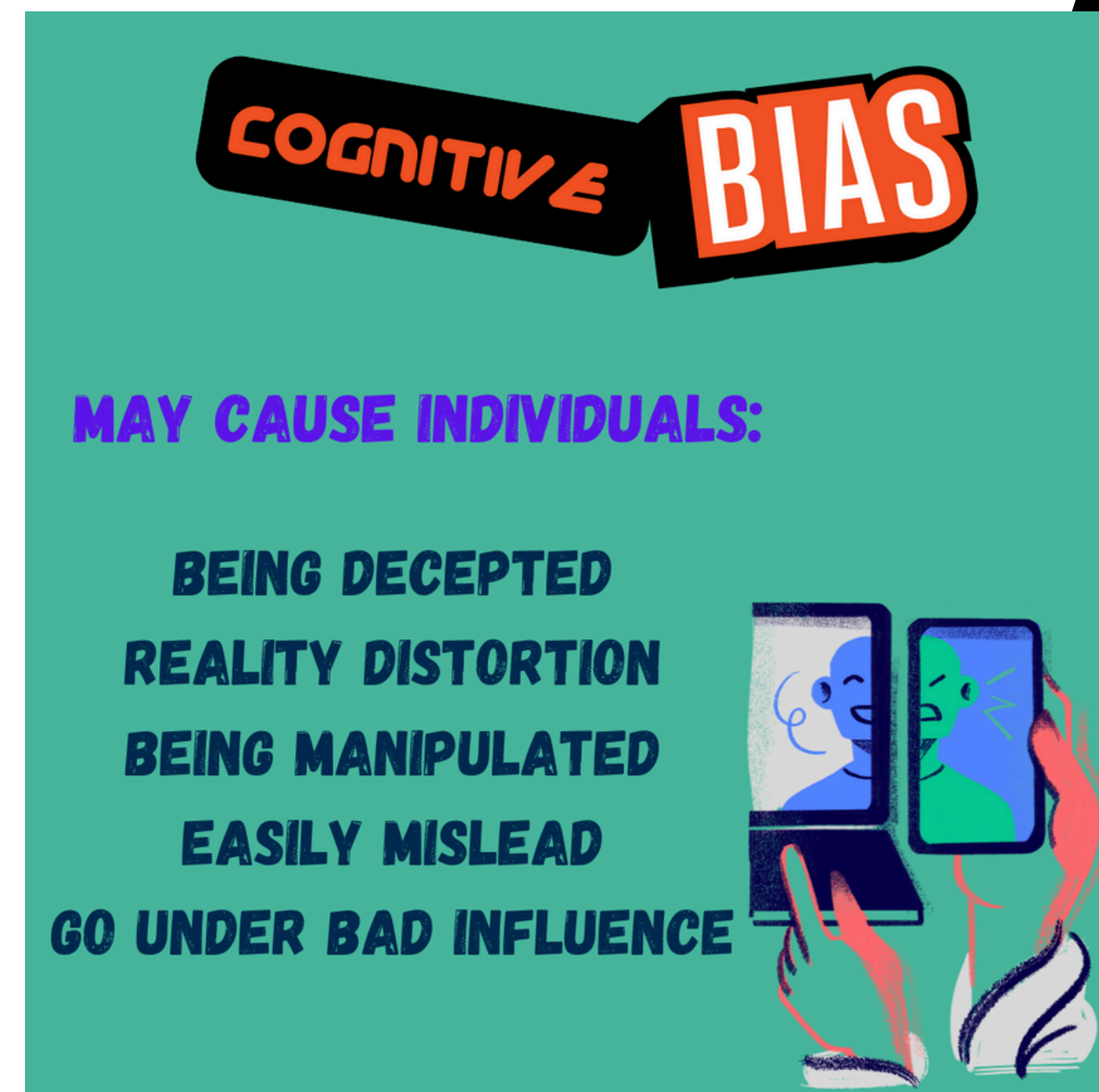
ВАЖНО

Ключов момент за манипулация е преходът между медиите (напр. от устна към писмена, от печатна към дигитална) или при превод и адаптация. Тогава най-лесно могат да се вмъкнат, пропуснат или изкривят факти – умишлено или поради небрежност.



ПСИХОЛОГИЧЕСКИ ФАКТОРИ: ЗАЩО ВЯРВАМЕ НА НЕИСТИНИ?

Когнитивните пристрастия и предразсъдъци, известни още като *bias*, се отразяват на предоставянето и ефективността на библиотечните услуги, като засягат както библиотекарите, така и читателите. Тези когнитивни грешки формират модела, по който хората търсят, интерпретират и оценяват информация, по начини, които могат да доведат до мисинформация, лоши решения и ограничена или избирателна рецепция. Разбирането как тези пристрастия влияят на критичното мислене е от съществено значение за библиотекарите, за да помогнат на читателите си да взаимодействат с информацията.



Department of Library Science
Archives and Information Systems



NATIONAL
LIBRARY
OF LATVIA



ПСИХОЛОГИЧЕСКИ ФАКТОРИ: ЗАЩО ВЯРВАМЕ НА НЕИСТИНИ?

Склонност към потвърждаване (Confirmation Bias): Мозъкът ни предпочита информация, която потвърждава вече съществуващите ни вярвания и предразсъдъци. Активно търсим такава информация и лесно я приемаме, докато сме склонни да игнорираме, омаловажаваме или критикуваме информация, която им противоречи. Това създава „информационен балон“ и ни прави уязвими към фалшиви новини, които съвпадат с нашите възгледи. Пример: Човек с негативно отношение към ваксините ще търси и вярва повече на статии, описващи странични ефекти, отколкото на такива, доказващи тяхната полза.

ПСИХОЛОГИЧЕСКИ ФАКТОРИ: ЗАЩО ВЯРВАМЕ НА НЕИСТИНИ?

Ефект на котвата (Anchoring Bias): Склонни сме да „закомвим“ решението или преценката си към първата информация, която получим по даден въпрос, дори тя да е непълна или ирелевантна. Последващата информация се оценява спрямо тази „котва“. Пример: Виждаме силно завишена първоначална цена на продукт, последвана от „намаление“. Намалената цена ни изглежда изгодна, дори реално да не е, защото я сравняваме с първоначалната „котва“. В контекста на новините, първото заглавие или първият резултат в Google може да формира мнението ни, преди да сме потърсили повече информация.

**ЗАЩО ПРЕСТЪПНИКЪТ
СЕ ЧУВСТВТА В
БЕЗОПАСНОТ В
МРЕЖАТА?**

**ЗАЩОТО ВСИЧКИ
ДОКАЗАТЕЛСТВА ЗА
ПРЕСТЪПЛЕНИЕТО СА
НА ВТОРА СТРАНИЦА ОТ
ГУГЪЛ РЕЗУЛТАТИТЕ!**

ПСИХОЛОГИЧЕСКИ ФАКТОРИ: ЗАЩО ВЯРВАМЕ НА НЕИСТИНИ?

Ефект на Дънинг-Крюгер (Dunning-Kruger Effect): Хората с ограничени познания в дадена област често надценяват своята компетентност, защото им липсва метапознанието да осъзнаят колко много не знаят. Обратно, експертите често подценяват знанията си, защото са наясно със сложността на материята и собствените си граници. Това обяснява защо хора без експертиза понякога говорят с голяма увереност по сложни теми. Пример: Човек, прочел една статия за климатичните промени, може да спори уверено с учен, посветил години на изследвания.

ПСИХОЛОГИЧЕСКИ ФАКТОРИ: ЗАЩО ВЯРВАМЕ НА НЕИСТИНИ?

Ефект на илюзорната истина (Illusory Truth Effect):

Повторението прави лъжата да изглежда по-истинска. Колкото по-често чуваме или виждаме дадено твърдение, толкова по-вероятно е да го приемем за вярно, дори първоначално да сме били скептични. Това се дължи на факта, че познатата информация се обработва по-лесно от мозъка.

Пример: Политически лозунг или рекламно послание, повтаряно многократно, започва да звучи правдоподобно.

**ЛЪЖА ПОВТОРЕНА
ДОСТАТЪЧНО ПЪТИ,
СТАВА ИСТИНА!**

ПСИХОЛОГИЧЕСКИ ФАКТОРИ: ЗАЩО ВЯРВАМЕ НА НЕИСТИНИ?

Информационно претоварване, страх и тревожност: Когато сме залети с информация, когнитивните ни ресурси се изчерпват. Става по-трудно да анализираме критично всяко съобщение. В състояние на страх или тревожност (напр. по време на криза), сме по-склонни да търсим бързи и лесни обяснения и сме по-податливи на емоционално заредени (особено негативни) фалшиви новини, които предлагат такива.

Doomscrolling: Това е натрапчивото, почти пристрастяващо потребление на негативни новини онлайн, особено в периоди на криза. Парадоксално, търсенето на информация за заплахата може да увеличи тревожността и чувството за безпомощност, вместо да ги намали.

ПРОВЕРКА НА ФАКТИ (FAST-CHECKING): ИНСТРУМЕНТИ И МЕТОДИ

Информационният специалист трябва да познава и различава отлично видовете информационни капани в интернет и да обяснява техните функции на потребителите, в случай че не са запознати в дълбочина. Например, голяма част от хората бъркат "фишинг" с "кликбейт" и обратно. Двете зловередни тактики имат сходни цели, но каналите, по които достигат до нас, са различни. Фишингът пристига на имейл с, мнимо легитимно съобщение от сайотве, имитиращи легитимни институции (банки, социални мрежи), с цел кражба на пароли, банкови данни и друга лична информация. Често разчитат на създаване на чувство за спешност или страх. Кликбейтът е сензационно, преувеличено или подвеждащо заглавия, чиято единствена цел е да ви накарат да кликнете върху линка (често водещ към некачествено съдържание, реклами или зловереден софтуер, който отново има за цел да източи личните данни, по доброволен начин или чрез софтуер). От своя страна, дийпфейкът цели да заблуди потребителите и да дискредитира публични личности чрез реалистични, но напълно фалшиви видео или аудио записи, най-често създадени чрез изкуствен интелект.

ПРОВЕРКА НА ФАКТИ (FAST-CHECKING): ИНСТРУМЕНТИ И МЕТОДИ

- **Сайтове за проверка на факти:** Специализирани платформи като Snopes (митове, слухове), FactCheck.org, PolitiFact (политика), AFP Fact Check (глобални новини), както и мрежата IFCN, които разследват и оценяват достоверността на твърдения.
- **За изображения:** Инструменти като Google Reverse Image Search и TinEye позволяват да качите изображение или да поставите URL адрес, за да видите къде другаде онлайн се появява това изображение, кога е публикувано за първи път и в какъв контекст. Това помага да се установи дали е старо, манипулирано или извадено от контекст. Методът DIG предлага стъпки за анализ, интерпретация и оценка на визуално съдържание.
- **За видео:** Инструменти като InVID (браузър разширение) помагат за анализ на видео съдържание (извличане на кадри за обратно търсене, метаданни). Анализът на Exif данните (метаданни в самите файлове) може да разкрие кога и къде е направена снимка/видео. YouTube Data Viewer помага за проверка на видео от YouTube. Deerware Scanner е пример за инструмент, опитващ се да засече deerfake видео чрез анализ на фини несъответствия в биоритмиката на видеото.

РОЛЯТА НА БИБЛИОТЕКАРЯ: ПРОАКТИВНИ СТРАТЕГИИ



- **Насочване към качествени ресурси:** Помагане на потребителите да откриват и използват достоверни бази данни, академични списания, официални сайтове и други проверени източници, вместо да разчитат само на общо търсене.
- **Да познаваме лицата на дезинформацията:** Библиотекарят разпознава структурата, “кукичките” и езика на дезинформацията и лесно може да я идентифицира.
- **Обучение за инструменти и методи:** Демонстриране на работа с инструменти за проверка на факти, обясняване на методи като CRAAP, RADAR, SIFT. Преподаване на ефективни стратегии за търсене на информация.
- **Стимулиране на критичното мислене:** Насърчаване на потребителите да задават въпроси, да търсят различни гледни точки, да не приемат информацията на доверие.



Department of Library Science
Archives and Information Systems



INTERNATIONAL
HELLENIC
UNIVERSITY



NATIONAL
LIBRARY
OF LATVIA



REPÚBLICA
PORTUGUESA
CULTURA
DIREÇÃO-GERAL DO LIVRO,
DOS ARQUIVOS E DAS BIBLIOTECAS

РОЛЯТА НА БИБЛИОТЕКАРЯ: ПРОАКТИВНИ СТРАТЕГИИ



- **Използване на “Сократови” въпроси:** Задаване на отворени, насочващи въпроси, които помагат на човека сам да осмисли информацията и собствените си предположения, без да се чувства атакуван.
- **Интегриране на AI:** Използване на възможностите на AI за подпомагане на проверката на факти и анализ на медийно съдържание, като същевременно се обясняват и рисковете.
- **Сътрудничество:** Партниране с училища, НПО, общностни центрове за разширяване на обхвата на инициативите за медийна грамотност.
- **Създаване на безопасна среда:** Осигуряване на пространство, където потребителите се чувстват комфортно да задават въпроси и да обсъждат информация, без да се страхуват от осъждане.



РОЛЯТА НА БИБЛИОТЕКАРЯ: КАКВО ДА ИЗБЯГВАМЕ?



- **Да не говорим назидателно:** Избягване на поучителен или осъдителен тон относно пристрастията или вярванията на потребителя. Всеки има своите склонности и често не ги осъзнава. Целта е да помогнем, не да съдим.
- **Да не осъждаме източника или авторитета категорично и рязко:** Ако потребителят вярва на източник, който библиотекарят смята за ненадежден, директната критика може да доведе до отбранителна реакция. По-добре е да се предложат алтернативни източници или да се зададат въпроси, докато се стигне до диалог. Опитът за директно „оборване“ на дълбоко вкоренени грешни убеждения рядко е успешен и може да отблъсне потребителя. Необходими са търпение, емпатия и индиректен подход.



Department of Library Science
Archives and Information Systems



INTERNATIONAL
HELLENIC
UNIVERSITY



NATIONAL
LIBRARY
OF LATVIA



REPÚBLICA
PORTUGUESA
CULTURA
DIREÇÃO-GERAL DO LIVRO,
DOS ARQUIVOS E DAS BIBLIOTECAS

ФЕЙК НЮЗ РЕЖИСЬОР: ЗАДАЧА ЗА ОПОЗНАВАНЕ НА ВРАГА



- РАЗДЕЛЕТЕ СЕ НА ГРУПИ ИЗБЕРЕТЕ ИЗКУСТВЕН ИНТЕЛЕКТ, КОЙТО ПОЛЗВАТЕ ИЛИ ИСКАТЕ ДА ТЕСТВАТЕ.
- ЗАДАЙТЕ ПРОМПТ ДА НАПИШЕ КРАТКА СТАТИЯ С ФАЛШИВА НОВИНА, КАТО БЪДЕТЕ ЯСНИ В ПОСТАВЯНЕТО НА УСЛОВИЕТО - ИЗБЕРЕТЕ ТЕМА, ИЗИСКАЙТЕ ОТ СИСТЕМАТА ДА ИЗПОЗЛВА ВСИЧКИ СЕМАНТИЧНИ ПОДХОДИ, ХАРАКТЕРНИ ЗА ФАЛШИВИТЕ НОВИНИ - СЕНЗАЦИОННОСТ, ПРОВОКАТИЕНОСТ, СТРАХ, ШОК, ЛЮБОПИТСТВО И ДР.
- АНАЛИЗИРАЙТЕ ТЕКСТА И ИЗВЕДЕТЕ ВСИЧКИ ЕЛЕМЕНТИ, КОИТО СПОРЕД ВАС СА МАРКЕРИ, ЧЕ ТЕКСТЪТ Е ПОДВЕЖДАЩ И, ЧЕ Е ПИСАН ОТ Т. НАР. ИЗКУСТВЕН ИНТЕЛЕКТ. ДИСКУТИРАЙТЕ.



Department of Library Science
Archives and Information Systems



INTERNATIONAL
HELLENIC
UNIVERSITY



NATIONAL
LIBRARY
OF LATVIA



REPÚBLICA
PORTUGUESA
CULTURA
DIREÇÃO-GERAL DO LIVRO,
DOS ARQUIVOS E DAS BIBLIOTECAS



БЛАГОДАРИМ ВИ ЗА ВНИМАНИЕТО!

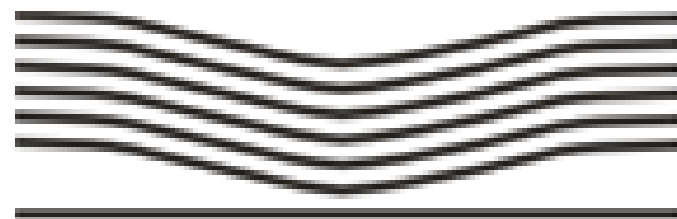
Събитие за разпространение на резултатите по
проект NEDLIB 2023-1-BG01-KA220-ADU-
000167178



Department of Library Science
Archives and Information Systems



INTERNATIONAL
HELLENIC
UNIVERSITY



NATIONAL
LIBRARY
OF LATVIA



DIREÇÃO-GERAL DO LIVRO,
DOS ARQUIVOS E DAS BIBLIOTECAS

