UNESCO

Организация на обединените нации за образование, наука и култура

медии 21



ЖУРНАЛИСТИКА, "ФАЛШИВИ НОВИНИ" И ДЕЗИНФОРМАЦИЯ

Наръчник за академична и професионална подготовка по журналистика

Поредица на ЮНЕСКО за журналистическо образование

Организация на обединените нации за образование, наука и култура

медии 21

Черилин Айртън
и Джули Позети

ЖУРНАЛИСТИКА, „ФАЛШИВИ НОВИНИ“ И ДЕЗИНФОРМАЦИЯ

Наръчник за академична
и професионална подготовка по журналистика

Публикуван през 2020 г. от Организацията на обединените нации за образование, наука и култура ЮНЕСКО, Франция 75352, Париж 07 SP, площад Фонтеной № 7

© UNESCO/Медии 21 2021

UNESCO ISBN: 978-92-3-000137-7



Медии 21 ISBN: 978-619-232-399-8

Публикацията е със свободен достъп (http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/igo/), като ползвателите на това съдържание приемат условията за ползване на Отворения архив със свободен достъп на ЮНЕСКО (www.unesco.org/open-access/terms-use-ccbysa-en). Оригинално заглавие: *Journalism, "Fake News" & Disinformation*.

Публикувано за първи път през 2018 г. от Организацията на обединените нации за образование, наука и култура ЮНЕСКО, Франция 75352, Париж 07 SP, площад Фонтеной №7. Използваните определения и представянето на материала не ангажират по никакъв начин позицията на ЮНЕСКО относно юридическия статус на държави, територии, градове или зони, техните власти, граници и очертания.

Идеите и мненията, изразени в тази публикация, са на авторите и не отразяват непременно гледните точки на ЮНЕСКО, тъй че по никакъв начин Организацията не носи отговорност за тях.

Редактори: Черилин Айртън и Джули Позети

Автори: Джули Позети, Черилин Айртън, Клеър Уордъл, Хосеин Дерахшан, Алис Матюс, Магда Абу-Фадил, Том Трюинард, Фъргюс Бел, Алексиос Манцарлис.

Допълнителни изследвания: Том Ло

Графичен дизайн: г-н Клинтън

Оформление на корицата: г-н Клинтън

Илюстрации: ЮНЕСКО, First Draft и Poynter

Полиграфия: ЮНЕСКО

Превод на български език: Нина Венова

Редактори: проф. д-р Илиана Павлова
доц. д.р Иво Инджов
д-р Бисера Занкова

Фондация „Медии21", България, 2021

медии 21

Издателски комплекс – УНСС.

СЪДЪРЖАНИЕ

ПРЕДГОВОР КЪМ БЪЛГАРСКОТО ИЗДАНИЕ *от Бисера Занкова* 6

ПРЕДИСЛОВИЕ *от Гай Бъргър* 9

ВЪВЕДЕНИЕ *от Черилин Айртън и Джули Позети* 19

КАК ДА ПОЛЗВАМЕ ТОВА РЪКОВОДСТВО КАТО МОДЕЛ ЗА УЧЕБНАТА ПРОГРАМА *от Джули Позети* 34

МОДУЛ 1: Истина, доверие и журналистика: защо е важно това? 41

Черилин Айртън

Кратко съдържание 42
План 45
Цели на модула 52
Резултати от обучението 52
Формат на модула 53
Примерни упражнения 53
Литература 54

МОДУЛ 2: Размишления за „Информационния безпорядък": форми на неточна информация, дезинформация и злонамерена информация 55

Клеър Уордъл и Хосеин Дерахшан

Кратко съдържание 56
План 57
Цели на модула 65
Резултати от обучението 66
Формат на модула 66
Примерни упражнения 68
Материали 68
Литература 69

МОДУЛ 3: Трансформация на новинарската индустрия: цифрова технология, социални платформи и разпространение на неточна информация и дезинформация 71

Джули Позети

Кратко съдържание 72
План 74
Цели на модула 85
Резултати от обучението 85
Формат на модула 85
Примерни упражнения 88
Литература 88

МОДУЛ 4: Борба с неточната информация и дезинформацията с помощта на медийната и информационната грамотност (МИГ) 91

Магда Абу-Фадил

Кратко съдържание 92
План 94
Цели на модула 99
Резултати от обучението 99
Формат на модула 100
Примерни упражнения 102
Материали 104
Литература 104

МОДУЛ 5: Проверка на фактите (fact-checking 101) 105

Алексиос Манцарлис

Кратко съдържание 106
План 106
Цели на модула 113
Резултати от обучението 113
Формат на модула 114
Примерни упражнения 118
Литература 120

МОДУЛ 6: Проверка на социалните медии: оценка на източниците и визуалното съдържание 123

Том Трюинард и Фъргюс Бел

Кратко съдържание 124
План 125
Цели на модула 131
Резултати от обучението 132
Формат на модула 132
Примерни упражнения 134
Материали 134
Литература 134

МОДУЛ 7: Борба с онлайн злоупотребите: когато журналистите и техните източници стават мишена 139

Джули Позети

Кратко съдържание 140
План 141
Цели на модула 149
Резултати от обучението 150
Формат на модула 150
Примерни упражнения 153
Литература 153

Автори 155

Графичен дизайн 155

ПРЕДГОВОР КЪМ БЪЛГАРСКОТО ИЗДАНИЕ

д-р Бисера Занкова
Председател на фондация „Медии 21“

Дезинформацията – обща отговорност

Свободата на изразяване е фундаментално завоевание на човечеството и остава винаги най-високо в социалния дневен ред, но това право не е абсолютно – то носи със себе си задължения и отговорности. Свобода без отговорност може да се изроди в злоупотреба, а сигурност и контрол без свобода или съзидателно гражданско участие е равносилно на правителствен или корпоративен деспотизъм.

Появата на новите информационни и комуникационни технологии откри необятни възможности за хората да общуват, да създават и да разпространяват съдържание чрез множество услуги и платформи, като упражняват правата си в мрежата и извън нея. Въпреки това, различните участници не винаги се възползват от ярката страна на Интернет за смислен обмен, основан на факти и научни доказателства. Агресията и нетърпимостта към „другия“ са нещо обичайно. Отговорността за това, което споделяме, е на всеки участник в информационния процес – създател и разпространител на съдържание или търсещ достоверна информация, независимо дали е държавен орган, медия, отделен журналист или просто гражданин, тъй като вредните последици могат да бъдат многостранни и дългосрочни. На фона на изобилието от информационни канали можем да подчертаем ролята на големите социални платформи и техните задължения. Много наблюдатели посочват изрично практиката на тези платформи, която се отклонява от международно признатите стандарти за свободно и отговорно изразяване, тъй като прилаганите от тях алгоритми могат както да позволяват, така и понякога дори да популяризират и да препоръчват съдържание, което е дезинформация. Понякога големите платформи също така наказват напълно законосъобразни форми на изразяване като критична и разследваща журналистика, документалистика или разобличителна дейност. Този феномен на съвременната комуникация изисква последователни координирани усилия за противодействие на всички заинтересовани страни.

Днес отношението към представянето на медиите и по-специално към журналистиката е изключително критично, тъй като недоверието в четвъртата власт като фактор за социален прогрес нараства. Причините са различни, но не на последно място е и разпространението на дезинформация, в каквата и да било форма. Ето защо не е изненада, че през последните години станахме свидетели както на появата на множество документи, изследвания и книги, посветени на видовете отклонения от нормалния комуникационен процес и на борбата с тях, така и на десетки нови организации за проверка на факти и за развенчаване на фалшиво съдържание.

В този контекст непосредствено и непрестанно обвинявани за дезинформацията и фалшивите новини са социалните медии. Те са новият магнитен център на активен обмен, който създава усещане за общност и разбирателство сред членовете му. Непосредствената комуникация е както предимството, така и недостатъкът на този тип медия. Комбинацията от липса на ясни правила и алгоритми, които могат вирусно да разпространят конкретно съдържание, би могла да ускори бързото разпространение на невярно или некачествено съдържание, за да предизвика „информационен безпорядък" в среда, която очакваме да бъде благоприятна за свободата на словото. Огромният риск за всички нас е, че подобни процеси застрашават постиженията на демокрацията, както и на самото информационно общество.

Дали обаче регулирането на Интернет и на платформите в него е „златното решение", което може да доведе до социален диалог, основан на разума, научни доказателства и непрекъснато подобряване на информационния ред? Свободният Интернет, без бариери и граници, може лесно да стане жертва на противоречиви подходи и политики. Социалните медии и платформи биха били много по-ефективни, ако прилагат правила за саморегулиране срещу необоснованата и произволна регулативна намеса на държавите. Тези заключения също са в хармония с разбирането на един от най-великите либерални мислители на съвременната епоха (-) Фридрих фон Хайек, (-) че „свободата не е невъзможен идеал, а защото сме я опитали по грешен начин" и че трябва да запазим „това, което наистина е ценно в една демокрация".

Дезинформацията и фалшивите новини поставят много проблеми, които изискват не само навременен отговор, но и подготовка, и нов начин на мислене. Убедителното им осветляване би позволило и на журналистиката да служи по-добре на своята обществена мисия. В този смисъл наръчникът на ЮНЕСКО "Журналистика, „фалшиви новини"

и дезинформация" (2018) е не само блестящ учебник за обучение на медийни специалисти, но и необходимо четиво за всеки един от нас, ако искаме да сме издигнати и отговорни граждани в общество, основано на знанието, демокрацията и активния интелектуален обмен.

С превода на тази ценна публикация Фондация „Медии21", специализирана в областта на свободата на информация и новите медии, изпълнява своя ангажимент пред българската публика, пред медиите и факултетите за подготовка на журналисти и ПР специалисти да подпомогне медийното образование в България. Чрез нея фондацията продължава своята линия на действие да се бори срещу невярното съдържание, дезинформацията и речта на ненавист към общности и групи, подета вече в рамките на други европейски проекти и партньорства. Фондацията би желала също да покаже, че много често приносът на малките граждански организации, които работят с висок дух и професионализъм, може да бъде значителен за постигането на значими обществеополезни цели.

Очакваме студентите, преподавателите, медийните ръководители, професионалните журналисти, но най-вече читателят гражданин да намерят интересуващите ги отговори на много заплетени въпроси, свързани с дезинформацията във и чрез настоящия наръчник, за да избягват клопките в модерното общуване. Очакваме също така в напрегнатото и несигурно време, в което живеем и в безпрецедентните информационни сблъсъци, на които сме свидетели, индивидуалната отговорност да се превърне в най-надеждната преграда срещу пропагандата, изкривената и манипулирана информация и информационния безпорядък.

ПРЕДИСЛОВИЕ

Гай Бъргър

Директор на дирекция „Свобода на словото и развитие на медиите“, секретар на IPDC (Международна програма за развитие на комуникациите) на ЮНЕСКО

Това е нова публикация на ЮНЕСКО в помощ на журналистическото образование.

Тя е част от „глобалната инициатива за подобряване на журналистическото образование“, акцент в Международната програма за развитие на комуникацията (IPDC) на ЮНЕСКО. Програмата разглежда в глобална перспектива журналистическото обучение и практика, както и изследователската дейност в тази област, включвайки споделяне на добрия международен опит.

Настоящото ръководство се предлага като модел за учебна програма с международно приложение, като в оригиналния или в адаптирания си вид цели да отговори на глобалния проблем с дезинформацията, пред който е изправено цялото общество и журналистиката по-специално.

В тази публикация „fake news“ не се разглежда като термин с ясно и общоприето значение.[1] Защото под „новина“ е прието да се разбира достоверна информация от обществен интерес, така че всяка информация, която не отговаря на тези критерии, не заслужава да бъде наричана „новина“. В този смисъл „fake news“ е оксиморон, подкопаващ доверието в онази информация, която действително отговаря на критериите за истински новини („real news“) – проверими и в обществен интерес.

За да се разберат по-добре случаите на манипулативни злоупотреби с езика и възможностите на новите жанрове, наръчникът разглежда тези мошенически актове като това, което всъщност са – особена категория фалшива информация в рамките на все по-разнообразните форми на дезинформация, вкл. в такива развлекателни формати като визуалните мемета.

[1] Вж. Tandoc E; Wei Lim, Z & Ling, R. (2018). Defining fake news. In: A typology of scholarly definitions. In: Digital Journalism (Taylor and Francis). Volume 6, 2018 – Issue 2: Trust, Credibility, Fake News.

В тази публикация терминът „дезинформация" се използва за обозначаване на преднамерени (често организирани) опити да се заблудят или да се манипулират хората чрез лъжлива информация. Това често се осъществява с помощта на паралелни или пресичащи се комуникационни стратегии и тактики от рода на хакване или компрометиране. Под „неточна информация" се има предвид въвеждаща в заблуда информация, създадена или разпространена без манипулативна или зла умисъл. И двете са проблем за обществото, но дезинформацията е особено опасна, защото често е организирана, добре обезпечена с ресурси и подсилена от прибягването до автоматизирани технологии.

Доставчиците на дезинформация разчитат на уязвимостта или на потенциала за поддръжка на читателите и на получателите, надявайки се да ги привлекат за нейното раздухване и разпространение. Така те се опитват да ни превърнат в проводници на своите съобщения, използвайки нашата склонност да споделяме информация по различни причини. Особена опасност представлява това, че „фалшивите новини" са по правило безплатни. Това означава, че хората, които не могат да платят за качествена журналистика, или нямат достъп до независими обществени медии, са особено уязвими, податливи както на дезинформация, така и на неточна информация.

Разпространението на дезинформация и на неточна информация става основно през съобщенията в социалните мрежи, което поставя въпроса за степента на регулиране и саморегулиране на дейността на компаниите, предоставящи тези услуги. Разглеждани по-скоро като посреднически платформи, а не като създатели на съдържание, досега тези компании обикновено са обект на по-лека форма на регулиране (с изключение на областта на авторското право). Поради растящия натиск върху тях обаче, както и поради рисковете пред свободата на изразяване, носени от прекомерното регулиране, се предприемат – макар и частично – някои крачки към саморегулиране[2]*. През 2018 г. специалният докладчик на ООН за свободата на изразяване и мнение посвети годишния си доклад на този въпрос, призовавайки интернет компаниите да следват примера на информационните медии, що се отнася до саморегулирането и да се придържат повече към стандартите на ООН относно разпространението, търсенето и получаване-*

[2] Manjoo, F. (2018). What Stays on Facebook and What Goes? The Social Network Cannot Answer. New York Times, 19 July, 2018. Available at: https://www.nytimes.com/2018/07/19/technology/facebook-misinformation.html [accessed on 20/07/2018]; https://www.rt.com/usa/432604-youtube-invests- reputable-news/[accessed on 15/07/2018]; https://youtube.googleblog.com/[accessed on 15/07/2018]; https://sputniknews. com/asia/201807111066253096-whatsapp-seeks-help-fake-news/[accessed on 15/07/2018].

то на информация.[3] В бързо развиващата се среда от мерки, приемани както от държавите, така и от компаниите, ролята на журналистите и на информационните средства е твърде значителна и тъкмо тук идва да помогне настоящата публикация.

Разбиране на разликите

Дезинформацията и неточната информация се различават от качествената журналистика, която отговаря на професионалните стандарти и етика. Същевременно те се различават и от слабата журналистика, която представлява проблем, например поради често допускани некоригирани грешки вследствие на лошо проучване и недостатъчна проверка. Слабата журналистика включва и преувеличението с цел постигане на сензационен ефект и свръхпристрастен подбор на фактите за сметка на обективността.

Това обаче не предполага съществуването на идеална журналистика, която някак си да стои над всички наративи и гледни точки, както и над погазваща стандартите журналистика, оцветена от идеология. Това иска да подскаже тъкмо обратното, че всеки тип журналистика съдържа наратив и не наличността на разказ е проблемът на некачествената журналистика, а по-скоро липсата на професионализъм. Ето защо слаба журналистика все още не означава дезинформация или неточна информация.

Все пак нискокачествената журналистика понякога позволява на дезинформацията и на некоректната информация да се породят или да се вмъкнат в системата на действителните новини („real news"). Ала причините и защитите от слабата журналистика се отличават от случаите на дезинформация и неточна информация. В същото време е очевидно, че силната етична журналистика е необходима като алтернатива и противоотрова срещу замърсяването на информационната среда и ефекта на обезценяване на новините в по-широк смисъл.

Днес журналистите не са просто наблюдатели на лавината от дезинформация и неточна информация. Те се оказват на нейния път.[4] Това означава:

- ▷ журналистиката е изправена пред риска да бъде заглушена в какофония;

---

[3] Report of the Special Rapporteur on the promotion and protection of the right to freedom of opinion and expression. UN Human Rights Council 6 April 2018. A/HRC/38/35. Available at: https://documents-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/G18/096/72/PDF/G1809672.pdf?OpenElement [accessed on 20/07/2018].

[4] Според едно проучване, въпреки заплахата редакциите в една страна не разполагали нито със система, нито с бюджет, нито с обучен персонал за борба с дезинформацията. Вж. Penplusbytes.(2018). Media Perspectives on Fake News in Ghana. Available at: http://penplusbytes.org/publications/4535/[accessed 12/06/2018].

- ▷ журналистите рискуват да бъдат манипулирани от субекти, нарушаващи етиката на обществените отношения с опити да ги подвеждат или подкупват, за да разпространяват дезинформация;[5]
- ▷ като комуникатори, които работят в служба на истината, дори и когато тя е „неудобна", журналистите могат да станат мишена на лъжи, слухове и сплетни, за да бъдат сплашени и дискредитирани в личен и професионален план, особено когато работата им представлява заплаха за поръчителите или разпространителите на дезинформация.[6]

Освен това журналистите трябва да признаят: при все че главната арена на дезинформация са социалните мрежи, днес мощни играчи използват страха от „фалшивите новини", за да навредят на медиите, които разпространяват истински новини. Нови все по-принудителни законови мерки превръщат информационните медии в изкупителни жертви, сякаш фалшификациите излизат от тях, подлагайки ги безразборно на нови норми, които ограничават свободата на всички комуникационни платформи.

Някои нормативни актове често са недостатъчно съгласувани с международните принципи, изискващи всяко ограничаване на свободата на изразяване да бъде оправдано и пропорционално на законната цел. Техният ефект, макар и невинаги тяхно намерение, е да се подчинят медиите, разпространяващи истински новини, на някакво „министерство на истината", което има властта да спира информация по чисто политически причини.

В днешния контекст на неточни новини и дезинформация главната заплаха в крайна сметка не е неоправданото регулиране на журналистиката, а това, че обществеността може да престане да вярва на всичко, включително и на журналистиката. В такъв случай хората могат да приемат за достоверно всяко съдържание, подкрепено от социалните им мрежи и близко до сърцето им, но не и до разума. Вече е забележимо отрицателното въздействие на тази тенденция върху обществените нагласи относно здраве, наука, междукултурно разбирателство и експертно познание.

Това въздействие върху обществото е особено опасно що се отнася до избори и до самата идея за демокрацията като човешко право. Целта на дезинформацията, особено по време на избори, е не непременно

---

[5] Butler, P.(2018). How journalists can avoid being manipulated by trolls seeking to spread disinformation. Available at: http://ijnet.org/en/blog/how journalists-can-avoid-being-manipulated-trolls-seeking-spread-disinformation. Срв. също Модул 3 на това ръководство.

[6] Срв. Модул 7.

да убеди обществеността, че съдържанието е вярно, а да повлияе при определянето на дневния ред (това, което хората смятат за важно) и да размъти информационните води, за да се отслабят рационалните критерии при избора за кого да гласуваме.[7] *По същия начин несигурността, произтичаща от дезинформацията и неточната информация, може във висока степен да повлияе върху обсъждането на миграциите, климатичните промени и други актуални проблеми.*

Тези опасности обясняват защо е толкова важно – за журналистиката и за журналистическото образование – да се противопоставят пряко на растящото разпространение на „фалшиви новини". Същевременно тези заплахи са и основание да се демонстрират ценностите на качествените информационни средства. Предоставя се възможност в професионалната практика да се наблегне още повече върху значението на разпространението на достоверна информация и обосновани коментари в полза на обществото.[8]

Какво трябва да направи журналистиката

Този контекст изисква новинарските медии да се придържат още по-тясно към професионалните стандарти и етика, да избягват публикуването на непроверена информация и да се дистанцират от информация, която може да заинтересува част от обществото, но която не е от обществен интерес.

Ето защо този наръчник се явява и навременно напомняне, че всички новинарски структури и журналисти, независимо от политическите си уклони, трябва да избягват безкритичното и по невнимание разпространение на дезинформация и неточна информация. Поради съкращаването в много медии на длъжности, осигурявали преди това вътрешна проверка на фактите, сега тази функция в известна степен е поета от „петата власт" – блогърите и други външни субекти, които указват допуснатите от журналистите грешки, макар и след като „фалшивата информация" вече е била разпространена.

За медиите това ново явление може да е добре дошло, защото засилва интереса на обществото към достоверната информация. Журналистите би трябвало да довеждат работата на независими екипи за проверка на фактите до знанието на по-широка аудитория. Но също така

---

[7] Lipson, D. (2018). Indonesia's 'buzzers' paid to spread propaganda as political elite wage war ahead of election, ABC News. Available at: http://mobile.abc. net.au/news/2018-08-13/indonesian-buzzers-paid-to-spread-propaganda-ahead-of-election/9928870?pfmredir=sm [accessed 17/8/18].

[8] Вж. също: Nordic Council of Ministers. (2018). Fighting Fakes – the Nordic Way. Copenhagen: Nordic Council of Ministers. Available at: http://www. nordicom.gu.se/en/latest/news/fighting-fakes-nordic-way [accessed 12/06/2018].

трябва да знаят, че когато външни субекти разкриват системен провал в една или друга новинарска продукция, това поставя под съмнение самата медия като професионален източник на информация. Медиите не бива да позволяват външните корекции след публикуването да станат заместител на вътрешния контрол на качеството. Необходимо е журналистите да работят по-добре и да внимават да са точни, в противен случай обществото може да остане без медии, на които да вярва.

Накратко, играта на догонване с помощта на външни кучета пазачи не е тази игра, в която журналистиката може да спечели. Журналистите не могат изцяло да поверят на външни организации за проверка на фактите своето журналистическо задължение да проверяват съмнителните твърдения на източниците на информация (независимо дали тези твърдения са вече отразени в медиите или пък ги заобикалят и се появяват директно в социалните мрежи).

Трябва значително да се подобри способността на практикуващите новинари да надхвърлят журналистиката от типа „една жена/един мъж каза" и да проверяват истинността на твърденията.

Също така журналистиката трябва активно да идентифицира и да разкрива новите случаи и форми на дезинформация. Това е от решаващо значение за медиите и е алтернатива на регулативните подходи към „фалшивите новини". Този непосредствен отговор на сериозния парещ проблем допълва и подсилва други средносрочни стратегии за развиване на медийната и информационната грамотност, позволяващи на аудиторията да различава какво е истинска новина, какво е дезинформация и неточна информация. Дезинформацията е гореща тема и убедителното ѝ осветляване ще позволи на журналистиката да служи по-добре на обществото.

Следователно това ръководство е призив за действие. И насърчава журналистите да се включат в обществения диалог за това как хората решават въпроса за достоверността и защо някои от тях споделят непроверена информация. За журналистическите школи и техните студенти това също е чудесна възможност за активно гражданско взаимодействие с аудиторията. Например т. нар. „краудсорсинг" (crowdsourcing) е от съществено значение, ако медиите желаят да осветляват прикрита дезинформация, която се разпространява в социалните медии или по електронна поща.

Ролята на ЮНЕСКО

Това ново помагало, финансирано от Международната програма за развитие на комуникацията (IPDC) на ЮНЕСКО, осигурява уникално и ця-

лостно представяне на функционирането на дезинформацията, като в допълнение развива и практически умения към теоретичните знания и трактовки.[9] Това е част от дейността на ЮНЕСКО за стимулиране на журналистическия професионализъм и на саморегулирането като алтернатива на рисковете, свързани с намесата на държавата в решаването на проблеми, засягащи свободата на словото.

Настоящото ръководство се явява продължение на две предишни публикации на ЮНЕСКО – Teaching Journalism for Sustainable Development: New Syllabi[10], 2015 („Журналистическо образование за устойчиво развитие: нови програми") и Model Curriculum for Journalism Education : A Compendium of New Syllabi, 2013 („Примерна учебна програма за журналистическо образование: сборник от нови курсове"). Началото бе поставено през 2007 г. с публикуването на девет езика новаторско ръководство „Модел на учебна програма по журналистика".[11]

Сред другите публикации на ЮНЕСКО, които продължават да бъдат актуални и полезни в журналистическото образование и подготовка, е необходимо да припомним:

- ▷ Model course on the safety of journalists (2017)[12], Курс по сигурността на журналистите;
- ▷ Terrorism and the Media : a handbook for journalists (2017)[13], Тероризъм и медии: ръководство за журналисти;
- ▷ Climate Change in Africa:A Guidebook for Journalists (2013)[14], Климатичните промени в Африка: пътеводител за журналисти;
- ▷ Global Casebook of Investigative Journalism (2012)[15], Разследваща журналистика: казуси от цял свят;

---

[9] На 61-то заседание на Бюрото на IPDC през 2017 г. е взето решение да се подкрепи международната инициатива за усъвършенстване на журналистическото образование, отделяйки специални средства за разработване на нови учебни програми по ключови въпроси за журналистиката. На 62-то заседание на IPDC през 2018 г. е представен доклад за постигнатия напредък в тази област и е взето решение да се увеличат средствата за поддържане на тази учебна програма.

[10] http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/teaching-journalism-for-sustainable-development/ [accessed 12/06/2018].

[11] http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/model-curricula-for-journalism-education/ [accessed 12/06/2018].

[12] https://en.unesco.org/news/unesco-releases-model-course-safety-journalists [accessed 12/06/2018].

[13] https://en.unesco.org/news/terrorism-and-media-handbook-journalists [accessed 12/06/2018].

[14] http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/climate-change-in-africa-a-guidebook-for-journalists/ [accessed on 12/06/2018].

[15] http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/the-global-investigative-journalism-casebook/ [accessed 12/06/2018].

- ▷ Story-Based Inquiry: A Manual for Investigative Journalists (2009)[16], Разследване по тема : ръководство за разследващи журналисти;
- ▷ Conflict-sensitive reporting: state of the art; a course for journalists and journalism educators (2009)[17], Отразяване на конфликти: съвременно състояние; курс за журналисти и преподаватели по журналистика.

Всяка от тези публикации е доказала своята стойност в множество страни по цял свят, където преподаватели и студенти по журналистика, както и работещи журналисти са усъвършенствали практиката си по различен начин. На някои места те са почерпили от тях гъвкавост, за да адаптират многогодишни образователни програми към новите познания и принципи. В други случаи някои елементи от ръководствата на ЮНЕСКО са били включени в съществуващите курсове. Може да се очаква, че качеството и методичността на новата публикация ще бъдат от подобна полза за читателите.

Като неправителствена организация ЮНЕСКО не взема страна в геополитиката на информационните спорове. На всички е известно, че дезинформацията предизвиква остър сблъсък на мнения. Това трябва да се има предвид при четенето на този текст и да се мотивират читателите да съдействат за събирането на допълнителни данни по различни показателни случаи.

Избягвайки всякакъв релативизъм като основание за оценка и действие, настоящото ръководството приема следните принципи:

1. Достоверните/проверяеми новини от надеждни/прозрачни източници са от съществено значение за демокрацията, развитието, науката, здравеопазването и човешкия прогрес.
2. Дезинформацията не е маловажно явление и борбата с нея е централна задача за медиите.
3. Ангажиментът за усъвършенстване на професионалните журналистически умения добива особено значение, за да се наложи приобщаващата и точна журналистика срещу фалшифицираните съдържания.

Други жизненоважни аспекти на медийната грамотност, особено актуални за журналистите и за средствата за масова информация, включени в тази публикация:

---

[16] http://unesdoc.unesco.org/images/0019/001930/193078e.pdf [accessed 12/06/2018].

[17] http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/conflict-sensitive-reporting-state-of-the-art-a-course-for-journalists-and-journalism-educators/[accessed on 12/06/2018].

1. Знания и умения за организиране на новинарски служби, които да осигуряват систематична проверка на информацията, да разследват и да предупреждават за дезинформация.
2. Разбиране на значението на партньорството между медиите, журналистическите факултети, неправителствените организации, проверяващите фактите, общностите, интернет компаниите и регулативните органи в борбата с информационното замърсяване.
3. Необходимостта да се предизвика обществена чувствителност по въпроса, защо е важно да се защитава журналистиката да не бъде удавена от дезинформацията, да не става мишена на злонамерени субекти, които организират дезинформационни кампании срещу журналисти.

Като цяло тази публикация трябва да помогне на обществото да получи по-пълна представа как да реагира на проблема с дезинформацията наред с правителствата, международните организации, правозащитниците, интернет компаниите и поборниците за медийна и информационна грамотност. Особено внимание в нея е отделено на това, какво могат да направят самите журналисти и хората, които ги обучават и възпитават.

Надяваме се, при цялата си скромност, че това ръководство може значително да допринесе за разбиране на ценната роля на журналистиката в полза на обществото и за постигане на целите за устойчиво развитие, невъзможно без „публичния достъп до информацията и до основните свободи". ЮНЕСКО благодари на редакторите и на авторите за реализирането на тази публикация. Препоръчваме ви я и очакваме вашите отзиви.

ВЪВЕДЕНИЕ

Черилин Айртън и Джули Позети[1]

Целта на това пособие е да запознае преподавателите и студентите по журналистика с въпросите, свързани с „фалшивите новини», и да представи образец на учебен план. Надяваме се също, че ръководството ще бъде полезно и за практикуващите журналисти.

То обединява приноса на водещи международни преподаватели по журналистика, изследователи и мислители, които помагат да се актуализират журналистическите методи и практики за справяне с проблемите на дезинформацията и неточната информация. Уроците са контекстуални, теоретични и изключително практични в случаите на онлайн верификация. Използвани заедно като цялостен курс или поотделно, те могат да помогнат за актуализиране на съществуващи учебни модули или за създаване на нови. След въведението ще намерите предложения как да използвате този наръчник като примерна учебна програма.

Използването на словосъчетанието „фалшиви новини" („fake news") в заглавието и в текста възбуди дебати. „Фалшиви новини" днес представлява много повече от етикет за лъжлива и подвеждаща информация, маскирана и разпространявана като новини. Терминът се е превърнал в емоционално заредено оръжие, използвано за подкопаване и дискредитиране на журналистиката. Поради тази причина термините „неточна информация", „дезинформация" и „информационен безпорядък" („misinformation", „disinformation", „information disorder"), предлагани от Уордъл и Дерахшан[2], са за предпочитане, но не са задължителни[3] [4] .

---

[1] *Алис Матюс (Alice Matthews) от ABC Australia и Том Ло (Tom Law) от The Ethical Journalism Network имат принос в изследванията, идеите и ресурсите, отразени в това въведение.*

[2] *Модул 2.*

[3] *Аргументи срещу използването на термина „fake news" бяха приведени от много писатели и журналисти; сред тях Basson, A. (2016). If it's fake, it's not news Available at: https://www.news24.com/Columnists/AdriaanBasson/lets-stop-talking-about-fake-news-20170706 [accessed 12/06/2018].*

[4] *Wardle, C. et al. (2018). „Information Disorder: the essential glossary". Shorenstein Center, Harvard University. Available at: https://firstdraftnews.org /wp-content/uploads/2018/07/infoDisorder_glossary.pdf?x25702 [accessed 21/07/2018].*

Съвместна декларация относно свободата на изразяване и „фалшивите новини", дезинформацията и пропагандата

Това ръководство е подготвено в контекста на нарастващата международна загриженост за „дезинформационната война», в която журналистиката и журналистите са основните мишени. В началото на 2017 г., когато този проект беше поръчан от ЮНЕСКО, съвместно изявление по темата беше публикувано от специалния докладчик на ООН по въпросите на свободата на мнение и на изразяване, от представителя на Организацията за сигурност и сътрудничество в Европа (ОССЕ) за свободата на медиите, от специалния докладчик за свободата на изразяване на Организацията на американските държави и от специалния докладчик за свободата на изразяване и достъпа до информация на Африканската комисия за правата на човека и народите. В Декларацията се изразява тревога от разпространението на дезинформация и пропаганда, както и от нападките срещу новинарските медии като източник на „фалшиви новини». Докладчиците и представителите специално отбелязаха въздействието върху журналистите и журналистиката:

> *„(Ние сме) Обезпокоени от случаите, когато публичните власти очернят, сплашват и заплашват медиите, включително като заявяват, че средствата за масова информация са „опозиция" или „лъжат" и имат скрита политическа програма, което увеличава риска от заплахи и насилие срещу журналистите, подкопава общественото доверие и вярата в журналистиката като обществен контрольор и може да заблуди обществото чрез размиване на границите между дезинформация и медийни съдържания, съдържащи независимо проверяеми факти."*[5]

Дезинформацията е стара история, подхранена от новите технологии

Използването и манипулирането на информацията присъстват в историята много преди модерната журналистика да установи стандартите, определящи новините като жанр, съблюдаващ определени принципи и правила. Хрониките съобщават за ранен случай на дезинформация

[5] UN/OSCE/OAS/ACHPR (2017). Joint Declaration on Freedom of Expression and „Fake News", Disinformation, Propaganda: https://www.osce.org/fom/302796?download=true [accessed 29/03/2017]. See also: Kaye, D. (2017). Statement to the UN General Assembly on October24th, 2017: https://www.ohchr.org/en/NewsEvents/Pages/DisplayNews.aspx?NewsID=22300&LangID=E [accessed: 20/8/18].

през древноримския период[6], когато Антоний срещнал Клеопатра: неговият политически враг Октавиан започнал клеветническа кампания срещу него с „кратки язвителни лозунги, отпечатани върху монети, предтечи на Туитър“.[7] Организаторът на тази кампания за очерняне станал първият римски император: благодарение на „фалшивите новини“ Октавиан успял да унищожи веднъж завинаги републиканския режим“.[8]

Ала през XXI в. превръщането на информацията в оръжие достигна безпрецедентни мащаби. Новите мощни технологии улесняват манипулирането и фабрикуването на съдържание, докато социалните мрежи раздухват драматично лъжите, разпространявани от държави, политици популисти и нечестни корпорации, понеже те биват споделяни от безкритична аудитория.

Платформите станаха благодатна почва за пропаганда[9], действията на троловете („trolling“)[10] и „армията от тролове“[11], „марионетните мрежи“[12] и „spoofers“[13] (узурпатори на електронна идентичност). А по време на изборните кампании се задействат „ферми за тролове“[14].

Макар времената и технологиите да са различни, историята може да ни даде представа за причините и последствията на съвременното явление „информационен безпорядък“, което се разглежда в това ръководство. За да се постигне нюансиран анализ на тази криза, на журналистите и на преподавателите по журналистика (както и на техните студенти) се препоръчва да разглеждат дезинформацията,

---

[6] Вж. хронологичната подборка на исторически примери за „информационен безпорядък“ – от времето на Клеопатра до наши дни – в ръководството, публикувано от Международния център за журналисти. Posetti, J. & Matthews, A. (2018): https://www.icfj.org/news/short-guide-history-fake-news-and-disinformation-new-icfj-learning-module [accessed 23/07/2018].

[7] Kaminska, I. (2017). A lesson in fake news from the info-wars of ancient Rome. Financial Times. Available at: https://www.ft.com/content/aaf2bb08-dca2-11e6-86ac-f253db7791c6 [accessed 28/03/2018].

[8] Пак там.

[9] Вж. Oxford Internet Institute's Computational Propaganda Project: Available at: http://comprop.oii.ox.ac.uk/[accessed 20/07/2018].

[10] Вж. Модул 7 за примери за тези заплахи.

[11] Rappler.com (2018) Fake News in the Philippines: Dissecting the Propaganda Machine Available at: https://www.rappler.com/newsbreak/richmedia/199895-fake-news-documentary-philippines-propaganda-machine [accessed 20/07/2018].

[12] Gent, E. (2017). Sock puppet accounts unmasked by the way they write and post. Available at: https://www.newscientist.com/article/2127107-sock-puppet-accounts-unmasked-by-the-way-they-write-and-post/ [accessed 19/07/2018].

[13] Le Roux, J. (2017). Hidden hand drives social media smears. Available at: https://mg.co.za/article/2017-01-27-00-hidden-hand-drives-social-media-smears [accessed 19/07/2018].

[14] Silverman, C., et al. (2018). American Conservatives Played a Role in the Macedonian Fake News Boom of 2016 Buzzfeed. Available at: https://www.buzzfeednews.com/article/craigsilverman/american-conservatives-fake-news-macedonia-paris-wade-libert [accessed 20/07/2018]

пропагандата, мистификациите и сатирата като исторически черти на комуникационната екосистема.[15]

Затова при разработването на журналистически стратегии за борба с дезинформацията трябва да се има предвид, че манипулирането на информацията има хилядолетна история, а професионалната журналистика датира от относително неотдавна[16]*. Доколкото журналистиката се е развивала, изпълнявайки нормативна роля в съвременното общество, средствата за масова информация са можели да работят настрана от света на измислиците и скритите атаки, защитени от една журналистика, която се стреми към професионални стандарти за правдивост, методи за проверка и етика на обществения интерес. Журналистиката е преминала през различни етапи на своето самоопределяне и самоутвърждаване.*

Днес въпреки че има различни видове журналистика, все още е възможно да видим многообразните разкази в реалните новини като принадлежащи към едно общо семейство с отличима комуникационна практика, основана на етиката и търсеща независимост от политическите и търговските интереси. Но преди установяването на такива стандарти има малко правила относно пълнотата на информацията, пускана в масово обращение.

Разпространението на печатната преса на Гутенберг от средата на XV в. се явява условие за развитието на професионалната журналистика, но същевременно техниката улеснява и дава тласък на пропагандата и мистификациите, понякога дело на самите медии.[17] *Радиоразпръскването предлага нови възможности за пропаганда, мистификации и измами, както показва през 1938 г. станалото печално известно излъчване на радиотеатъра „Война на световете“.*[18] *Развитието на радиоразпръскването в международен мащаб също води до инструментализиране на информацията, прекрачваща границите на професионалната и независима информация, макар чистите „измишльотини“ и пълната измама да са по-скоро изключение от правилото.*

---

[15] Posetti, J. & Matthews, A. (2018). A short guide to the history of 'fake news': A learning module for journalists and journalism educators ICFJ. Available at: https://www.icfj.org/news/short-guide-history-fake-news-and-disinformation-new-icfj-learning-module [accessed 23/07/2018].

[16] Вж. Модул 3.

[17] Вж. например относно първата едромащабна новинарска инсценировка – 'The Great Moon Hoax' of 1835. Details here: Thornton, B. (2000). The Moon Hoax: Debates About Ethics in 1835 New York Newspapers, Journal of Mass Media Ethics 15(2), pp. 89-100. Available at: http://www.tandfonline. com/doi/abs/10.1207/S15327728JMME1502_3 [accessed 28/03/2018].

[18] Schwartz, A.B. (2015). The Infamous „War of The Worlds" Radio Broadcast Was a Magnificent Fluke, The Smithsonian. Available at: http://www.smithsonianmag.com/history/infamous-war-worlds-radio-broadcast-was-magnificent-fluke-180955180/#h2FAexeJmuCHJfSt.99 [accessed 28/03/2018].

Показателна е и дългата история на всички онези, включително и журналисти[19], които са се хващали на първоаприлски лъжи. И до днес нерядко сатиричната информация – играла важна роля в служба на отговорната журналистика[20] – остава неразбрана в социалните мрежи и бива споделяна като истинска новина.[21][22]

В някои случаи сайтове се представят за сатирични – с историческо потекло, – а всъщност са част от по-широка мрежа, създадена да обира печалбите от реклами чрез въвличането на доверчиви потребители, които просто натискат бутона и споделят информацията. Въпросът опира не само до съдържанията, афиширани от „узурпаторите", а и до доверието в новините[23], което е още една причина журналистите да внимават за точността на това, което съобщават. Това също така е сериозен аргумент в полза на необходимостта обществото да се погрижи за медийната и информационната грамотност[24] на хората, за да имат ясна и критическа преценка за новите жанрове и условности в информационните средства, рекламата, развлекателната сфера и социалните мрежи.

Историята ни учи, че силите, скрити зад дезинформацията, не толкова разчитат да убедят журналистите или по-широка аудитория в истинността на лъжливи твърдения, колкото се стремят да поставят под съмнение достоверността на новините, подавани от професионалните медии. Объркването води до това, че много потребители на новини все повече и повече се чувстват в правото си да избират или създават свои собствени „факти", понякога с помощта на политици, които се стремят да защитят себе си от законни критики.

Да се пренесем сега в 2018 г. – време на нови мощни технологични инструменти. Наред със социалните мрежи и платформите за обмен на съобщения, където действат крайно ограничени критерии за контрол на качеството на информацията, те позволяват лесно да се подправят и имитират законните новинарски марки, така че фалшивото да изглежда като истинска новина. Все по-често и по-лесно се манипулират звука и

---

[19] Laskowski, A. (2009). How a BU Prof April-Fooled the Country: When the joke was on the Associated Press, BU Today. Available at: https://www.bu.edu/today/2009/how-a-bu-prof-april-fooled-the-country/ [accessed 01/04/2018].

[20] Baym, G. (2006). The Daily Show: Discursive Integration and the Reinvention of Political Journalism in Political Communication Taylor and Francis Volume 22, 2005 – Issue 3 pp 259-276. Available at: https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10584600591006492 [accessed 20/07/2018].

[21] Woolf, N. (2016). As fake news takes over Facebook feeds, many are taking satire as fact, The Guardian. Available at: https://www.theguardian.com/media/2016/nov/17/facebook-fake-news-satire [accessed 01/04/2018].

[22] Abad-Santos, A. (2012). The Onion Convinces Actual Chinese Communists that Kim Jong-Un is Actually the Sexiest Man Alive, The Atlantic. https://www.theatlantic.com/entertainment/archive/2012/11/onion-convinces-actual-chinese-communists-kim-jong-un-actually-sexiest-man-alive/321126/ [accessed 28/03/2018].

[23] Вж. Модул 3.

[24] Вж. Модул 4.

образа, извън рамката на позволените монтажни техники, за да се създаде впечатлението, че някой е направил нещо на определено място, и представяйки го за истински запис[25]*, да се разпространи вирусно в социалната комуникационна среда.*

Днес социалните мрежи се захранват с различни видове съдържания, от лични до политически. Много са случаите, когато материалите са произведени открито или тайно от правителства и/или компании за връзки с обществеността, които работят за политически или търговски субекти. В резултат на което безчет блогъри, инстаграм-инфлуенсъри и звезди на Ютюб хвалят продукти или политици, без да разкриват, че им се плаща за това. Скрито заплащане получават също така коментатори (често под фалшива идентичност), които се опитват да се налагат, да сплашват или да дискредитират в онлайн форумите. При всичко това журналистиката губи почва и сама става обект не само на справедлива критика, но и на подронващи атаки.

Сега опасността е в разгръщането на „надпреварата във въоръжаването" на националната и международната дезинформация, разпространявана чрез партизански „новинарски" организации и канали на социалните медии, замърсяващи информационната среда във всички посоки и които могат да се обърнат срещу самите инициатори.[26] *В случаите, когато дезинформационната кампания бива разбулена, вреда понасят всички въвлечени страни – както агенциите изпълнителки, така и клиентите от политическия свят (вж. например аферите Бел-Потинджър*[27] [28] [29] [30] *и Кеймбридж аналитика (Cambridge Analytica*[31] [32]*).*

---

[25] Solon, O. (2017). The future of fake news: Don't believe everything you see, hear or read in The Guardian: Available at: https://www.theguardian.com/technology/2017/jul/26/fake-news-obama-video-trump-face-2face-doctored-content [accessed 20/07/2018].

[26] Winseck, D. (2008). Information Operations 'Blowback': Communication, Propaganda and Surveillance in the Global War on Terrorism.International Communication Gazette 70 (6), 419-441

[27] The African Network of Centers for Investigative Journalism, (2017).The Guptas, Bell Pottinger and the fake news propaganda machine,TimeLive. Available at: https://www.timeslive.co.za/news/south-africa/2017-09-04-the-guptas-bell-pottinger-and-the-fake-news-propaganda-machine/[accessed 29/03/2018].

[28] Cameron, J. (2017) Dummy's guide: Bell Pottinger – Gupta London agency, creator of WMC, BizNews. Available at: https://www.biznews.com/global-citizen/2017/08/07/dummys-guide-bell-pottinger-gupta-wmc [accessed 29/03/2018] and Segal, D. (2018) How Bell Pottinger, P.R. Firm for Despots and Rogues, Met Its End in South Africa. New York Times, 4 Feb 2018. Available at: https://www.nytimes.com/2018/02/04/business/bell-pottinger-guptas-zuma-south-africa.html [accessed 29/03/2018].

[29] Haffajee, F. (2017). Ferial Haffajee: The Gupta fake news factory and me. HuffPost South Africa. [online] Available at: https://www.huffingtonpost.co.za/2017/06/05/ferial-haffajee-the-gupta-fake-news-factory-and-me_a_22126282/[accessed 06/04/2018].

[30] Вж. Могул 7.

[31] Lee, G. (2018). Q&A on Cambridge Analytica: The allegations so far, explained, FactCheck, Channel 4 News. Available at: https://www.channel4.com/news/factcheck/cambridge-analytica-the-allegations-so-far [accessed 29/03/2018].

[32] Cassidy, J. (2018). Cambridge Analytica Whistleblower claims that cheating swung the Brexit vote, The New Yorker. Available at: https://www.newyorker.com/news/our-columnists/a-cambridge-analytica-whistleblower-claims-that-cheating-swung-the-brexit-vote [accessed 29/03/18].

Като следствие от всичко това има опасност захранваната от цифрови инструменти дезинформация в условията на поляризация да затъмни ролята не просто на журналистиката, а още по-лошо, на журналистиката, основана върху истински факти и разпространявана в интерес на обществото – неотдавнашно историческо постижение, което може да бъде дискредитирано, ако не бъдат взети мерки, за да се избегнат манипулациите. Когато журналистиката се превърне във вектор на дезинформация, това снижава общественото доверие и дава път на циничното гледище, че няма разлика между наративите в журналистиката и в дезинформацията. Затова е поучителна историята на спорното използване на съдържанието и различните му форми. Оценката на многостранната еволюция на „информационния безпорядък" през XXI в. трябва да помогне да се разберат по-добре причините и следствията на една безпрецедентна глобална заплаха, вариращa от поръчвани от държавите „армии от тролове" до манипулиране на избори, нанасяне вреди на общественото здраве и непризнаване на рисковете от климатичните промени.

Ръководство за противодействие на дезинформационната криза

Като учебна програма, това ръководство се състои от две отделни части: първите три модула формулират проблема, вписвайки го в контекст, докато следващите четири модула предлагат възможни отговори на „информационния безпорядък" и неговите последствия.

Модул 1: Истина, доверие и журналистика: защо е важно това?[33] *подканя към размисъл за по-широкото значение и последствията от дезинформацията и неточната информация и за начина, по който подхранват кризата на доверието в журналистиката.*

Модул 2: Размишления за „информационния безпорядък": форми на неточна информация, дезинформация и злонамерена информация[34] *изследва проблема и установява рамки за разбиране на неговите мащаби.*

През XXI в. в повечето страни по света крехкото доверие в средствата за масова информация беше спаднало още преди платформите на социалните медии да излязат на медийната арена, предлагайки на всекиго способи и инструменти за обмен на информация.[35] *Причините за това явление са разнообразни и сложни. Непрекъснатото търсене на*

[33] Вж. Модул 1.
[34] Вж. Модул 2.
[35] Edelman. (2017). 2017 Edelman Trust Barometer- Global Results. Available at https://www.edelman.com/global-results/[accessed 03/04/2018].

новинарско съдържание от потребителите в интернет, съвпаднало по време със съкращаване на новинарските служби, промени журналистиката, както е показано в Модул 3: *Трансформация на новинарската индустрия: цифрова технология, социални платформи и разпространение на неточна информация и дезинформация.*[36] Именно мащабите и натрапчивостта на измамническите новини, широко споделяни в интернет, създадоха нова криза в журналистиката, която има последствия за журналистите, средствата за масова информация и цялото общество.[37]

И така, как трябва да реагират всички онези, които поддържат журналистиката, включително преподавателите, журналистите и отговарящите за медийната политика? Това е темата на Модул 4: *Борба с неточната информация и дезинформацията с помощта на медийната и информационната грамотност.*[38]

В крайна сметка тъкмо строгата проверка на фактите разграничава професионалната журналистика от непрофесионалната[39] и това е темата на Модул 5: *Проверка на фактите (Fact-checking)*[40]

Модул 6: *Проверка на социалните медии: оценка на източниците и визуалното съдържание*[41] дава практически указания относно новите проблеми при проверката на фактите, произтичащи от цифровата технология и социалните медии.

Като дават възможност на всички да участват в процеса на информацията, социалните мрежи доведоха до загубата на някои централизирани предпазни бариери.[42] Журналистиката понесе последствията от това, но както е с всяко въведено от технологията смущение, необходимо е време, за да бъдат те оценени и премислени, като се подготвят ответни мерки. Неизбежно трябва да се мине през преходен период, преди да се появят изследвания и примери на по-добра практика.

Дезинформацията е световен проблем, който излиза извън пределите на политическата сфера и засяга всички аспекти на информацията, включително климатичните проблеми, развлеченията и т. н. Досега обаче повечето документирани тематични изследвания, първоначални отговори и ранно финансиране излизаха от САЩ, където са разпо-

---

[36] Вж. Модул 3.

[37] Viner, K. (2017). A mission for journalism in a time of crisis. [online] The Guardian. Available at https://www.theguardian.com/news/2017/nov/16/a-mission-for-journalism-in-a-time-of-crisis [accessed 03/04/2018].

[38] Вж. Модул 4.

[39] Kovach, B. & Rosenstiel, T. (2014). The elements of journalism: What news people should know and the public should expect. New York: Crown Publishers.

[40] Вж. Модул 5.

[41] Вж. Модул 6.

[42] Colón, A. (2017). You are the new gatekeeper of the news. [online] The Conversation. Available at https://theconversation.com/you-are-thenew-gatekeeper-of-the-news-71862 [accessed 03/04/2018].

ложени централите на световните технологични гиганти и където обвиненията от страна на президента Доналд Тръмп, че медиите и журналистите подкрепяли „фалшивите новини", насърчиха противодействия и финансиране.

Глобалната картина се променя всеки ден, по-специално с отговора на редица държави, които разглеждат регулирането и законовите мерки като решение на проблема. Технологичните гиганти също полагат големи усилия за отстраняване на дезинформацията и некоректната информация от своите платформи.

Докато се изработваше това ръководство, Европейската комисия подготви доклад[43], основан на проучване[44] на опасенията, че дезинформацията и неточната информация са вредни за всяко общество.[45] Политиците и органите на държавната власт в различни страни – от Австралия до Филипините, Канада, Франция, Великобритания, Бразилия, Индия и Индонезия – започнаха да обмислят как да противодействат.[46] Колкото до законодателството, Германия първа прие закон за налагане на тежки глоби, ако в 24-часов срок след предупреждение цифровите платформи не отстранят „незаконно съдържание", включително „фалшиви новини" и реч на омразата.[47] Малайският парламент също прие закон срещу фалшивите новини през април 2018 г., но той бе отменен през август същата година.[48] Институтът „Пойнтър" съставя обновен списък на ответните мерки, приемани от държавите.[49]

Защитниците на свободата на изразяване се опасяват, че законодателството ще навреди на самото демократизиране в областта на информацията и мнението, ограничавайки възможностите, предоста-

---

[43] European Commission (2018). Final report of the High-Level Expert Group on Fake News and Online Disinformation. Available at: http://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc_id=50271 [accessed 03/04/2018].

[44] European Commission (2017). Next steps against fake news: Commission sets up High-Level Expert Group and launches public consultation.[online] Available: at http://europa.eu/rapid/press-release_IP-17-4481_en.htm [accessed 03/04/2018].

[45] Ansip, A. (2017). Hate speech, populism and fake news on social media – towards an EU response. Available at https://ec.europa.eu/commission/commissioners/2014-2019/ansip/announcements/statement-vice-president-ansip-european-parliament-strasbourg-plenary-debate-hate-speech-populism_en [accessed 03/04/2018].

[46] Malloy, D. (2017). How the world's governments are fighting fake news. [online] ozy.com. Available at http://www.ozy.com/politics-and-power/how-the-worlds-governments-are-fighting-fake-news/80671 [accessed 03/04/2018].

[47] Federal Ministry of Justice and Consumer Protection. (2017). Act to Improve Enforcement of the Law in Social Networks (Network Enforcement Act, netzdg). [online]. Available at: http://www.bmjv.de/DE/Themen/fokusthemen/netzdg/_documents/netzdg_englisch.html [accessed 03/04/2018].

[48] Malaysia scraps 'fake news' law used to stifle free speech. The Guardian. Available at: https://www.theguardian.com/world/2018/aug/17/malaysia-scrapsfake-news-law-used-to-stifle-free-speech [accessed 18/08/2018].

[49] Funke, D. (2018). A guide to anti-misinformation actions around the world (Poynter). Available at: https://www.poynter.org/news/guide-anti-misinformation-actions-around-world [accessed 13/07/2018].

вени от новите технологии. В някои страни законодателството би могло да се използва, за да се заглушат медиите, критикуващи правителствените действия.[50]

За много журналисти, които твърдо вярват в свободата на изразяване и са убедени защитници на обществената демокрация[51], борбата с „информационния безпорядък" е сложен въпрос. Понякога има и личен елемент: онлайн атаките срещу журналисти, предимно жени, са доста разпространени и в много случаи представляват физическа и психологическа опасност – за това става въпрос в Модул 7: *Борба със злоупотребите в интернет: когато журналистите и техните източници стават мишена.*[52]

Дезинформацията и неточната информация не се ограничават до застрашаване на репутацията и безопасността на журналистите. Те поставят под съмнение целта и ефективността на журналистическата работа, подривайки доверието в тях в ущърб на гражданския дискурс. Подобряването на стандартите на журналистиката и повишаването на нейната социална значимост отговарят на интересите на всички бъдещи журналисти и на цялото общество. Това ръководство би трябвало да насърчи изследователите, студентите и професионалните журналисти да обсъждат как журналистиката по най-добрия начин да служи на отворените общества и на демокрациите в новия контекст:

> *„За да са функциониращи, печатът и демокрацията се нуждаят от критика, прозрачност и поучаване от последствията от журналистическите грешки. Също така е необходимо всички ние, колективно, да различаваме тези грешки от лъжата и измамата. Иначе... истинската информация ще бъде описвана като фалшива, а изфабрикуваните новини (безсмислици) ще бъдат представяни като факти." Крейг Силвърман.[53]*

Забележка относно етиката и саморегулирането

Професионалните стандарти на етичната и отговорна журналистика са важна защитна мярка срещу дезинформацията и неточната

[50] Nossel, S. (2017). FAKING NEWS: Fraudulent News and the Fight for Truth. [ebook] PEN America Available at: https://pen.org/wp-content/uploads/2017/10/PEN-America_Faking-News-Report_10-17.pdf [accessed 03/04/2018].

[51] McNair, B. (2009). Journalism and Democracy. In: K. Wahl-Jorgensen and T. Hanitzsch. (ed.). Handbook of Journalism Studies, 6th ed.[online] New York: Routledge .

[52] Вж. Модул 7.

[53] Silverman, C. (2018). I Helped Popularize The Term „Fake News" And Now I Cringe Every Time I Hear It. BuzzFeed. Available at https://www.buzzfeed.com/craigsilverman/i-helped-popularize-the-term-fake-news-and-now-i-cringe [accessed 03/04/2018].

информация. Ръководните норми и ценности на професионалната журналистика се развиват през годините, за да дефинират по-точно нейната мисия и принцип на работа за разпространението на достоверна информация и аргументирани коментари в обществен интерес. Именно тези фактори лежат в основата на доверието към журналистиката и като такива са представени в този наръчник.

В този контекст си струва да се цитира казаното от професор Чарли Бекет от Лондонското училище по икономика относно възможната ценност на кризата с „фалшивите новини" за журналистиката:

> *„...фалшивите новини са най-доброто, случило се за последните десетилетия, защото предлагат на традиционната журналистика възможност да докаже своята ценност, основана върху експертиза, етика, ангажимент и опит. Това е сигнал за пробуждане, за да бъде по-прозрачна, уместна и да прибавя стойност към живота на хората. Това е възможност за разработване на нов бизнес модел за проверка на фактите и рушене на митовете, а най-общо – за обединяване на усилията за по-добър отпор срещу измамата."*[54]

Макар че се стремят „да разказват истината", журналистите не могат винаги да гарантират „истината". Все пак намерението правилно да излага фактите и да създава съдържание, точно отразяващо фактите, се явява основополагащ принцип на журналистиката. Ала как изглежда етичната журналистика в цифровата епоха?

Етичната журналистика, която цени прозрачността и отговорността, е съществен елемент от арсенала в битката за защита на фактите и истината в епохата на „информационния безпорядък". Журналистите са длъжни да имат независим глас. Това означава, че те не трябва да действат нито официално, нито неофициално от името на някакви специални интереси и са длъжни да съобщават публично за всичко, което представлява конфликт на интереси. Както обяснява професор Емили Бел от Центъра за дигитална журналистика в Колумбийския университет, основните професионални журналистически ценностите се заключават във:

> *„Да проверявате точността на всяка информация, да поемате отговорност за евентуална неточност, да спазвате прозрач-*

[54] Beckett, C. (2017). 'Fake news': The best thing that's happened to Journalism at Polis. Available at: http://blogs.lse.ac.uk/polis/2017/03/11/fake-news-the-best-thing-that-happened-to-journalism/[accessed 04/03/2018].

ност по отношение на източниците на историите и информациите, да се противопоставяте на закани, заплахи и цензуриране от страна на правителства, групи за натиск, търговски интереси, полиция. Да защитавате източниците си на информация от арест и разкрития. Да знаете кога имате достатъчно сериозна причина в обществен интерес да нарушите закон и да бъдете готови да отидете в затвора, за да защитите своите информации и източници. Да знаете в кои случаи публикуването на някои информации противоречи на етиката. Да спазвате баланс между правото на неприкосновеност на личния живот и по-широкото право на обществения интерес."[55]

Пред лицето на недобросъвестни политици, пред „информационния безпорядък", проявленията на омраза в социалните мрежи, както и на разпространението на „маркетинга чрез съдържание", на рекламата и обслужващите единствено лични интереси връзки с обществеността (ПР), медиите и журналистите трябва да ценят етичната журналистика като централна опора на устойчив модел журналистическа практика – даже в разгара на криза, финансова и на доверието. Демокрациите също имат важна роля в защита на журналистиката, журналистите и техните източници, когато е оправдано от обществен интерес.

Спазването на етични кодекси[56], предназначени за подкрепа на събирането и проверката на информация в обществен интерес, отличава журналистиката и по-специално новинарския репортаж от другите видове комуникация. Това е от особено значение в цифровата ера, когато наред с демократизирането на комуникациите съществува постоянен поток от дезинформации, неточни информации, фалшификации и лъжи. В този контекст етичната журналистика е още по-важна като рамка за създаване на журналистически модели, залагащи върху доверието и отговорността, за да се установи сериозен диалог с аудиторията.

Доверието към една точна, достоверна и независима информация е определящо за трайно спечелване на аудиторията и за създаване на публична сфера, в която дебатите могат да се водят въз основа на споделени факти. Информираната аудитория, способна да оцени и да сподели достоверни съдържания, е силна противоотрова срещу разпространението на дезинформация и некоректна информация.

---

[55] Bell, E. (2015). Hugh Cudlipp Lecture (Full text), The Guardian. Available at https://www.theguardian.com/media/2015/jan/28/emily-bells-2015-hugh-cudlipp-lecture-full-text[accessed 01/04/2018].

[56] Вж. например the Australian Media, Entertainment and Arts Alliance's 'Journalist Code of Ethics'. Available at: https://www.meaa.org/meaa-media/code-of-ethics/[accessed: 04/03/2018].

За да се внедрят и усвоят тези ценности в една променяща се информационна среда, редакциите и медийните организации приемат и адаптират кодекси за поведение и създават механизми, за да привличат обществеността към решение на проблемите. Такива са структурите за саморегулиране – съветите по печата, редакторските програми за читатели, редакционната политика и вътрешните омбудсмани.

Тези структури позволяват грешките да бъдат идентифицирани в контекст на професионална експертна оценка, да се довеждат до знанието на обществото, като се изисква тяхното поправяне. Те са в подкрепа на професионалните норми, що се отнася до публикуването на информация в обществен интерес. Макар и пренебрегвани като „книжни тигри" от онези, които биха предпочели външно регулиране на масмедиите, тези структури играят важна роля в борбата срещу дезинформацията, защото допринасят за укрепване на професионалната отговорност и прозрачност, а оттам – на доверието на обществеността към журналистиката. Те също така способстват да се съхранят отличителните белези на журналистиката, използваща строга проверка на фактите за постигане на точна и достоверна информация, което я отличава от дезинформацията, пропагандата, рекламата и ПР дейността.

От „журналиста" към журналистиката

В историята остана времето, когато журналистическата етика, макар и невинаги спазвана напълно, все пак беше свързана с бизнес, кариера или занимание/професия. Това е широко признато, включително и от Организацията на обединените нации – например в доклада на генералния секретар относно сигурността на журналистите A/72/29057[57] за 2017 г., в който четем:

> *„Терминът „журналист" включва журналистите и другите лица, работещи в медиите. Журналистиката е определена в документа CCPR/C/GC/34, para. 44 като дейност, осъществявана от широк кръг участници, включващ професионални щатни репортери и анализатори, а също блогъри и други лица, сами публикуващи материали върху хартия, в интернет или другаде."*[58]

В същия дух Генералната конференция на ЮНЕСКО има предвид „журналистите, работещите в средствата за масова информация и проду-

[57] На разположение на адрес https://digitallibrary.un.org/record/1304392?ln=en [accessed on 16/06/2018].
[58] Вж. също UN documents A/HRC/20/17, paras. 3-5, A/HRC/20/22 and Corr.1, para. 26, A/HRC/24/23, para. 9, A/HRC/27/35, para. 9, A/69/268, para. 4, and A/HRC/16/44 and Corr.1, para. 47.

центите на социални медии, които генерират значително количество журналистическо съдържание онлайн и офлайн" (Резолюция 39, ноември 2017)[59]. В Плана за действие на Обединените нации за сигурността на журналистите и по въпроса за безнаказаността, одобрен от Координационния съвет на изпълнителните директори от системата на ООН през 2012 г., се отбелязва: „Защитата на журналистите не трябва да се ограничава само до тези, които официално са признати за журналисти, но трябва да се разпростира и върху работещите в общностите медии и гражданските журналисти, както и върху други, които използват новите медии, за да въздействат на своята аудитория."[60]

В тази светлина журналистиката може да бъде разглеждана като дейност, ръководена от етични стандарти за достоверна информация, подлежаща на проверка и споделяна в обществен интерес. С журналистика могат да се занимават не само професионалните журналисти, а всички създатели на професионално, справедливо, точно, независимо съдържание, което съответства на обществения интерес. От значение е не толкова формалният или заявеният статус, колкото характерът на информацията.

Макар да се основава върху свободата на изразяване, която е право на всеки човек, журналистиката е специализирана дейност, която се придържа към специални стандарти, които я отличават от други форми на изразяване (поезия, пиар, реклама, дезинформация и т. н.). Тези стандарти са тясно свързани с етиката на професионалната журналистическа практика.

Дали прозрачността е новата обективност?

Обективността може да означава много неща. Дали като дистанциране от субективността – това е спорна тема в професионалната журналистика. Може да се стремим към обективност, но тя рядко се постига, а и невинаги е желателна, особено пред лицето на брутални и нечовешки деяния (например при едно точно и независимо отразяване твърденията на осъдените за военни престъпления не биха предизвикали същото доверие, както свидетелствата на оцелелите им жертви, макар и те също да изискват проверка). **Справедливост, независимост, точност, контекстуалност, прозрачност, защита**

[59] Records of the General Conference. 39th session. Paris, 30 October – 14 November 2017. Available at: http://unesdoc.unesco.org/images/0026/002608/260889e.pdf [accessed 02/07/2018].

[60] UN Plan of Action on the Safety of Journalists and the Issue of Impunity. 1CI-12/CONF.202/6.Available at: https://en.unesco.org/sites/default/files/un-planon-safety-journalists_en.pdf [accessed 03/11/2017].

на поверителните източници и прозорливост[61] *в информацията създават доверие, достоверност и увереност.*

„Прозрачността е новата обективност“[62]*, заявява през 2009 г. д-р Дейвид Уайнбъргър, изследовател в Харвардския университет. Същата година бившият директор на новините в Би Би Си Ричард Самбрук обяснява, че прозрачността, а не обективността, е извор на доверие в „епохата на новите медии“:*

> *„... днес новините, разбира се, все още трябва да бъдат точни и честни, но за читателите, слушателите и зрителите също така е важно да видят как се създават новините, откъде идва информацията и как тя функционира. Как се появяват новините е също толкова важно, колкото тяхната доставка.“*[63]

Точки на различие

Посочените по-горе основни компоненти на професионалната журналистическа етика не означават, че съществува само една форма на журналистика. Нейните цели могат да бъдат постигнати с различен стил в различни журналистически истории, основаващи се върху различни ценности и различно схващане за почтеност, контекстуалност, значимост на фактите и пр. Например различните медии могат да възприемат различно една или друга новина (някои дори могат да я игнорират), оставайки си в „информационния бизнес“, без да нагазват в областта на дезинформацията и некоректната информация (вж. следващата глава Как да използваме това ръководство като модел за учебна програма и Модули 1, 2 и 3). Когато обаче съдържанието се откаже от самите журналистически принципи и по-специално, ако продължава да се представя за новина, това вече не е журналистика, а по-скоро особена форма на дезинформация.

Това въведение хвърля светлина върху кръг въпроси, повдигнати при обсъждането на проблема с „фалшивите новини“, като предлага рамка за обяснението, анализа и учебните модули, които следват.

---

[61] Вж. *„главни принципи“ в следващата глава.*

[62] Weinberger, D. (2009). Transparency is the new objectivity. Available at: http://www.hyperorg.com/blogger/2009/07/19/transparency-is-the-newobjectivity/[accessed 28/03/2018].

[63] Bunz, M. (2009). How Social Networking is Changing Journalism. Available at: https://www.theguardian.com/media/pda/2009/sep/18/oxford-social-mediaconvention-2009-journalism-blogs [accessed 28/03/2018].

КАК ДА ИЗПОЛЗВАМЕ ТОВА РЪКОВОДСТВО КАТО МОДЕЛ ЗА УЧЕБНА ПРОГРАМА

Джули Позети

Този курс използва евристичен педагогически модел[1]*, което означава, че се очаква ползвателите да внесат собствения си опит в процеса на обучение. Уроците не трябва да бъдат спазвани буквално: обратно, те могат и трябва да бъдат адаптирани към конкретния национален, културен, институционален и отраслов контекст на преподаване и обучение. Въпреки усилията ни да направим този учебник възможно най-интересен и уместен в целия свят, неизбежно е да има непълноти. Така че авторите живо насърчават преподавателите и участниците да използват в тематичните изследвания, примери и източници опита, натрупан в собствените им региони и на собствените им езици.*

Имайки това предвид, ето как може да се използва настоящото ръководство:

- *Като пълен курс/предмет, въведен в съществуващата във висшето образование програма по журналистика, комуникации, дигитални медии или медийни изследвания. Би могло да се изучава и факултативно в курсове по политология и социология, които се занимават с медии и комуникации.*
- *Като ресурс за допълване на съществуващ курс/дисциплина (например история на медиите; медийна етика; търсене и проверка на новините; медийна критика; практика на дигиталните медии; социална журналистика). Много от тематичните изследвания, лекционните материали и предлаганата литература могат да бъдат включени в съществуващи курсове/дисциплини като средства за обновяване на съдържанието за борба с бързото развитие на дезинформацията.*
- *Като самостоятелна дисциплина или пълен курс, предлаган на журналисти, правозащитници и други специалисти, работещи*

[1] Banda, F. (ed.). (2015). Teaching Journalism for Sustainable Development: New Syllabi (UNESCO, Paris. Available at: http://unesdoc.unesco.org/images/0023/002338/233878e.pdf) [accessed: 28/03/2018].

в новинарски организации, органи на медийната индустрия или агенции за развитие на медиите.

- ▷ Като учебно пособие: ако преподавателите по журналистика пожелаят да адаптират тези модули към собствените цели, опирайки се върху списъците с препоръчителна литература и върху тематичните изследвания, за да ги включат в по-целенасочени средства, предназначени за отделни категории журналисти.
- ▷ Като източник на вдъхновение за серия съобщения в блогове към организации от сектора, медии или агенции за развитие на медиите в рамките на обмен на знания.
- ▷ Като четиво, което да помогне за интелектуалното обогатяване и професионалното развитие на практикуващи журналисти. Например много от разгледаните методи могат да бъдат използвани за самостоятелно обучение. Някои тематични изследвания биха могли да послужат като вдъхновение за по-сложни репортажи, когато местни събития бъдат поставени в по-широк контекст (например историята за измислица, на която са се хванали местните журналисти, може да бъде разгледана в по-общ репортаж за мистификациите на международно ниво, като се наблегне върху станалото вирусно напоследък разпространение на дезинформацията и неточната информация чрез социалните медии).
- ▷ Като основа на колекция от четива, ресурси и инструменти, която ще се разширява с развитието на проучването и практиката в тази област.

Основни принципи

Благодарение на прозрачността на процесите и на строгото прилагане на етичните принципи, основната задача на журналистиката днес е да внася яснота и да укрепва доверието към проверени съдържания. Следващите седем принципа, които в една или в друга степен засягат етиката, трябва да служат като основа на този курс и да насочват упражненията, обсъжданията и оценките.[2]

---

[2] Забележка: Пет от тези седем принципа се основават на „Петте основни принципа на журналистиката" на мрежата за етична журналистика http://ethicaljournalismnetwork.org/who-we-are/5-principles-of-journalism [достъп до 22.04.2018]. Тук обаче „справедливостта" е предпочитана пред „безпристрастността", тъй като безпристрастността често се свързва с обективността и често се разбира погрешно като изискване всички източници и факти да се претеглят еднакво. Това е проблематично понятие по същите причини, поради които „обективността" сега е оспорвана идея в журналистиката

- ▷ **Точност:** *журналистите не винаги могат да гарантират „ истината“, но точността и правилното излагане на фактите остават основен принцип на журналистиката.*
- ▷ **Независимост:** *гласът на журналистите трябва да е независим. Това означава да не обслужват, пряко или непряко, особени интереси и в името на прозрачността да съобщават всяко нещо, което може да предизвика конфликт на интереси.*
- ▷ **Честност:** *честното предаване на информациите, събитията, източниците и техните разкази включва безпристрастен и прозорлив подбор, претегляне и оценка. Уточняването на контекста и представянето на различни и разнопосочни гледни точки укрепва доверието в съобщенията.*
- ▷ **Поверителност:** *основополагащ принцип в разследващата журналистика е защитата на източниците (с много редки изключения). Поверителността на източниците е необходима, за да се запази доверието на използваните източници на информация (и по-специално на бдителните, които алармират) и в някои случаи да се гарантира физическата им безопасност.*[3]
- ▷ **Хуманност:** *онова, което журналистите публикуват или разпространяват, може да бъде болезнено (например унижението, изпитвано от корумпирани политици, разобличени от качествено журналистическо разследване), така че влиянието на журналистиката върху живота на другите трябва да бъде осмислено. Тук ръководен принцип трябва да бъде общественият интерес.*[4] *Хуманността предполага да отчитате проблемите на групите в най-неблагоприятно положение, без непременно да е целенасочено към социалната справедливост.*
- ▷ **Отговорност:** *сигурен признак за професионализъм и етична журналистика*[5]*. Това означава бърза, ясна и забележима поправка на грешките; внимание към проблемите на аудиторията*[6] *и реагиране. Тези практики залягат в редакционните манифести на новинарските организации и органите за самоуправление, тър-*

---

[3] Posetti, J. (2017). Protecting Journalism Sources in the Digital Age (UNESCO). Available at: http://unesdoc.unesco.org/images/0024/002480/248054E.pdf [accessed 28/03/2018].

[4] *Относно един нов етичен модел, който прилага съчувствието в дигиталната епоха вж.:* Shelton, A. G., Pearson, M. & Sugath, S. (2017). Mindful Journalism and News Ethics in the Digital Era: A Buddhist Approach. Routledge, London. Available at: https://www.crcpress.com/Mindful-Journalism-and-News-Ethics-inthe-Digital-Era-A-Buddhist-Approach/Gunaratne-Pearson-Senarath/p/book/9781138306066 [accessed 01/04/2018].

[5] Вж: http://ethicaljournalismnetwork.org/what-we-do/accountable-journalism [accessed 22/4/2018].

[6] Locker, K. & Kang, A. (2018). Focused listening can help address journalism's trust problem, at American Press Institute. Available at: https://www.americanpressinstitute.org/publications/focused-listening-trust/ [accessed 28/03/2018].

сейки отговорност от журналистите въз основа на доброволно приетите етични кодекси.

- ▷ **Прозрачност:** подкрепя отговорността и помага за развиване и запазване на доверието в журналистиката.[7]

В този контекст въпросът за свободата и плурализма на медиите е също толкова важен, колкото и независимостта на медиите. Плурализмът на институциите, както и разнообразието на персонала, източниците и изследователските материали са от съществено значение, ако журналистиката като цяло иска да допринесе за демокрацията и за трайното развитие на отворените общества. Медиите, основани на участието, като радиото на различните общности и социалните медии също са важни, за да може гласът на онези групи в обществото, които са най-слабо представени или в най-неблагоприятно положение, да не остане в периферията на новините. Плурализмът също така означава да се признава валидността на ред наративи в рамките на една етична журналистика, като се идентифицират дезинформацията, пропагандата и другите типове съдържания, несъответстващи на професионалните стандарти. (Вж. модули 1, 2 и 3.)

Въпроси за разглеждане

Всяко обсъждане на етичната журналистическа практика, когато вирусът на дезинформацията, неточната информация и пропагандата вилнее по света, би могло да започне с разглеждането на следните въпроси:

- ▷ Какво е журналистика в дигиталната ера? (От въпроса кой е журналист вниманието се измества към по-тънкото разбиране на съвременната журналистика).
- ▷ Какво отличава журналистиката от други форми на създаване и публикуване на съдържание (вкл. реклама, маркетинг, ПР, дезинформация и неточна информация) онлайн и офлайн.
- ▷ На чии интереси трябва да служи практикуващият журналистика?
- ▷ Трябва ли практикуващите журналисти да носят отговорност за съдържанието, което произвеждат/публикуват? Ако е така, кой именно трябва да носи отговорност и защо? Ако не е така, защо?
- ▷ Какви етични задължения имат практикуващите журналисти спрямо своите източници, субекти и аудитория?
- ▷ Какви нови етични проблеми трябва да се разглеждат от журналистите в контекста на „информационния безпорядък"?

---

[7] Aronson-Rath, R. (2017). Transparency is the antidote to fake news on NiemanLab, December 2017 Available at: http://www.niemanlab.org/2017/12/transparency-is-the-antidote-to-fake-news/[accessed 15/06/2018].

Критерии за оценка

Главната цел на тази публикация е задълбочаване на способността за критическо мислене и засилване на защитните навици у студентите по журналистика, професионалните журналисти и другите лица, които „практикуват журналистика". Главните критерии за оценка трябва да бъдат точността и проверката на фактите, както и спазване на основните етични принципи, задълбоченост на изследването и на критическия анализ.

Примерни критерии за оценка при теоретичните упражнения:

- ▷ *Точност и проверка (например дали цитираните източници са били точно представени; използвани ли са адекватни методи за проверка?)*
- ▷ *Задълбоченост на изследването (например доколко участникът се е опитал да намери солидни данни/източници в подкрепа на своите аргументи/констатации).*
- ▷ *Качество на аргументите и на анализа (доколко оригинални и задълбочени са аргументите и анализът).*
- ▷ *Изразяване в писмена форма (правопис, граматика, пунктуация, синтаксис).*
- ▷ *В каква степен статията/докладването демонстрира резултатите от модулното обучение?*

Критерии за оценка, предложени за практически упражнения/журналистически задачи:

- ▷ *Точност и проверка (например дали цитираните източници са били точно представени; използвани ли са съответстващи методи за проверка?)*
- ▷ *Задълбоченост на изследването (например доколко участникът се е опитал да намери солидни данни/източници в подкрепа на своите аргументи/констатации).*
- ▷ *Критически анализ (докъде стига в разсъжденията си участникът, осмисляйки съществени за аудиторията въпроси).*
- ▷ *Оригиналност.*
- ▷ *Сила на повествованието (например какво е въздействието на разказа/продукта върху читателя/зрителя/слушателя?).*
- ▷ *Качество на продукцията (например ниво на аудио/видеомонтажа и мултимедийните елементи).*
- ▷ *Писмено изразяване (правопис, граматика, пунктуация, синтаксис).*

▷ Придържане към основните етични ценности, изложени в професионалните кодекси.

Начин на осъществяване

Тези модули са предназначени за онлайн и офлайн обучение. При усвояването на курса за участниците може да бъде полезна както общата онлайн среда (например учебната платформа Moodle или групи във Фейсбук), така и непосредственото общуване.

Повечето уроци са от две части: теоретично обучение (например лекции или семинари) и практически занимания (например работни групи, сформирани за проверка на знанията). Като правило теоретичната част продължава 60 – 90 минути, докато за семинар или консултации се отделят от 90 минути до 2 часа.

Тези сесии могат да бъдат удължени, съкратени или разпределени в няколко дни в зависимост от организацията на преподаването/обучението в съответната институция. Нашият съвет е да се насрочва упражнение за всеки модул.

Там, където е възможно, на преподавателите се препоръчва да привличат практикуващи от сектора и експерти към интерактивни конференции и дискусионни форуми и да включват в учебната програма текущи тематични изследвания, въпроси и дебати.

И изобщо разработилите тези курсове подканят преподавателите да използват в уроците локални/регионални, лингвистични и културно значими материали и примери.

Материали и ресурси

Преподавателите и участниците трябва да са свързани с интернет и да имат достъп до академичните бази данни и/или Google Scholar.

Особено полезен сайт, който предлага допълнителни учебни ресурси за практическо приложение на общите резултати от обучението, е First Draft News.[8]

Моля, обърнете внимание: правата за съдържанието и ресурсите, представени в този наръчник, трябва надлежно да бъдат признати на авторите и редакторите на учебните програми.

[8] https://firstdraftnews.com/[accessed 28/03/2018].

Педагогически подход

Този специализиран курс продължава серията типове учебни програми[9] *по журналистическо образование на ЮНЕСКО, започната през 2007 г. Педагогическият подход се опира също върху учебната програма на ЮНЕСКО по медиаграмотност и информационна грамотност, Media and Information Literacy Curriculum for Teachers*[10]*, и типов курс на ЮНЕСКО по безопасността на журналистите, Model Course on Safety of Journalists*[11]*. В курса се препоръчва и прилага следното:*

- *Проблемно-изследователски подход*
- *Проблемен подход в обучението*
- *Научен анализ*
- *Изследване на казуси*
- *Съвместно обучение*
- *Текстови анализ*
- *Контекстуален анализ*
- *Преводи*
- *Симулации*
- *Производство*

Освен това при работата с тази програма препоръчваме на преподавателите да се запознаят с „журналистическото обучение въз основа на проекти“ [12] *– този подход развива резултатите на обучението посредством прилагане и тестване на уменията в хода на производството на журналистически съдържания. Учащите се трябва да разберат как се произвеждат оперативни, убедителни аргументи срещу дезинформацията, които могат да се разпространяват и в интернет, и да имат възможност да приложат метода на практика.*[13]

---

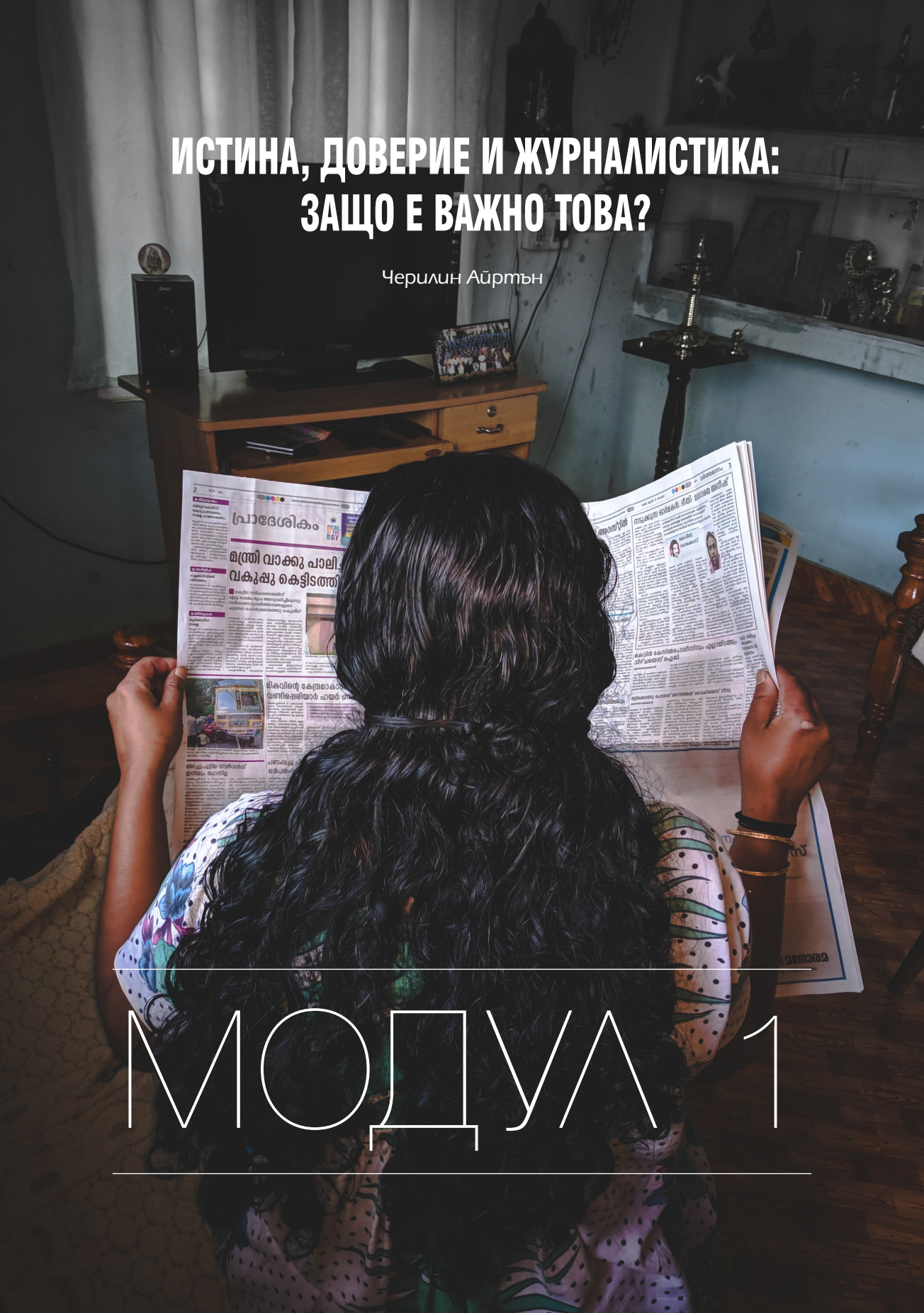
[9] UNESCO's Model Curricula for Journalism Education (2007). Available at: http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001512/151209E.pdf [accessed 28/03/2018]. See also UNESCO's Model Curricula for Journalism Education: a compendium of new syllabi (2013). [accessed 28/03/2018: http://unesdoc.unesco.org/images/0022/002211/221199E.pdf; and Teaching Journalism for Sustainable Development: new syllabi (2015). Available at: http://unesdoc.unesco.org/images/0023/002338/233878e.pdf [accessed 28/03/2018].

[10] Wilson, C., Grizzle, A., Tuazon, R., Akyempong, K. & Cheung, C. (2011). Media and Information Literacy Curriculum for Teachers. [ebook] Paris: UNESCO. Available at: http://unesdoc.unesco.org/images/0019/001929/192971e.pdf [accessed 28/03/2018].

[11] UNESCO (2017) Model Course on Safety of Journalists: A guide for journalism teachers in the Arab States. Available at: http://unesdoc.unesco.org/images/0024/002482/248297e.pdf [accessed 28/03/2018].

[12] Posetti, J & McHugh, S. (2017). Transforming legacy print journalism into a successful podcast format: An ethnographic study of The Age's Phoebe's Fall. Peer reviewed conference paper presented at the International Association of Media and Communications Researchers conference in Cartagena, Colombia 18/07/2017

[13] Интересен пример е този клип от хаштаг our stories: Available at: https://www.facebook.com/hashtagoursa/videos/679504652440492/[accessed 15/06/2018].



ИСТИНА, ДОВЕРИЕ И ЖУРНАЛИСТИКА: ЗАЩО Е ВАЖНО ТОВА?

Черилин Айртън

МОДУЛ 1

Кратко съдържание

В много части на света доверието в медиите и в журналистиката беше крехко и отслабваше дълго преди появата на социалните мрежи[1]. *Тенденцията е неотделима от спадането на доверието в институциите, характерно за много общества. Все пак обемът и мащабите на дезинформацията и неточната информация, маскирани като новини и разпространявани чрез социалните мрежи, създаде заразна опасност за репутацията на журналистиката. Засегнати са журналистите, информационните средства, гражданите и отворените общества*[2].

Всеки може да публикува високоскоростна информация, безплатна за всички, в социалните платформи и в интернет. В резултат на което на гражданите им е трудно да различават истинното от лъжливото. Властват цинизъм и недоверие. Процъфтяват екстремистки възгледи, теории на конспирацията, популизъм, докато приеманите преди това истини и институции са поставени под съмнение. А редакциите трябва да се борят, за да отстояват и изпълняват своята историческа роля на пазачи, чийто продукт може да помогне за установяване на истината[3]. *В същото време разрастването на пазарите за „стратегическа комуникация" и „информационни действия", включващи дезинформация и зловредна информация, стана съществен фактор в информационната екосистема*[4].

> *„Доколкото мащабите и последствията на „информационния безпорядък" стават видими, дори архитектите на социалните мрежи са обезпокоени. Продуктовият мениджър на Фейсбук Самид Чакрабарти призна: „Ако има една фундаментална истина за въздействието на социалните мрежи върху демокрацията, това е фактът, че те усилват човешките намерения, както добри, така и лоши. В най-добрия случай ни позволяват да изразим себе си и да действаме. В най-лошия позволяват на*

---

[1] Edelman. (2017). Edelman Trust Barometer – Global Results. [online]. Available at: https://www.edelman.com/global-results/[accessed 03/04/2018].

[2] Viner, K. (2017). A mission for journalism in a time of crisis. [online] the Guardian. Available at: https://www.theguardian.com/news/2017/nov/16/a-mission-for-journalism-in-a-time-of-crisis [accessed 03/04/2018].

[3] Singer, J. (2013). User-generated visibility: Secondary gatekeeping in a shared media space. New Media & Society, [online] 16(1), pp.55-73. Available at: https://pdfs.semanticscholar.org/0d59/6a002c26a74cd45e15fbc20e64173cf2f912.pdf [accessed 0/3/04/2018].

[4] Вж. например казусите, описани в Gu, L., Kropotov, V & Yarochkin, F. (ed). The Fake News Machine How Propagandists Abuse the Internet and Manipulate the Public. Available at: https://documents.trendmicro.com/assets/white_papers/wp-fake-news-machine-how-propagandists-abuse-the-internet.pdf [accessed 16/06/2018]. Друго проучване е публикувано от Data & Society Research Institute, New York (2017) Media Manipulation and Disinformation Online Available at: https://datasociety.net/output/media-manipulation-and-disinfo-online/[accessed 15/06/2018].

хората да разпространяват неточна информация и да подриват демокрацията".[5]

Става ясно, че за решаването на този проблем е необходимо да се вземат мерки. Съблазнително звучи да се реши проблемът чрез регулиране на законодателно ниво и много страни избраха този път[6], но поддръжниците на свободата на изразяване предупреждават, че това би могло да навреди на отвореността и на участието, предложени от новите технологии.[7] По специално, ако на власт дойдат лидери с авторитарно мислене, те биха могли да разполагат с мощно легално средство, за да определят кое е „фалшиво" и кое не при всеки критичен отзив за тяхно действие.

Друга възможност се предлага от гражданското общество и инициативи на компании – аудиторията да стане по-просветена и да ѝ се предоставят инструменти за тълкуване и оценка на информацията. Примери не липсват от Южна Африка[8] до Мексико[9]. Расте броят на организациите, които се занимават с проверка на фактите (както е обяснено в това ръководство).

В този контекст журналистите и студентите по журналистика трябва да познават тези инициативи и допълващата роля, която могат да играят. Затова е и този наръчник.

За журналистите, които отдавна смятат себе си за незаменими защитници на демократичните и отворени общества, дезинформацията и неточната информация не просто накърняват тяхната репутация. „Информационният безпорядък" поставя под съмнение целите и ефективността на журналистическата дейност.

Подчертава се фундаменталната важност на независимостта на медиите и необходимостта от високи професионални стандарти.

---

[5] Chakrabarti, S. (2018). Hard Questions: What Effect Does Social Media Have on Democracy? Facebook Newsroom. [online] Newsroom.fb.com. Available at: https://newsroom.fb.com/news/2018/01/effect-social-media-democracy/[accessed 03/04/2018].

[6] Funke, D. (2018). A guide to anti-misinformation actions around the world Poynter Available at: https://www.poynter.org/news/guide-anti-misinformationactions-around-world [accessed 22/05/2018].

[7] Nossel, S. (2017). Faking News: Fraudulent News and the Fight for Truth. [ebook] PEN America. Available at: https://pen.org/wp-content/uploads/2017/10/PEN-America_Faking-News-Report_10-17.pdf [accessed 03/04/2018].

[8] #KnowNews е разширение на уеб браузър, разработено от южноафриканската неправителствена организация Media Monitoring Africa, която се стреми да помогне на аудиторията да определя дали разглежданият сайт съдържа достоверни новини: https://chrome.google.com/webstore/search/KnowNews [accessed 15/06/2018].

[9] Вж. сайта https://verificado.mx/, представящ обединение на 60 медии, организации на гражданското общество и университетски институции, за проверка на оспорвано съдържание по време на изборите в Мексико през 2018 г. [accessed 15/06/2018]; https://knightcenter.utexas.edu/blog/00-19906-media-collaboration-and-citizen-input-fueled-verificado-2018-fact-checking-mexican-ele [accessed 04/07.2018].

Това не означава, че журналистиката е свободна от доминиращата идеология, от предразсъдъците, произтичащи от пол, етническа принадлежност, езикова група, социална класа и пр., или най-общо казано от „бекграунда" на тези, които я произвеждат. Не бива да се игнорират и системните въпроси за влиянието на институционалния контекст, свързан със собствеността, бизнес моделите, интересите на аудиторията, новинарските „мрежи" от предсказуеми бюрократични и ПР източници и пр. Все пак наръчникът подчертава важността на журналистическата етика като ръководен принцип за осветляването на новините и за саморефлексията на журналистите върху собствения им мироглед и различни контексти. Той показва, че журналистиката не е „поглед отникъде", а практика, която се нуждае от прозрачност, ако иска обществеността да вярва, че съществува съответствие между широките стандарти на верификация и обществения интерес, независимо от третираните въпроси и свързаните с тях гледни точки.[10]

В този урок преподавателите трябва да поощряват участниците към критическо разглеждане на това, как журналистиката може да служи на обществото и на демокрацията; как „информационният безпорядък" влияе на демокрацията и на отворените общества; как журналистиката може да се подобри и така да възстанови доверието в своите методи и принципи като средства, способни да генерират достоверна информация в обществен интерес. Не става въпрос за сляпо доверие в журналистите, а за признаване на техния характер и отличителни черти, на стремежа им да спазват методите и принципите за произвеждане на проверена информация в интерес на обществото и съответно да я претеглят. Това предполага умение да се признава ценността „скептицизъм" в отличие от цинизма, и вяра в способността на представителите на обществото да правят разлика между маскиращите се като журналисти и тези, които искрено се стремят да се занимават с журналистика (като демонстрират необходимата прозрачност, проявяват отговорност и се отличават с добра репутация). За журналистите и студентите по журналистика това означава да разбират променящата се информационна среда и да знаят как да реагират на предизвикателствата, свързани с нейното развитие.

[10] Вж. Rosen, J. (2010). The View from Nowhere: Questions and Answers. PressThink. Available at: http://pressthink.org/2010/11/the-view-from-nowhere-questions-and-answers/[accessed 15/06/2018].

План

За да разберат последствията от „информационния безпорядък" за журналистите и обществата, на които те служат, участниците трябва да анализират дълбоките промени в журналистиката и традиционните медии на структурно, културно и нормативно ниво в резултат на бързото развитие на цифровата технология и свързаните към интернет персонални устройства. Най-важна е връзката между ускореното нарастване на проблемите относно доверието в журналистиката и използването на социалните мрежи.[11]

Би било несправедливо да се обвиняват социалните мрежи за всички беди на журналистиката. Доверието е пряко свързано с компетентността на журналистите, а също и с намаляването на доверието в правителствата, бизнеса и институциите в много краища на света.[12]

Структурните промени в начина на събиране и разпространение на новините и крахът на основния икономически модел, върху който се основаваха традиционните медии, лишиха новинарската индустрия от журналистически способности в редакциите, което засегна дълбочината, широтата и качеството на отразяване на новините.[13] Намаленото финансиране на обществените медии и постоянният държавен контрол в голяма част от сектора също отслабиха предлагането на информация.

Цифровата трансформация донесе не само нови способи на повествование и по-голямо включване на аудиторията в информационния процес, но и сериозни проблеми за вече отслабените традиционни производители на новини. Повечето цифрови новинарски организации още не са развили достатъчен журналистически потенциал, за да спрат деградирането на журналистиката.[14]

В демократизираната по-разнообразна информационна екосистема предотвратяването на вредните последствия от дезинформацията и неточната информация е истинско предизвикателство не само за инвестиращите в журналистиката, но и за цялото общество.[15]

---

[11] Вж. Модул 3.
[12] Edelman. (2017). Цит.съч.
[13] Вж. Модул 3.
[14] Greenspon, E. (2017). The Shattered Mirror: News, Democracy and Trust in the Digital Age. [ebook] Ottawa: Public Policy Forum, Canada. Available at: https://shatteredmirror.ca/download-report/[accessed 03/04/2018].
[15] Ansip, A. (2017). Hate speech, populism and fake news on social media – towards an EU response. Available at: https://ec.europa.eu/commission/commissioners/2014-2019/ansip/announcements/statement-vice-president-ansip-european-parliament-strasbourg-plenary-debate-hate-speech-populism [accessed 03/04/2018].

Доцифровата журналистическа практика и методи включваха професионални стандарти и няколко нива на централизирани проверки и контрол на точността, качеството и честността на новините. Репортерите на терен разчитаха на редакционен екип, който проверяваше материала, преди да бъде публикуван. Пропусквателният модел на „пазача" привикваше журналиста към чувство за професионализъм.[16]

Чрез отразяването на обществения живот и общностните проблеми, чрез разследванията, коментарите и анализите журналистите разполагаха с ефективни инструменти за търсене на отговорност от политиците и от длъжностните лица. Така те помагаха на гражданите да правят избор по отношение на това, как да ги управляват. Безспорно някои информационни органи не бяха на висотата на журналистическите идеали и принципи. Но общо взето се занимаваха с реални новини, подбрани и представени наистина в занимателен разказ, но далеч от измислени факти, създадени за политически, търговски или развлекателни цели.

В културен план разширяването на правата и възможностите на други субекти да наблюдават, записват, коментират и публикуват новини в социалните мрежи наложи промяна по отношение не само на централизирания модел, но и на публичните дебати.[17] Социалните медиаплатформи сега са ключова инфраструктура за публични и политически дебати. Някои твърдят, че това е довело до „дефицит на демокрация" в демокрациите и отворените общества.[18]

Като настояват, че не са издатели на новини, технологичните компании и социалните платформи заобиколиха нормативните задължения, които изпълняват журналистите и издателите.[19] Макар че тези оператори не наемат журналисти, за да произвеждат новини, курирането и редактирането на новини ги отдалечава все повече от ролята на „обикновени проводници" или посредници.

Дезинформацията и неточната информация, определени от Оксфордския институт за компютърни науки (Oxfor Institute for Computational Science) като „боклук" („junk"), са разпространявани в голямата си част от платформите на социалните мрежи и алгоритмите на търсачки-

---

[16] Kovach, B. & Rosenstiel, T. (2010). Blur: How To Know What's True In The Age of Information Overload. 1st ed. New York: Bloomsbury, pp.171-184.

[17] Nossel, S. (2017). Faking News: Fraudulent News and the Fight for Truth. [ebook] PEN America. Available at: https://pen.org/wp-content/uploads/2017/10/PEN-America_Faking-News-Report_10-17.pdf [accessed 03/04/2018].

[18] Howard, P. (2017).

[19] Пак там. Вж. също Модул 3.

те. Като използват връзките на ползвателя, те осигуряват структура и легитимност на дезинформацията и на некоректната информация.[20]

По такъв начин умишлено лъжливото съдържание, разпространявано на тези платформи, подрива разбирането на реалността от гражданите[21]*, доверието, информирания диалог, общото чувство за реалност, взаимното съгласие и участието.*[22] *Сред другите проявления, заради които социалните медии са обвинявани в подкопаване на демокрацията, са:*

- ▷ *създаване на ефекта на ехо-камерата, поляризация и хиперсегментация;*
- ▷ *преобразуване на популярността в легитимност;*
- ▷ *манипулиране от популистки лидери, правителства и от маргинални субекти;*
- ▷ *поощряване на събирането на лични данни и разпространение на таргетирани микросъобщения/реклама, неуловима за радар;*[23]
- ▷ *разстройване на публичното пространство.*[24]

Всичко това не е неизбежно. Социалните медии могат да бъдат основна платформа за привличане на гражданите към журналистиката и за водене на дебати, за насърчаване на гражданските ценности и участието в среда, която да развива човешките права, културното разнообразие, науките, познанието и вземането на рационални решения. С тази цел журналистиката – на всяка платформа – трябва да запознава например широката аудитория със сложни въпроси, без да се отказва от научната точност и без да опростява контекста, което би могло да въведе в заблуждение. Особено в областта на авангардните медицински методи (например клонирането) и новите научни постижения (например изкуствения интелект) пред журналистите стои задачата да проверяват точността, да избягват сензационността, да проявяват предпазливост при описанието на бъдещите последствия и да умеят да резюмират и да балансират различните мнения или констатации на авторитетни експерти.

---

[20] Pariser, E. (2011). The filter bubble: what the Internet is hiding from you. London, Viking/Penguin Press.

[21] European Commission (2017). Next steps against fake news: Commission sets up High-Level Expert Group and launches public consultation.[online] Available at: http://europa.eu/rapid/press-release_IP-17-4481_en.htm [accessed 13/06/2018].

[22] Deb, A., Donohue, S. & Glaisyer, T. (2017). Is Social Media A Threat To Democracy? [ebook] Omidyar Group. Available at: https://www.omidyargroup.com/wp-content/uploads/2017/10/Social-Media-and-Democracy-October-5-2017.pdf [accessed on 03/04/2018].

[23] Cadwalladr, C. & Graham-Harrison, E. (2018). How Cambridge Analytica turned Facebook 'likes' into a lucrative political tool. The Guardian. [online] Available at: https://www.theguardian.com/technology/2018/mar/2017/facebook-cambridge-analytica-kogan-data-algorithm [accessed 03/04/2018].

[24] Deb, A., Donohue, S. & Glaisyer, T. (2017). Цит.съч.

Така че журналистиката разполага с много начини за директен отговор на дезинформацията и неточната информация. Сред тях са способността да се съпротивлява на манипулирането, да го разследва и да разобличава дезинформационните кампании. Но това трябва да бъде съпроводено със сериозни усилия за подобряване на журналистиката като цяло (вж. по-долу).

Социалните реакции на „информационния безпорядък" и предизвикателствата, пораждани от платформите на социалните мрежи, са разнообразни и на няколко нива. Приемат се решения, понякога бързо. Повечето идват от САЩ, където са седалищата на компаниите за социални медии и Гугъл.

Някои развиващи се технологични инициативи за борба с дезинформацията включват:

- *задължение да се премахва от резултатите при търсене и от новинарските потоци („newsfeed") онова, което компанията смята (не безспорно) за измамни новини*[25] [26] [27]*;*
- *забрана за използването на клик-бейт (хиперлинк, който кара потребителите да кликнат на него, за да продължат да четат – б.р.) – лишаване на доставчиците на дезинформация от рекламни приходи*[28]*;*
- *предоставяне на технически решения за проверка на цифровите съдържания и изображения*[29]*;*
- *финансиране на инициативи в подкрепа на журналистиката, които са в пресечната точка на журналистиката, технологията и академичното изследване*[30]*;*
- *разработка и използване на технически стандарти или индикатори за доверие, за да се помогне на потребителите (и на алгори-*

---

[25] Ling, J. (2017). Eric Schmidt Says Google News Will 'Engineer' Russian Propaganda Out of the Feed. Motherboard Vice.com. [online] Available at: https://motherboard.vice.com/en_us/article/pa39vv/eric-schmidt-says-google-news-will-delist-rt-sputnik-russia-fake-news?utm_campaign=buffer&utm_content=buffer41cba&utm_medium=social&utm_source=facebook.com+Motherboard [accessed on 03/04/2018]; https://www.rt.com/news/411081-google-russia-answer-rt/

[26] Mosseri, A. (2018). Helping ensure news on Facebook is from trusted sources. Facebook. Available at: https://newsroom.fb.com/news/2018/01/trusted-sources/[accessed on 03/04/2018].

[27] Stamos, A. (2018) Authenticity matters: Why IRA has no place on Facebook. Facebook. Available at: https://newsroom.fb.com/news/2018/04/authenticity-matters/[accessed on 03/04/2018].

[28] Love, J. & Cooke, C. (2017). Google, Facebook move to restrict ads on fake news sites. Reuters. [online] Available at: https://www.reuters.com/article/us-alphabet-advertising/google-facebook-move-to-restrict-ads-on-fake-news-sites-idUSKBN1392MM [accessed 15/06/2018].

[29] Вж. Модул 6. Сред примерите http://www.truly.media/[accessed 15/06/2018].

[30] Вж. Модул 5.

тмите) да идентифицират информации, изхождащи от надеждни оператори[31].

В момента на написването на това ръководство в началото на 2018 г. една от най-значимите инициативи в областта на техническите стандарти за новинарските организации беше The Trust Project, консорциум, който работи в сътрудничество с главните търсачки, платформите за социални мрежи и с над 70 медиакомпании по цял свят. Неговата мисия беше да облекчи идентифицирането на „точни, отговорни и етично произведени" новини за обществеността чрез поставянето на знак за доверие. Той установи осем първоначални технически критерия[32], на които трябва да съответства един информационен оператор, за да бъде лесно различим в графичната онлайн среда и смятан за надежден. Индикаторите за доверие на Trust Project[33] са следните:

- ▷ **Добри практики:**
  - Какви стандарти?
  - Кой финансира новинарския продукт?
  - Каква е мисията на новинарската медия?
  - Ангажимент на медията по отношение на етиката, различните мнения, точността, поправките и други критерии за надеждност.
- ▷ **Експертни данни за автора/репортера:** кой е авторът? Подробности за журналиста, включително неговия опит и други истории, над които е работил.
- ▷ **Тип работа:** какво е това? Вмъкване на маркери, за да се отличат мнението, анализът, рекламното съдържание, спонсорирано или native (съобразено с дизайна, тона и поведението на медията, за да изглежда пред потребителите като редакторски материал) от истинските новини.
- ▷ **Цитати и отпратки:** за разследванията или по-задълбочените истории достъп до източниците, стоящи зад фактите и твърденията.
- ▷ **Методи:** за по-задълбочените истории информация защо авторът е решил да продължи да разработва тази история и как е протекъл процесът на нейното създаване (това допринася за прозрачността).

[31] The Trust Project (2017). The Trust Project – News with Integrity. [online] Available at: https://thetrustproject.org/?nr=0 [accessed on 03/04/2018].
[32] Пак там.
[33] Пак там.

- **Местен източник?** *Дали третираният сюжет е с локален произход. Дали материалът е бил създаден на място с дълбоко познаване на местната ситуация или общност?*
- **Различни гласове:** *задължение и усилия на редакцията да представя различни гледни точки. Читателите/зрителите/слушателите забелязват, когато определени гласове, етнически групи или политически убеждения отсъстват.*
- **Действаща обратна връзка:** *усилията на редакцията да привлече обществеността към избора на предпочитани от тях сюжети, към съдействие в процеса на тяхното осветляване, осигуряване на точност и пр. Читателите/зрителите/слушателите искат да участват и да предоставят отзиви, които могат да променят или да разширят историята.*

Доверието в журналистическата работа също така помага за увеличаване на количеството, разнообразието и качеството на източниците, достъпни за журналистите, със съответния ефект за аудиторията.

Отговорите на правителствата, гражданското общество и преподавателите включват по-голямо внимание към медийната и информационната грамотност, по-подробно разгледана в друг модул.[34]

Тези въпроси бяха обсъждани през 2017 г. на Световния форум на редакторите, чийто президент Марсело Реч предложи на редакторите от цял свят да се придържат към следните пет принципа[35]*:*

- *В света на хиперинформация* ***ценностите****, които скрепяват установяването на* ***отношение на доверие*** *с обществеността, са достоверност, независимост, точност, професионална етика, прозрачност и плурализъм.*
- *Журналистиката на следващо ниво* ***се различава*** *от другите типове съдържания по* ***строгата проверка*** *на материалите, циркулиращи в социалните мрежи. Тя признава социалните медии като източник на информации за по-нататъшна проверка на фактите и като платформа за професионални съдържания.*
- *Мисията на журналистиката на това ниво е* ***да служи на обществото****, като предлага качествена проверена информация и създава новинарски запазени марки като сигурен сертификат за произхода на съдържанието.*

---

[34] Вж. Модул 4.

[35] Ireton, C. (2016). World Editors Forum asks editors to embrace 5 principles to build trust. Available at: https://blog.wan-ifra.org/2016/06/14/world-editors-forum-asks-editors-to-embrace-5-principles-to-build-trust [accessed 15/06/2018].

- ▷ От журналистиката на следващо ниво се изисква **да отива по-далеч от основните факти** и да поощрява анализа, контекстуалното и разследващото съобщаване, изразяването на информирано мнение, като преминава от предоставянето на новини към знания, които разширяват възможностите за рефлексия.
- ▷ Журналистиката на следващо ниво трябва да се опира върху доверието и **да се ръководи от принципите за социална значимост, законен интерес и правдивост**.

Журналистите и редакциите трябва да отделят по-голямо внимание за подобряване на качеството на работа:

- ▷ отговорна етична журналистическа практика и напълно документирана комуникация;[36]
- ▷ проверка на фактите и изключване на дезинформацията и неточната информация;[37]
- ▷ проверка на данните, източниците и цифровите изображения;[38]
- ▷ ангажимент спрямо общностите, с които журналистите поддържат отношения, разпространяваната информация да съответства на потребностите на обществото.[39]

Кампанията за референдума във Великобритания за излизане от Европейския съюз и при президентските избори в САЩ през 2016 г. са два ясни примера за разминаване между някои основни медии и техните аудитории. Силата на комуникацията в социалните мрежи се заключава в прякото въвличане. Преподавателите трябва да анализират по какъв начин медиите могат да служат по-добре на своята аудитория и да градят доверие, установявайки по-тясна връзка с по-широка публика.

Посочените в книгата на Шадсън[40] шест или седем неща, които новините могат да направят за демокрацията, са добра основа за обсъждане:

1. информация – поднасяйте пълна и честна информация, така че гражданите да могат да правят разумен политически избор;

---

[36] Wales, J. (2017). What do we mean by evidence-based journalism? Wikitribune. Available at: https://medium.com/wikitribune/what-do-we-mean-by-evidence-based-journalism-3fd7113102d3 [accessed on 03/04/2018].

[37] Вж. Модул 5.

[38] Bell, F. (2018). Във века на журналистиката на данните проверката става още по-сложна. Например в случай на обширни масиви данни е напълно възможно да съществуват не само неточни видове информация, но и преднамерено включена дезинформация. Вж. също Модул 6.

[39] Batsell, J. (2015). Engaged journalism: connecting with digitally empowered news audiences. New York. Columbia University Press.

[40] Schudson, M. (2008). Why Democracies Need an Unlovable Press. Polity. Chapter Two: Six or Seven Things News Can Do For Democracy. Available at: https://books.google.co.uk/books?id=hmYGMe9ecKUC&printsec=frontcover&dq=schduson+michael+6+or+seven+ways&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwju_ZGI6ozZAhWELsAKHc0vBIUQ6AEIKTAA – v=onepage&q&f=false [accessed on 03/04/2018].

2. *разследване – изследвайте концентрацията на власт, особено на правителствено ниво;*
3. *анализ – предоставяйте последователно интерпретационна рамка, за да помагате на гражданите да разберат един сложен свят;*
4. *социална емпатия – разкажете на хората за други хора в тяхното общество и техния свят, за да могат да оценят виждането и живота на други хора, особено на тези в по-неблагоприятно положение от самите тях;*
5. *публичен форум – осигурявайте място за диалог между гражданите, основан на плуралистични и интердисциплинарни подходи, бъдете общ носител на мненията на различни групи в обществото;*
6. *мобилизация – дайте възможност на аудиторията (където е необходимо) да се ориентира в политически програми и перспективи, мобилизирайте хората в подкрепа на тези програми, без обаче да се накърняват нормите за проверка и обществен интерес.*



Цели на модула

- ▷ *Да се насърчават участниците да мислят критически относно журналистиката и социалните медии.*
- ▷ *Да се насърчават участниците да преценяват мястото, което заемат в екосистемата на „информационния безпорядък“.*
- ▷ *Да се помогне на участниците критически да осмислят последиците от „информационния безпорядък“ за обществото.*



Резултати от обучението

След завършването на този модул, участниците би трябвало:

1. *Да са задълбочили критическото си разбиране за това, как журналистиката може да служи по-добре на демокрацията и на отворените общества в една значително разширена медийна среда, а също така, какви са рисковете от „информационния безпорядък“ за обществото.*
2. *Да са разбрали факторите, които стимулират, поддържат и възстановяват доверието в журналистиката.*
3. *Да са в състояние да обяснят защо журналистиката има значение.*

Формат на модула

Информацията, която се съдържа в плана на този модул, може да послужи за основа на 30-минутна лекция в съчетание с 30-минутна консултация или дискусия защо журналистиката има значение и как тя служи на обществото. По време на практическо упражнение от 90 минути под формата на структуриран разговор би могло да се обсъдят следните въпроси: как да се убедят скептиците, които нямат доверие в журналистиката, че не всяка информация е еднакво ненадеждна; какво може да направи едно информационно средство, за да докаже достоверността на своето съдържание в средата на социалните платформи, където цялата информация изглежда еднакво?

Свързване на плана с резултатите от обучението

А. Теория

План на модула	Часове	Резултати от обучението
Лекция и интерактивна дискусия за истината и доверието	30 минути	1, 2
Кръгла маса защо журналистиката има значение и как служи на обществото	30 минути	1, 2, 3

Б. Практика

План на модула	Часове	Резултати от обучението
Практическо упражнение	90 минути	3

Примерни упражнения

Заданието се състои от три части: участниците трябва да работят по двойки или в малки групи:

- *От участниците (работещи по двама или в малки групи) се иска да вземат интервю от потребител на новини и да определят*

най-надеждните източници на местни или национални новини и гражданска информация. Като използват модела на Шадсън „Шест или седем неща, които новините могат да направят за демокрацията", те трябва после да разучат една публикация или тематични истории в избрана медия, за да анализират доколко ефикасно служи на общността с журналистическата си работа. Тук могат да бъдат полезни техниките за анализ на съдържанието. Вторият елемент от заданието е да се определи кой от осемте индикатора за доверие, предложени от Trust Project, може да бъде идентифициран (ако изобщо има такъв). На трето място, въз основа на получените резултати да се направи статия или редакционен коментар, в писмена форма или като кратко видео- или аудиоматериал, обясняващи защо журналистиката е толкова важна.

Литература

Deb, A., Donohue, S. & Glaisyer, T. (2017). *Is Social Media A Threat To Democracy?* [ebook] Omidyar Group. Available at: https://www.omidyargroup.com/wp-content/uploads/2017/10/Social-Media-and-Democracy-October-5-2017.pdf

Edelman. (2017). 2017 Edelman TRUST BAROMETER – *Global Results*. [online] Available at: https://www.edelman.com/global-results/

Howard, P. (2017) *Is social media killing democracy?* Oxford. Available at https://www.oii.ox.ac.uk/videos/is-social-media-killing-democracy-computational-propaganda-algorithms-automation-and-public-life/.

Nossel, S. (2017). FAKING NEWS: *Fraudulent News and the Fight for Truth.* [ebook]PEN America. Available at: https://pen.org/wp-content/uploads/2017/10/PEN-America_Faking-News-Report_10-17.pdf.

Schudson, M. (2008). *Why Democracies Need an Unlovable Press. Polity.* Chapter 5: Six or Seven Things News can do for Democracies, Available at https://books.google.co.uk/books?id=hmYGMe9ecKUC&printsec=frontcover&dq=schduson+michael+6+or+seven+ways&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwju_ZGI6ozZAhWELsAKHc0vBIUQ6AEIKTAA- v=onepage&q&f=false.

Viner, K. (2017). *A mission for journalism in a time of crisis*. [online] the Guardian. Available at: https://www.theguardian.com/news/2017/nov/16/a-mission-for-journalism-in-a-time-of-crisis.

РАЗМИШЛЕНИЯ ЗА „ИНФОРМАЦИОННИЯ БЕЗПОРЯДЪК“: ФОРМИ НА НЕТОЧНА ИНФОРМАЦИЯ, ДЕЗИНФОРМАЦИЯ И ЗЛОНАМЕРЕНА ИНФОРМАЦИЯ.*

Клеър Уордъл и Хосеин Дерахшан



МОДУЛ 2

Кратко съдържание

Терминът „fake news“ и дори „fake media“ е бил използван в различни случаи като определение на информация, с която засегнато лице не е било съгласно. Карта на Google Trends/Гугъл Тенденции показва, че хората са започнали да търсят активно този термин през втората половина на 2016 г.[1] *В този модул ще обясним: а) защо този термин не е адекватен да обясни мащабите на информационното замърсяване, и б) защо стана толкова проблематичен, че би трябвало да избягваме да го използваме.*

За съжаление това словосъчетание по своята същност е уязвимо, защото може да бъде политизирано и използвано като оръжие изобщо срещу медийната индустрия, като средство за дискредитиране на информацията, която не се харесва на управляващите. Вместо това препоръчваме да се използват термините „дезинформация“ и „неточна/некоректна информация“. Този модул ще разгледа различните видове дезинформация и неточна информация, като проверява дали те могат да се отнесат към „информационния безпорядък“.

Това се отнася за сатирата и пародията, за заглавията от типа клик-бейт и въвеждащите в заблуждение визуални ефекти и статистики, както и за истинско съдържание извън контекста, за „самозвани“ съдържания (когато името на журналист или логото на редакция се използва от хора, които нямат нищо общо с тях), а също и за манипулирани или изфабрикувани съдържания. Става ясно, че проблемът е много по-сложен, отколкото предполага терминът „fake news“ или фалшива новина.

Искаме ли да намерим решения за замърсяването, разпръсквано от този тип информация в нашите социални потоци, за да спрем неговото проникване в традиционните медии, трябва да разсъждаваме много по-внимателно. Като мислим и за хората, които създават този тип съдържания, и за тяхната мотивация. Какви типове сдържания се произвеждат и как те се приемат от аудиторията? И какво мотивира хората, които използват социалните мрежи, да споделят тези послания? Проблемът има много аспекти и много дискусии не отчитат тази сложност. В края на този модул участниците би трябвало да използват адекватни термини и дефиниции при обсъждането на проблемите, свързани с „информационния безпорядък“.

---

* *Авторите изтъкват разликата между дезинформация (disinformation): лъжлива информация, създадена с умисъл да нанесе вреда на личност, социална група, организация или държава; неточна информация, некоректна информация (misinformation): лъжлива информация, която обаче не е създадена с намерението да вреди; и злонамерена информация (malinformation): информация, която почива върху реални факти, но се използва, за да нанесе вреда – б.р.*

[1] Google Trend Map of the term Fake News. Available at: https://trends.google.com/trends/explore?date=today%205-y&q=fake%20news [accessed 06/04/2018].

План

В това ръководство обикновено се използват термините „дезинформация“ и „неточна информация“ за разлика от достоверната информация в обществен интерес, продукт на истинската журналистика.

През повечето време говоренето за „фалшиви новини“ събира две понятия: дезинформация и неточна информация. Полезно е да обясним, че неточната информация е лъжлива информация, но човекът, който я разпространява, вярва, че е истина. Затова пък дезинформацията е лъжлива информация и човекът, който я разпространява, знае, че тя е лъжлива. Това е преднамерена лъжа, пускана с умисъл – видно, хората се оставят да бъдат активно дезинформирани от недоброжелатели.[2]

Една трета категория би могла да бъде означена като „злонамерена информация“. Това е информация, която почива върху реални факти, но използвана, за да нанесе вреда на личност, предприятие, организация или страна. Може например да е статия, в която неоправдано от гледна точка на обществения интерес се разкрива сексуалната ориентация на някой човек. Важно е да се отличават истинните съобщения от лъжливите, но и от такива, които са истинни (или съдържат част от истината), но са създадени, произведени или разпространени от „агенти“ с намерението да нанесат вреда, а не да служат на обществения интерес. Тази злонамерена информация – например вярна информация, свързана с нахлуване в нечий личен живот, без това да е оправдано от общ интерес – е в разрез с нормите на журналистическата етика.

Независимо от посочените различия последствията за информационната среда и за обществото могат да бъдат сходни (например нарушение на целостта на демократичния процес, понижение на нивото на защита). Освен това в някои случаи тези три разновидности се комбинират и е доказано, че примери от една категория често са придружени от примери на другите две (излъчват се например на различни платформи или в последователност) в рамките на замислена от конкретни субекти по-широка дезинформационна стратегия. Все пак е полезно да се помнят различията, защото причините, методите и средствата за защита могат съответно да варират.

Президентските избори във Франция предоставиха примери, които илюстрират и трите типа „информационен безпорядък“.

[2] По-дълбоко вникване в различните дефиниции може да се открие в проучването на Karlova & Fisher. (2012).



Фигура 1. *„Информационен безпорядък“*

1. *Примери за дезинформация:*

Един от опитите за измама по време на френската предизборна кампания беше подвеждащ дубликат на белгийския вестник Le Soir[3] *с лъжлива статия, която твърдеше, че президентската кампания на Еманюел Макрон била финансирана от Саудитска Арабия. Друг пример е изтичането в интернет на документи, съдържащи фалшива информация, според която Макрон притежавал офшорна банкова сметка на Бахамите.*[4] *И трети пример, когато дезинформацията бе разпространена чрез атака в Туитър – хора от слабо свързани мрежи публикуваха под един и същи хаштаг еднакви съобщения със слухове за личния живот на кандидата.*

2. *Примери за неточна информация*

Терористичната атака на „Шанз Елизе“ в Париж на 20 април 2017 г. отприщи вълна от неточна информация[5]*, както обикновено се случва*

[3] CrossCheck. (2017). Was Macron's campaign for French Presidency financed by Saudi Arabia? Available at: https://crosscheck.firstdraftnews.org/checked-french/macrons-campaign-french-presidency-financed-saudi-arabia/[accessed 03/04/2018].

[4] CrossCheck.(2017). Did Emmanuel Macron Open an Offshore Account? CrossCheck, Available at: https://crosscheck.firstdraftnews.org/checked-french/emmanuel-macron-open-offshore-account/[accessed 03/04/2018].

[5] Един от примерите беше слух, че мюсюлманите във Великобритания празнували атаката. Тази информация беше опровергана от CrossCheck project: CrossCheck,(April 22, 2017) Did London Muslims 'celebrate' a terrorist attack on the Champs-Elysees? CrossCheck, Available at: https://crosscheck.firstdraftnews.com/checked-french/london-muslims-celebrate-terrorist-attack-champs-elysees/[accessed 03/04/2018].

при извънредни ситуации. Отделни лица в социалните мрежи неволно започнаха да разпространяват какви ли не слухове, в това число и новината, че бил убит втори полицай. Хората, които споделят подобен тип съдържания, рядко го правят със зла умисъл. По-скоро те не са на себе си от случващото се и се опитват да бъдат полезни, но не могат адекватно да проверят информацията, която споделят.

3. Примери за злонамерена информация

Фрапантен пример за злонамерена информация е появата на електронни писма на Еманюел Макрон на 7 май непосредствено преди втория тур на президентските избори. Документите бяха признати за истински. Това изтичане обаче минути преди началото на забраната на агитация в деня преди изборите очевидно имаше за цел да нанесе възможно най-голяма вреда на кампанията на Макрон.

Терминът „пропаганда" не е синоним на „дезинформация", макар че дезинформацията може да служи на интересите на пропагандата. Ала пропагандата по принцип е по-открито манипулативна от дезинформацията, защото обикновено разчита повече на емоциите, отколкото на информацията.[6]

В този модул се съсредоточаваме върху неточната информация и най-вече върху дезинформацията, като предлагаме примери и за други типове информационен безпорядък.

Категориите дезинформация, неточна информация и злонамерена информация, описани по-горе, не трябва да се смесват с различно представяне на истинни новинарски наративи.

Например един журналист може да напише: „Макар и не от висшата лига на Бърни Мадоф, предполагаемата измама в тази нова афера удари силно малките инвеститори." Друг журналист с пълно право би могъл да представи нещата по следния начин: „Предполагаемата измама при тази нова афера удари силно малките инвеститори, но случаят не е от висшата лига на Бърни Мадоф." Втората формулировка дава по-голяма възможност да се минимализира сравнението. Въпросът за различните акценти в двата примера сам по себе си не се свежда до продължение на дезинформацията или неточната информация в описания по-горе смисъл. Това са две напълно легитимни интерпретации на една и съща ситуация.

Работата е там, че наративът присъства в информацията, но също така в дезинформацията, неточната информация и злонамерената информация. Наративът стъпва върху факти, избрани като значими (или са измислени, или цитирани извън контекста в токсичните

[6] Neale, S. (1977). Propaganda. Screen 18-3, pp. 9-40.

комуникации). В статия за престъпление, която не е дезинформация или сродните ѝ, журналистът може да прецени като важно да спомене расата или предполагаемата националност на извършителя или жертвата. Например може нападателят да е мигрант и мъж, а жертвата – жена, гражданка на страната. Уместността на тези подробности за разказа обаче се определя от разследващата способност на журналиста и по-конкретно от идеологията, перспективата и начина на представяне на важността или каузалността на фактите. Това е една от причините, поради които „проверката на фактите" може да се съпровожда от „деконструкция на разказа" – изучаване на семантичните структури, използвани за описание на фактите и нефактите с определена цел. В отговорната журналистика разказите могат да се различават и съществуването на различни разкази не означава, че журналистиката губи своите отличителни особености в сравнение с наративите в други форми на комуникация, като разгледаните по-долу.

1. *Сатира и пародия*

Включването на сатирата и пародията в типологията на дезинформацията и неточната информация може да изглежда странно. Наистина сатирата и пародията могат да се разглеждат като форми на изкуството. Обаче в свят, където хората все по-често получават информация чрез своите социални канали, възниква объркване, когато аудиторията не разбира, че даден сайт е сатиричен. За пример може да послужи The Khabaristan Times, сатирична колонка и сайт, част от новинарския сайт Pakistan Today.[7] През януари 2017 г. сайтът бе закрит в Пакистан и прекрати публикациите си.[8]

2. *Лъжлива връзка*

Липсата на връзка между заглавията, образите, обяснителните текстове към тях и съдържанието е пример за лъжлива връзка. Най-разпространеният пример за това са заглавията „клик-бейт" (рекламна техника за измамно увеличаване на кликванията). Все по-жестоката конкуренция за привличане на вниманието на аудиторията притиска редакторите да създават примамливи заглавия, дори и ако след прочитане на статията хората се почувстват излъгани. Крещящ пример

[7] Pakistan Today (2018). Anthropologists make contact with remote cut-off tribe still thanking Raheel Sharif. [online].Khabaristan Today. Available at: https://www.pakistantoday.com.pk/2017/01/11/anthropologists-make-contact-with-remote-cut-off-tribe-still-thanking-raheel-sharif/[accessed 06/04/2018].

[8] Сред източниците по темата има текст на Джули Позети, съредактор на този наръчник, написан в сътрудничество с Алис Матюс (Alice Mathews), available at https://www.icfj.org.

за това може да се открие на сайта Political Insider[9]. Това се случва и когато образи или надписи се използват, особено във Фейсбук, за да създадат определено впечатление, което не е подкрепено от текста. Когато хората само преглеждат „нюзфийда" („newsfeed")* си в социалните мрежи, без да натискат върху различните статии (което често се случва), въвеждащите в заблуждение образи или надписи могат да бъдат особено лъжливи.

3. *Подвеждащо съдържание*

При този тип съдържание има измамно използване на информацията, за да се представят събитията и личностите под определен зрителен ъгъл – чрез обработка на снимки или избирателен подбор на цитати и статистики. Това се нарича „фрейминг" („framing").*[10] Примери за това – на Rappler. com.[11] Образите са особено мощно средство за разпространението на въвеждаща в заблуждение информация, защото нашият мозък е по-малко склонен да ги приема критически.[12] Платената реклама („native advertising")*, която имитира редакционно съдържание, също попада в тази категория, когато не е достатъчно идентифицирана като спонсорирано съдържание.[13]

4. *Лъжлив контекст*

Една от причините, поради които терминът „фалшиви новини" е безполезен, се заключава в това, че истинско съдържание често се разпространява отново, извадено от първоначалния контекст. Например

---

[9] The Political Insider (2015). First time voter waited 92 years to meet Trump… what happened next is AMAZING! [online] Available at: https://thepoliticalinsider.com/first-time-voter-waited-92-years-to-meet-trump-what-happened-next-is-amazing/[accessed 06/04/2018].

* "Newsfeed" – започнало като Really Simple Syndication (RSS) формат за разпространение на съдържание, чрез който може да се разчита на бърз достъп до най-новите заглавия от дадена категория, както и на свежо съдържание, което да се добави към блог или сайт, значението на термина се разширява с помощта на социалните мрежи като Фейсбук и Туитър, където става централен елемент, тъй като показва съдържание и актуализация на статусите на други потребители и сайтове с профили. – Б.р.

* „Теория на рамкирането" („framing theory") е теория, според която медиите имат тенденцията да центрират вниманието си върху някои събития, като ги поставят в едно семантично поле – Б.р.

[10] Entman, R., Matthes, J. & Pellicano, L. (2009). Nature, sources, and effects of news framing. In: K. Wahl-Jorgensen & T. Hanitzsch. (Contributor).(ed.) Handbook of Journalism studies. [online] New York: Routledge, pp.196-211. Available at: https://centreforjournalism.co.uk/sites/default/files/richardpendry/Handbook%20of%20Journalism%20Studies.pdf [accessed 03/04/2018].

[11] Punongbayan, J. (2017). Has change really come? Misleading graphs and how to spot them. Rappler.com. [online] Available at: https://www.rappler.com/thought-leaders/20177731-duterte-change-fake-news-graphs-spot [accessed 06/04/2018].

[12] Вж. статията на Hannah Guy в списъка на литературата към настоящия модул.

* "Native advertising" е форма на реклама, при която рекламното съдържание се представя в същия стил като редакционното.Тъй като не е ясно отграничена и въздейства като журналистическо съдържание, е проблемна от гледна точка на журналистическата етика. – Б.р.

[13] Вж. Модул 3.

снимка от Виетнам, направена през 2007 г., седем години по-късно се появява като фотография от Непал след земетресението през 2015 г.[14]

5. *Самозвано съдържание*

Понякога статии се подписват с имената на журналисти, които не са техни автори, или видео и изображения носят логото на организация, която не ги е създала. Например в навечерието на изборите в Кения през 2017 г. BBC Africa откри, че някой е създал видео с нейното лого, изработено на фотошоп, и слогана на BBC, което се разпространява по WhatsApp.[15] *Така че компанията трябваше да направи видео, което разпространи в социалните мрежи, предупреждавайки хората да не вярват на фалшификата.*

6. *Манипулирано съдържание*

Това е истинско съдържание, манипулирано с цел да измами потребителя. Пример от Южна Африка – снимки на журналистката Фериал Хафаджи, сътрудничка на южноафриканското издание на Huffington Post, седнала на колене на бизнесмена Йохан Руперт, сякаш между тях има интимни отношения.[16]

7. *Изфабрикувано съдържание*

Този тип съдържание може да бъде представен в текстови формат – например изцяло изфабрикувани „новинарски сайтове", като самозвания WTOE5 News, който публикува фантазна статия, че папата подкрепял кандидатурата на Доналд Тръмп за Белия дом. Форматът може да бъде и визуален, като измамната графика, внушаваща, че може да се гласува за Хилари Клинтън чрез SMS[17]*. Тези графики бяха насочени към малцинствените общности в социалните мрежи по време на кампанията за президентските избора в САЩ през 2016 г.*

Обществото като цяло и журналистите по-специално трябва да разглеждат поотделно всеки от „елементите", които съставляват „информационния безпорядък": агент, съобщения, интерпретатори. Агентът, създаващ изфабрикуваното съдържание, може да бъде различен от агента, който го продуцира, както и от агента, който го

[14] Pham, N. (2018). Haunting 'Nepal quake victims' photo from Vietnam. BBC. [online] Available at: http://www.bbc.co.uk/news/worldasia-32579598 https://www.rappler.com/thought-leaders/20177731-duterte-change-fake-news-graphs-spot [accessed 06/04/2018].

[15] BBC (2017). Kenya election: Fake CNN and BBC news reports circulate. [Online] Available at: http://www.bbc.co.uk/news/worldafrica-40762796 [accessed 06/04/2018].

[16] Haffajee, F. (2017). Ferial Haffajee: The Gupta fake news factory and me. HuffPost South Africa. [online] Available at: https://www.huffingtonpost.co.za/2017/06/05/ferial-haffajee-the-gupta-fake-news-factory-and-me_a_22126282/[accessed 06/04/2018].

[17] Haltiwanger, J. (2016). Trump Trolls Tell Hillary Clinton Supporters They Can Vote Via Text. Elite Daily. Available at https://www.elitedaily.com/news/politics/trump-trolls-hillary-clinton-voting-text-message/1680338 [accessed on 23/03/2018].

разпространява. Необходимо е дълбоко разбиране кои са тези агенти и какви са техните мотиви. По същия начин трябва да бъдат осмислени различните типове съобщения, разпространявани от агентите, като се оценява мащабът на всяко такова съобщение, за да му се противодейства. (До този момент дебатите бяха насочвани предимно към изфабрикуваните текстове, разпространявани от информационни сайтове, макар че визуалното съдържание присъства не по-малко, а е и доста по-сложно за идентифициране и обезвреждане.)

Освен това трябва да имаме предвид и трите различни фази, свързани с „информационния безпорядък“: създаване, продуциране и разпространение (фиг. 2). Анализът на различните фази при примерите за „информационен безпорядък“, както и на различните съставни елементи е много важен, защото агентът, който манипулира съдържанието, често е различен и от производителя, и от разпространителя.



Фигура 2. *Трите елемента на „информационния безпорядък“*

Например мотивите на „мозъка“, който създава дезинформационните кампании, зад които стои държавата, се отличават много от мотивите на нископлатените „тролове“, на които е поръчано да развият темите на кампанията в целеви послания. Щом едно послание е разпространено, то може да бъде възпроизвеждано и препредавано безкрайно от многочислени различни участници, всеки от които има собствена мотивация. Например същото послание, пуснато в соци-

ална мрежа, може да бъде разпространено от няколко общности и се стига до това, че постът се подема от традиционните медии (без да се направят необходимите проверки) и после се предава на други общности. Само като разгледаме по такъв начин „информационния безпорядък", започваме да разбираме тези нюанси.

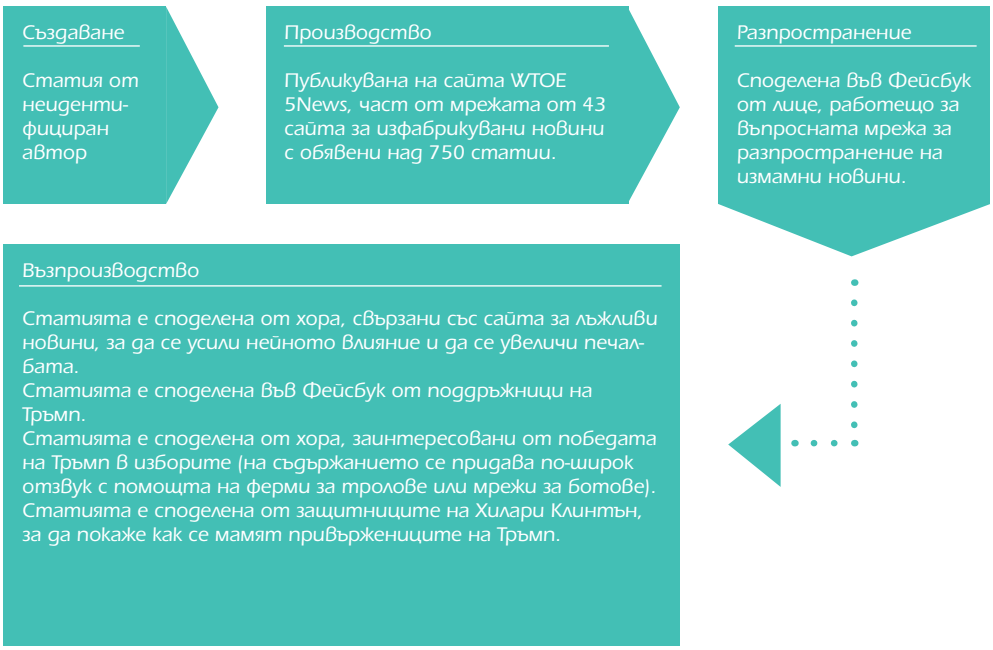
Таблица. *Структура на токсичността: как може да бъде повредена целостта на информацията*

	Актьори: правителства, отдели за специални операции, предприемачи, ПР фирми, отделни хора, медии	**Софтуер**
Създаване на съдържанието – истории, коментари, лайкове, видео, мемета	Често със скрити, откраднати, или лъжливи самоличности (ID)	Интерактивни интерфейси
Разпространение на съдържание чрез споделяне или линкове	Използване на ботове	Ботове
„Редактиране" на съдържание: променяне, модериране, поднасяне	Хакинг и гейминг	Алгоритми

Източник: *Berger, G. (2017). Available at: https://en.unesco.org/sites/default/files/fake_news_berger.pdf [accessed 22/04/2018].*

Примерът със сайта, публикувал фалшивата новина с висока токсичност, че папата бил подкрепил кандидатурата на Тръмп, е сред най-известните.[18] И е много полезен при осмисляне на различните фази на „информационния безпорядък" (вж. фиг. 3).

[18] WTOE 5News (2016). Pope Francis shocks world, endorses Donald Trump for President, releases statement. [online] Available at: https://web.archive.org/web/20161115024211/http://wtoe5news.com/us-election/pope-francis-shocks-world-endorses-donald-trump-for-president-releases-statement/[accessed 06/04/2018].



Фигура 3. *Фази на „информационния безпорядък“*

Цели на модула

- ▷ *Да станем по-взискателни потребители на информацията, която намираме в интернет, като разсъждаваме за широкия спектър от дезинформация и неточна информация.*
- ▷ *Критично да анализираме действията на хората (често анонимни или самозванци), които създават този тип информация, като отчитаме различните използвани формати и начините на разпространение и интерпретиране.*
- ▷ *Да разбираме комплексността на „информационния безпорядък“ и по-специално необходимостта да се отличават създателите на този тип информация, използваните от тях формати и начина, по който ползвателите могат да споделят тези информации.*
- ▷ *Да умеем да отчитаме трудностите, които възникват при решаването на проблема с дезинформацията и неточната информация.*
- ▷ *Да изтъкваме по какъв начин „информационният безпорядък“ засяга демокрациите и отворените общества (предмет на предходния модул).*

Резултати от обучението

В края на този урок участниците би трябвало да умеят:

1. *Да оценяват различните начини, по които тази тема е дискутирана и форматирана от политиците, информационните медии и академичния свят.*
2. *Да разбират как лъжата и вредата са свързани в „информационния безпорядък".*
3. *Да разбират различните типове неточна информация и дезинформация и да ги отнасят към различните примери.*
4. *Да разсъждават критично за примери на дезинформация, като изследват кой ги е пуснал/създал, как изглежда съобщението и по какъв начин може да бъде интерпретирано от аудиторията.*
5. *Да обяснят защо е толкова важно да се разсъждава задълбочено върху проблема.*

Формат на модула

Теоретична лекция и практическо занимание

Диапозитивите за този модул[19] *са предназначени за по-продължителен интерактивен семинар.*

В рамките на тази учебна програма обаче приведеният по-горе текст се предлага като основа за теоретична лекция. Практическите упражнения на диапозитивите са предназначени за 90-минутен урок. Преподавателите трябва да използват въпросите от диапозитивите, като организират обсъждане и упражнения.

Упражнение 1. На фигура 4 са описани седемте типа дезинформация и неточна информация. От участниците, разделени по двойки или на малки групи, се иска да дадат примери, съответстващи на тези категории.

[19] На разположение на адрес: https://en.unesco.org/sites/default/files/fake_news_ syllabus_-_model_ course_1_-_slide_deck.pdf.



Фиг. 4: *Седем категории на „информационния безпорядък" – firstdraftnews.org*

Упражнение 2: Разгледайте диаграмата на Вен (фиг. 1), за да разберете разликите между неточна информация, дезинформация и злонамерена информация. Съгласни ли сте с показаното? Какво липсва? Има ли нещо, което не ви се струва точно?

Свързване на плана с резултатите от обучението

A. Теория

Лекция	**Часове**	**Резултати от обучението**
Презентация и дискусия в клас: с придобитите знания, приложени към неотдавнашни случаи на дезинформация и неточна информация	90 минути	1

Б. Практика

Лекция	Часове	Резултати от обучението
Упражнение 1: Разгледайте фиг. 4, където са описани типовете дезинформация и неточна информация, и по двойки или на малки групи намерете примери за тези категории	45 минути	2
Упражнение 2: Разгледайте фиг. 1, където са описани разликите между неточна информация, дезинформация и злонамерена информация. Съгласни ли сте с това? Какво липсва? Има ли нещо, което не ви се струва точно?	45 минути	3



Примерни упражнения

Създайте „сториборд"(„storyboard")[20] за обяснително видео, което над лентата с течащите новини („нюзфийд") в социалните мрежи да предупреждава потребителите за какво да внимават при ползване на информацията. Участниците могат също така да дадат примери за дезинформация и неточна информация и да подчертаят колко рисковано е да изразяват подкрепа на съдържание с лайк, да го споделят или коментират, без преди това да са проверили дали е истина. Практичен инструмент за създаване на сториборд: http://www.storyboardthat.com/



Материали

Диапозитиви: https://en.unesco.org/sites/default/files/fake_news_syllabus_-_model_course_1_-_slide_deck.pdf

[20] Творчески процес на планиране, използван в рекламата, киното, документалистиката и журналистиката – графично представяне по кадри на текстовия поток и на видео или аудио съдържанието.

Литература

Berger, G.(2017). F*ake news and the future of professional and ethical journalism.Presentation at conference organized by the Joint Extremism/ Digital Europe Working Group Conference of the European Parliament on 6 September 2017*. Available at: https://en.unesco.org/sites/default/files/fake_news_berger.pdf.

Busby, M., Khan, I. & Watling, E. (2017). *Types of Misinformation During the UK Election*, First Draft News. Available at: https://firstdraftnews.com/misinfo-types-uk-election/.

Guy, H. (2017). *Why we need to understand misinformation through visuals*, First Draft News. Available at: https://firstdraftnews.com/understanding-visual-misinfo/.

Karlova, N.A. & Fisher, K.E. (2012). „Plz RT": *A Social Diffusion Model of Misinformation and Disinformation for Understanding Human Information Behaviour. Proceedings of the ISIC2012 (Tokyo)*. Available at: https://www.hastac.org/sites/default/files/documents/karlova_12_isic_misdismodel.pdf.

Silverman, C. (2017). *This is How your Hyperpartisan Political News Get Made*, BuzzFeed News, Available at: https://www.buzzfeed.com/craigsilverman/how-the-hyperpartisan-sausage-is-made?

Wardle, C. & Derakhshan, H. (2017). *Information Disorder: Towards an Interdisciplinary Framework for Research and Policy-Making*. Council of Europe. Available at: https://firstdraftnews.com/resource/coe-report/

Wardle, C. & H. Darakhshan (2017) One year on, we're still not recognizing the complexity of information disorder online, First Draft News, Available at https://firstdraftnews.org/coe_infodisorder/

Zuckerman, E. (2017). *Stop Saying Fake News, It's Not Helping, My Heart's in Accra*. Available at: http://www.ethanzuckerman.com/blog/2017/01/30/stop-saying-fake-news-its-not-helping/.

ТРАНСФОРМАЦИЯ НА НОВИНАРСКАТА ИНДУСТРИЯ: ЦИФРОВА ТЕХНОЛОГИЯ, СОЦИАЛНИ ПЛАТФОРМИ И РАЗПРОСТРАНЕНИЕ НА НЕТОЧНА ИНФОРМАЦИЯ И ДЕЗИНФОРМАЦИЯ

Джули Позети



МОДУЛ 3

Кратко съдържание

Дигиталната ера бе наречена „златен век за журналистиката“[1]. И наистина тя позволи разработването на богати находища от данни, което доведе до нов етап в разследващата журналистика[2], нови модели на трансгранично сътрудничество и откри достъп до съкровища на знанието и до разнообразни източници само на един клик разстояние. Но същевременно цифровата технология създаде безпрецедентни проблеми и структурни промени в информационната индустрия. Журналистиката се оказа „под огъня“[3], сблъсквайки се с виртуалната „перфектна буря“ от конвергентни напори, които подхранват „информационния безпорядък“[4]. Това включва:

- *Раждането на компютърната пропаганда[5] и превръщането на недоверието в оръжие[6].*
- *Цифровата технология разстройва рекламната и информационната индустрия, като предизвиква колапс на традиционния бизнес модел и масова безработица.*
- *Неспособност на цифровата реклама да поддържа журналистиката като заместител на печатната реклама (Гугъл и Фейсбук сега са главните бенефициенти от продажбите на реклама в интернет).[7]*
- *Дигиталната конвергенция, видоизменяща производството, публикуването и разпространението на съдържание, значително съкращава сроковете, което води до допълнителна загуба на работни места.*

---

[1] Posetti, J. (2017). Protecting Journalism Sources in the Digital Age UNESCO, Paris. p 104. Available at: http://unesdoc.unesco.org/images/0024/002480/248054E.pdf [accessed 01/04/2018]. (Citing ICIJ Director, Gerard Ryle).

[2] Obermayer, B. & Obermaier, F. (2016). The Panama Papers: Breaking the story of how the rich and powerful hide their money, One World, London.

[3] UNESCO (2018). World Trends in Freedom of Expression and Media Development 2017/2018. UNESCO, Paris. Available at: http://unesdoc.unesco.org/images/0025/002597/259756e.pdf [accessed 29/03/2018].

[4] Wardle, C. & Derakhshan, H. (2017). Цит.съч., Съвет на Европа, Бележка: Видеозапис на панелната дискусия на Международния фестивал на журналистиката през 2018, организирана от автора на главата, може да се използва като ресурс в работата по този модул. Available at: https://www.journalismfestival.com/programme/2018/journalisms-perfect-storm-confronting-rising-global-threats-from-fke-news-to-censorship-surveillance-and-the-killing-of-journalists-with-impunity.

[5] Clarke, R. & Gyemisi, B. (2017). Digging up facts about fake news: The Computational Propaganda Project. OECD. Available at: http://www.oecd.org/governance/digging-up-facts-about-fake-news-the-computational-propaganda-project.htm [accessed 01/04/2018].

[6] UNESCO (2017). States and journalists can take steps to counter 'fake news'. UNESCO, Paris. Available at: https://en.unesco.org/news/states-and-journalists-can-take-steps-counter-fake-news [accessed 29/03/2018].

[7] Kollewe, J. (2017). Google and Facebook bring in one-fifth of global ad revenue The Guardian, May 2nd 2017. Available at: https://www.theguardian.com/media/2017/may/02/google-and-facebook-bring-in-one-fifth-of-global-ad-revenue [accessed 29/03/2018].

- ▷ Журналистите (особено жените), техните източници и аудитория целенасочено биват подлагани на нападки в интернет.[8]
- ▷ Появата на социални медиаплатформи, които поставят аудиторията на преден план при търсенето и разпространението на съдържание[9] и я привличат за сътрудник при производството на новини (което носи много предимства, но и дестабилизира функцията на традиционните медии като пазачи и оказва въздействие върху критериите за проверка[10]).
- ▷ Търсенето от потребителите на „новини по поръчка", мобилна доставка и участие в реално време в социалните мрежи засилва още повече натиска върху професионалните журналисти, сблъскващи се с намаляване на ресурсите в неспирния информационен цикъл.
- ▷ Издателите на новини се борят да запазят своята аудитория, тъй като отсъствието на „бариери" за публикуване позволява на всяко физическо или юридическо лице – и по-специално на разполагащи с власт политици, които се опитват да обезсилят отправяните към тях критики – да създава съдържание, като заобикаля традиционните пазачи и отнема от аудиторията.[11]
- ▷ Ограничено влияние и рентабилност на много нови цифрови медийни стратиращи компании, които запълват нишата, оразнена чрез фалита на печатните вестници.
- ▷ Ерозия на доверието към журналистите и основните медиаорганизации, водеща до още по-голямо разпръскване на аудиторията и намаляване на приходите, което подхранва разпространението на „информационния безпорядък".

В резултат на всичко това все повече се размиват границите между факти, развлечение, реклама, фабрикувано съдържание и измислица. А когато дезинформацията и неточната информация са пуснати в движение, системата на разпространение на новини в социалните мрежи – от един на друг – придава такава заразност на съдържанието, че не е

---

[8] Вж. Модул 7.

[9] Nielsen, R.K. & Schroeder, C. K. (2014). The Relative Importance of Social Media for Accessing, Finding and Engaging with News in Digital Journalism, 2(4). Available at: http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/21670811.2013.872420 [accessed 29/03/2018].

[10] Posetti, J. & Silverman, C. (2014). When Good People Share Bad Things: The Basics of Social Media Verification in Posetti (Ed) Trends in Newsrooms 2014 (WAN-IFRA, Paris). Available at: http://www.wan-ifra.org/sites/default/files/field_media_image_file_attach/WAN-IFRA_Trends_Newsrooms_2014.pdf [accessed 29/03/2018].

[11] Cadwalladr, C. (2017). Trump, Assange, Bannon, Farage… bound together in an unholy alliance, The Guardian, October 28th 2017. Available at: https://www.theguardian.com/commentisfree/2017/oct/28/trump-assange-bannon-farage-bound-together-in-unholy-alliance [accessed 29/03/2018].

възможно да бъде отстранено, дори и ако журналистите и други проверяващи успешно са разобличили фалшификацията.

Този модул обяснява как в цифровата епоха рухнаха много комерсиални бизнес модели на новинарски медии, съчетано с процеса на цифровизация и появата на социални медии, което направи възможно вирусното разпространение на дезинформация и неточна информация[12]. *Освен това той ще запознае участниците с появата на добри практики за овладяване на проблема.*



План

<u>Как да подходим към проблемите</u>

Структурните причини за „информационния безпорядък", засегнал информационната индустрия

I) Рухване на традиционните икономически модели

Бързото спадане на традиционните приходи от реклама – модел на финансиране, поддържал комерсиалната журналистика почти два века – и недостатъчните печалби от цифровата реклама спешно наложиха да се експериментират нови модели за устойчив журналистически бизнес. Обаче крахът на новинарската индустрия само се ускори с резкия срив на вестниците, драматичните преструктурирания и масовите уволнения, съдба на редакциите по цял свят в цифровата ера. Промяната на поведението на потребителите на средствата за масова информация и разпространението на социалните медии наред с все по-достъпните смартфони, снабдени с приложения, също накараха аудиторията да се откаже от традиционните информационни продукти, за да премине към модела на обмен на информация „от един на друг", довело до по-нататъшно съкращаване на приходите.

Последствията от „информационния безпорядък" включват:

- *намаляване на средствата, с които разполагат редакциите (персонал и бюджет), което води до снижаване на равнището на проверката на източниците и информацията и ограничава броя на репортажите „от мястото на събитието";*
- *усилен натиск на крайния срок („deadline"), отслабване на контрола на качеството на информацията, загуба на работни места, дока-*

[12] Posetti, J. & Silverman, C. (2014). Цит.съч.

то расте търсенето на поточно съдържание за запълване на началните страници на сайтовете и каналите на социалните медии;

- *по-малко време и ресурси за „контрол и уравновесяване" („checks and balances"), включително що се отнася до проверката на фактите от репортерите и редакторската преценка преди публикуване;*
- *прекомерно разчитане на слабо идентифицираната, но печеливша „нейтив реклама"[13] и на „клик бейта"*, които още повече подриват доверието на аудиторията.*

II) Дигитална трансформация на редакциите и начина на разказване на истории (storytelling)

Първото десетилетие на XXI в. предизвика шокова вълна в областта на медиите[14], като дестабилизира моделите и процесите на производство, разпространение и потребление на новини в хода на установяването на дигиталната ера. Това предложи безпрецедентни възможности и предизвикателства. Дигиталната трансформация на новинарската индустрия и журналистическия занаят сега се разбират като постоянен процес, който е задвижван както от еволюцията на поведението на аудиторията (например разпространение на съдържания „от един на друг", достъп до информация по търсене), така и от развитието на технологията (появата на социалните медиаплатформи, виртуалната реалност, изкуствения интелект и увеличаващата се достъпност до смартфоните).[15] Това изисква непрекъснато изграждане на нови умения и компетентности.

Въздействието на „информационния безпорядък" включва:

- *Конвергенция на медиите: сега много журналисти създават по поръчка съдържание едновременно за няколко платформи (от*

[13] *Както вече пояснихме, с термина „native advertising" в информационната индустрия се означава платено съдържание, което имитира формата на журналистическа статия. Макар че етичната практика изисква ясно да се посочва, че става дума за платено съдържание, понякога страхът да не се отблъсне читателя замъглява прозрачността.*

[*] *„Клик бейт" (от английски: „clickbait, в превод: „примамка за кликания", „стръв за кликания") е термин, който описва подвеждащо уеб съдържание, насочено към генерирането на приходи от онлайн реклама, правейки компромис с качеството и точността на предоставяната информация. – Б.р.*

[14] Nielsen, R. K. (2012). The Ten Years That Shook the Media World: Big Questions and Big Trends in International Media Developments (Reuters Institute for the Study of Journalism, Oxford). Available at: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017-09/Nielsen%20-%20Ten%20Years%20that%20Shook%20the%20Media_0.pdf [accessed 29/03/2018].

[15] *За подробен анализ на тенденциите при дигиталните медии на световно равнище вж. годишния доклад за 2018 г. на Института за изследване на журналистиката „Ройтерс" към Оксфордския университет,* Institute for the Study of Journalism (RISJ). Available at: http://www.digitalnewsreport.org/survey/2018/overview-key-findings-2018/.

мобилни до печатни), което още повече съкращава времето за проактивния репортаж, съвсем различен от „реактивните" журналистически дейности, като възпроизвеждане на ПР съдържание без необходимата бдителност и критичност.

- ▷ Все по-често от репортерите се иска да поемат и редакторската проверка и сами да публикуват собствените си материали без съответната преценка.[16]
- ▷ Дигиталните медии съкращават сроковете за публикуване – при тях срокът означава „сега" и това увеличава риска от грешки.
- ▷ Обичайна практика е материалите да се публикуват първо в социалните мрежи – репортерът пуска статията си първо на личния си акаунт или/и на този на издателя, за да отговори на потребителското търсене на информация в реално време. Тази практика включва „live tweeting", „Facebook Live" видео и други журналистически формати, които не предполагат непременно контролиращо редакторско око (както при прякото предаване), което може да доведе до „първо публикувай, после проверявай" мислене.
- ▷ Доверяване на рудиментарни аналитични данни, които се свеждат главно до броя кликвания върху статия или броя посетители на сайта, вместо да отчитат „минутите внимание" и „посветеното време" (много по-ценни показатели за качествена журналистика и задълбочени статии), които се използват да оправдават все по-високите цени на все по-оскъдната и нискокачествена дигитална реклама.
- ▷ Практиката на клик бейт (буквално примамка за кликове, използване на лъжливи заглавия и интригуващи образи, за да се накара читателя да кликне върху връзките), замислена да управлява трафика, но свързвана с подкопаване на доверието в професионалната журналистика.
- ▷ Търсене на „вирусност" за сметка на качеството и точността, като проблемът вероятно ще се задълбочава с машинното самообучение („machine learning").
- ▷ Увеличаване на групите за проверка на фактите („fact-checking") по редакциите и като резултат от проекти за развитие на медиите.

[16] Вж. тематичното изследване Australian Community Media (ACM): Robin, M. (2014). Who needs subs? Fairfax turns to reporter-only model Crikey. Available at: https://www.crikey.com.au/2014/10/16/who-needs-subs-fairfax-turns-to-reporter-only-model/[accessed 29/03/2018]. (Бележка: този метод сега е твърдо установен в регионалните публикации на Fairfax Media, както и в тези, които са в селските райони или са насочени към общностите).

III) Вирусност: как дезинформацията се разпространява бързо в новата екосистема на новините?

а) Нарастване на аудиторията

Дигиталната ера премахна бариерите за публикуване[17] *и „средствата за производство преминаха у хората, преди наричани аудитория“*[18]*, които сега станаха копродуценти на съдържание и по-специално на новини – функция и практика, описвана като „produsage“**[19]*. Отначало те си изграждаха аудитория чрез чатове и електронна поща, но появата на социалните мрежи рязко разшири техния обхват.*

б) Появата на социалните мрежи

В края на миналия век в много страни Туитър и Фейсбук се бяха присъединили към Ютюб като стълбове на социалните медии, оказващи влияние върху практиката и професионалната идентичност на журналистите (особено що се отнася до проверката, въвличането на аудиторията и сблъсъка между личната и публичната сфера, случващ се на социалните платформи[20]*), както и върху разпространението на съдържание. Наред с развиването на индивидуално изградени около доверието социални мрежи, разпространението на съдържание „от един на друг“ (по-специално във Фейсбук) постави под въпрос традиционните методи за разпространение на съдържание.*

Потребителите вече управляват собствените си потоци информация – включващи и съдържание от новинарски служби, журналисти и други надеждни източници на информация – без посредници. Това разпространение от един на друг чрез „мрежи на доверие“ придаде допълнителна привлекателност на неточното, лъжливото, злонамереното и пропагандното съдържание, маскирано като новини. Изследователите откриха, че емоционалното съдържание и споделеното от приятел

---

[17] Gillmor, D. (2004). We, the Media: Grassroots Journalism By the People, For the People (O'Reilly). Available at: http://www.authorama.com/we-the-media-8.html [accessed 29/03/2018].

[18] Rosen, J. (2006). The People Formerly Known as the Audience, PressThink blog (June 27th, 2006). Available at: http://archive.pressthink.org/2006/06/27/ppl_frmr.html [accessed 29/03/2018].

* Хибриден термин, кръстоска от „production“ и „usage“. Понятието отразява размиването на границите между пасивното използване и активното произвеждане на съдържание – б.р.

[19] Bruns, A. (2008). Blogs, Wikipedia, Second Life, and Beyond: From Production to Produsage. Peter Lang, New York. See also: Bruns A (2006) Collaborative Online News Production. Peter Lang, New York.

[20] Posetti, J. (2009). Transforming Journalism…140 Characters at a Time Rhodes Journalism Review 29, September 2009.Available at: http://www.rjr.ru.ac.za/rjrpdf/rjr_no29/Transforming_Journ.pdf [accessed at 29/03/2018].

или член на семейството имат по-голяма вероятност да бъдат разпространени по-нататък в социалните мрежи[21].

Докато журналистите и новинарските организации са принудени да се включат в тези платформи, за да събират новини, да привличат аудитория и да разпространяват съдържание (трябваше да бъдат там, където тяхната аудитория е активна), се развиват „филтърни балони“[22] *или „ехокамери“*[23] *(дори и да не са съвсем херметични или изолирани, както понякога се внушава). Това ограничава достъпа на многобройни потребители до алтернативни гледни точки и проверена информация. Такова развитие засили рисковете, свързани с „информациионния безпорядък“.*

Преимуществата на журналистиката в мрежата включват възможността да се черпи колаборативно информация от разнообразни източници, да се извършва съвместна проверка[24] *(за да се поправи неточната информация, да се разобличи дезинформацията и да се демаскират злонамерените), както и да се изгради предана публика (чрез поддържане на пряк диалог между журналиста и потребителя на информация).*[25] *Аудиторията получава възможност за „отговор“, за да поправи евентуална журналистическа грешка, или да допринесе за съвместно изследване. Тази мрежова публична сфера помага също така на журналистите и на аудиторията да заобиколят произволните ограничения и цензурата (например слоевете на „spin doctors, съветниците по комуникация и политически маркетинг), които могат да ограничават достъпа до информация и отворените общества.*

Взаимодействията на журналистите с аудиторията и източниците на информация чрез каналите на социалните мрежи могат да се разглеждат и като ценен механизъм за отчетност, който допринася за саморегулирането. Този обмен позволява на журналистите бързо и публично да реагират на основателни критики относно работата им,

---

[21] Bakir, V. & McStay, A. (2017). Fake News and the Economy of Emotions Digital Journalism (Taylor and Francis) July, 2017. Available at: http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/21670811.2017.1345645 [accessed 29/03/2018].

[22] *„Филтърни балони“ са пространства, населени с хора с еднакви виждания, защото алгоритмите доставят на потребителите персонализирано съдържание.* Вж. Pariser, E. (2012). The Filter Bubble. Penguin and Random House, New York.

[23] *„Ехокамера“ подчертава ефекта на предубеденото одобрение при хората с еднакво мислене в социалните мрежи. В Модул 5 се разглеждат по-подробно грешките при одобряването.*

[24] Garcia de Torres, E. (2017). The Social Reporter in Action: An Analysis of the Practice and Discourse of Andy Carvin in Journalism Practice, 11(2-3). Available at: http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/20175 12786.2016.1245110 [accessed 29/03/2018].

[25] Posetti, J. (2010). Aussie #Spill Breaks Down Barriers Between Journalists, Audience PBS Mediashift, May 24th, 2010. Available at: http://mediashift.org/2010/05/aussie-spill-breaks-down-wall-between-journalists-audience144/[accessed 29/03/2018].

да поправят незабавно грешките и да повишават прозрачността на своята практика, „отделяйки съдържанието от процеса“.[26]

Недостатъците включват:

- *С нарастване на „мрежите на доверие“*[27] *и емоционалните реакции (например извикани от предразсъдъци) се повишава вероятността от вирусно разпространение на дезинформация и неточна информация (вж. Модул 5).*
- *Възможност за правителства и за други институции да заобикалят въпросите и проверките на информационните медии, като се обръщат направо към аудиторията, за да избегнат критиката. Има доказателства за засилено манипулиране на давлението на социалните мрежи от страна на тези, които се опитват да влияят върху резултатите от изборите и държавната политика.*[28]
- *По-голяма вероятност да се споделя сензационната информация.*[29]
- *Невъзможно е да се блокират лесно или да се поправят дезинформацията и неточната информация, щом заразата им е плъзнала – никакви разобличения не ще отстранят напълно въздействието на една изфабрикуваната история, на злонамерен мем, на пропагандно видео, дегизирано като информация, или на една погрешна поради липса на проверка информация.*
- *Искането за публикуване на мига в социалните мрежи може по невнимание да доведе до споделяне на елемент от дезинформация или неточна информация, или пък на материал от замърсен източник.*[30]
- *Ниското ниво на медийната и информационната грамотност и на способността за верификация в обществото. Което означава, че в многобройни случаи основните потребители в социалните*

---

[26] Posetti, J. (2013). The 'Twitterisation' of investigative journalism. In: Tanner, S. & Richardson, N. (ed.). Journalism Research and Investigation in a Digital World (pp. 88-100): Oxford University Press. Available at: http://ro.uow.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=2765&context=lhapapers.

[27] "Мрежите на доверие" са съобщества от хора, които обменят информация в интернет доверително, без посредници, от един на друг (например семейни или приятелски групи). Според редица изследвания потребителите в социалните мрежи са по-склонни да споделят информация, получена от тези „мрежи на доверие“, независимо дали е проверена или точна.

[28] Freedom House (2017). Freedom of the Net 2017: Manipulating Social Media to Undermine Democracy Freedom House. Available at: https://freedomhouse.org/report/freedom-net/freedom-net-2017 [accessed 29/03/2018]. See also Cadwalladr, C. (2018). I made Steve Bannon's Psychological Warfare Tool: Meet the data war whistleblower, The Guardian/Observer. Available at: https://www.theguardian.com/news/2018/mar/2017/data-war-whistleblower-christopher-wylie-faceook-nix-bannon-trump [accessed 31/03/2018].

[29] Kalsnes, B. & Larsson, O. A. (2017). Understanding News Sharing Across Social Media: Detailing distribution on Facebook and Twitter in Journalism Studies (Taylor and Francis) March, 2017. Available at: http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/1461670X.2017.1297686?scroll=top&needAccess=true&journalCode=rjos20 [accessed 29/03/2018].

[30] Posetti, J. (2009). Rules of Engagement For Journalists on Twitter PBS Mediashift, June 19th 2009. Available at: http://mediashift.org/2009/06/rules-of-engagement-for-journalists-on-twitter170/[accessed 29/03/2018].

мрежи не са достатъчно подготвени да разберат дали съдържанието е истинско, преди да го споделят.

- ▷ Рискът правителствата да спъват свободата на изразяване чрез неоправдана цензура и ограничаване на дебатите в отговор на спешните проблеми, описани по-горе.
- ▷ Развитието на филтърни балони, които засилват предубежденията и отслабват въздействието на качествената, проверена информация.
- ▷ Една некачествена журналистика крие опасност да подрони още повече уважението към професията и да придаде легитимност на атаките срещу информационните медии от страна на онези, които имат интерес да заглушат критиката.
- ▷ Аудиторията рискува да се обърка какво представляват новините в сравнение с дезинформацията, дегизирана като информация.[31]
- ▷ Новинарските отдели на социалните мрежи не са достатъчно подготвени да реагират на дезинформацията и е необходимо да развиват обновявани стратегии за справяне с проблема.[32]

в) Възходът на платформите

Катрин Вайнър, главен редактор на британския всекидневник The Guardian, отбеляза, че „Фейсбук стана най-богатият и най-мощният издател в историята, като заменя редакторите с алгоритми".[33] Социалните платформи бяха приветствани като новите „пазачи"[34], макар да не са се отказали от неохотата си да приемат традиционните издателски отговорности по отношение на проверката и управлението на материалите, независимо че понякога вземат решение да цензурират някои съдържания, като по този начин посягат на свободата на медиите.[35] Макар че усилията на платформите да се противопоставят на дезинформацията и на неточната информация бързо се раз-

[31] Nielsen, R. K. & Graves, L. (2017). „News you don't believe": Audience Perspectives on Fake News Reuters Institute for the Study of Journalism Factsheet (RISJ, Oxford). Available at: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017-10/Nielsen%26Graves_factsheet_1710v3_FINAL_download.pdf [accessed 29/03/2018].

[32] Elizabeth, J. (2017). After a Decade, It's Time to Reinvent Social Media in Newsrooms, American Press Institute Available at: https://www.americanpressinstitute.org/publications/reports/strategy-studies/reinventing-social-media/single-page/[accessed 29/03/2018].

[33] Viner, K. (2017). A mission for journalism in a time of crisis The Guardian, November 17th, 2017. Available at: https://www.theguardian.com/news/2017/nov/16/a-mission-for-journalism-in-a-time-of-crisis [accessed 29/03/2018].

[34] Bell, E. & Owen, T. (2017). The Platform Press: How Silicon Valley Reengineered Journalism Tow Center for Digital Journalism. Available at: https://www.cjr.org/tow_center_reports/platform-press-how-silicon-valley-reengineered-journalism.php [accessed 29/03/2018].

[35] Hindustan Times (2016). Facebook Says Will Learn From Mistake Over Vietnam Photo. Available at: http://www.hindustantimes.com/world-news/facebook-says-will-learn-from-mistake-over-vietnam-photo/story-kwmb3iX6IKgmwaIGZeKlyN.html [accessed 29/03/2018].

виват, тяхната съпротива да реагират адекватно в глобален мащаб и да поемат издателската отговорност за въздействието на дезинформацията и на неточната информация върху демокрацията и обществото рискува да ги превърне в използвана среда за „информационния безпорядък" и онлайн злоупотреби.[36]

Функцията на алгоритъма на Фейсбук за разпространението на новини и дезинформация, най-вече в развиващите се страни, се наблюдава внимателно от 2016 г.[37]*, особено в контекста на компютърната пропаганда, която засяга голям брой отворени платформи на социални медии.*[38] *Ала след като първоначално пое ангажименти и предприе действия в партньорство с новинарски организации и университетски специалисти по журналистика, за да потуши кризата, в това число мерки за откроряване на надеждното съдържание и сигнализиране за лъжливи и подвеждащи съобщения, Фейсбук рязко се дръпна назад през януари 2018 г.*[39] *Вероятно ще последва преход от открити към по-закрити системи за участие на хората в социалните мрежи, което ще има съвършено нови последствия за разпространението на новините и стабилността на качествената журналистика. Съществуват и допълнителни рискове за създаване на филтърни балони и вирусно разпространение на дезинформацията.*[40] *Това засяга проблемите с алгоритмите на търсачките: в началото на 2018 г. компанията Гугъл призна, че те имат тенденция да засилват предубежденията. В момента на създаването на този наръчник имаше уверения от страна на Гугъл, че работи над проблема: „Често издателите предлагат различни легитимни гледни точки и ние искаме да осигурим на потребителите видимост и достъп до тези гледища от няколко източника."*[41]

---

[36] Posetti, J. (2017). Fighting Back Against Prolific Online Harassment, The Conversation, June 29th 2017. Available at: https://theconversation.com/fighting-back-against-prolific-online-harassment-in-the-philippines-80271 [accessed 29/03/2018].

[37] Finkel, Casey & Mazur. (2018). Цит. Съч.

[38] Grimme, C., Preuss, M., Adam, L., & Trautmann, H. (2017). Social Bots: Human-Like by Means of Human Control?. Big Data 5(4). Available at: http://comprop.oii.ox.ac.uk/publishing/academic-articles/social-bots-human-like-by-means-of-human-control/[accessed 29/03/2018].

[39] Wang, S., Schmidt, C. & Hazard, O. L. (2018). Publishers claim they're taking Facebook's newsfeed changes in their stride – is the bloodletting still to come? NiemanLab. Available at: http://www.niemanlab.org/2018/01/publishers-claim-theyre-taking-facebooks-news-feed-changes-instride-is-the-bloodletting-still-to-come/[accessed 29/03/2018].

[40] Alaphillippe, A. (2018). Facebook's Newsfeed Changes Are Probably Going to be Great for Fake News, The Next Web. Available at: https://thenextweb.com/contributors/2018/01/2018/facebooks-news-feed-changes-probably-going-great-fake-news/[accessed 29/03/2018].

[41] Hao, K. (2018). Google is finally admitting it has a filter bubble problem, Quartz. Available at: https://qz.com/1194566/google-is-finally-admitting-it-has-a-filter-bubble-problem/[accessed 29/03/2018].

Последствия от „информационния безпорядък" за журналистиката и за информационната индустрия:

- ▷ *По-нататъшно подкопаване на доверието в новинарските брандове, в журналистиката и в отделни журналисти, които публикуват неточни, фабрикувани или подвеждащи информации.*
- ▷ *Объркване на качествената журналистика с дезинформацията и съдържанието на „native" (платена) реклама – недостатъчно добре означена като такава и дегизирана като информация, което увеличава общото недоверие.*
- ▷ *Допълнително разстройване на журналистическия икономически модел – при криза или катастрофа хората вече не могат да се обръщат към информационните медии, като разчитат, че ще получат надеждна, проверена информация, публикувана в обществен интерес. Такова доверие е в основата на привързаността към определен бранд, а това е съществено за изграждането на всеки устойчив новинарски бизнес модел.*
- ▷ *Отслабване на ролята на журналистите като достойни за доверие посредници (например при разследващата журналистика), което има последствия за обществото като цяло.*
- ▷ *Репресивни мерки, в това число изключване на интернет, блокиране на платформи и цензура, понякога с оправданието за заличаване на „фалшиви новини", подкопават свободата на печата и свободата на изразяване.*
- ▷ *Вземане на прицел на журналисти (по-специално жени) от страна на доставчиците на дезинформация, които използват онлайн преследването за дискредитиране на критически репортажи, наред с преднамерени опити да подмамят журналистите в разпространение на дезинформация и неточна информация.*[42]

Нови практики: как медиите отразяват темата за „фалшивите новини" и противодействат на „информационния безпорядък"?

Описаните по-горе проблеми и рискове изискват професионална бдителност, спазване на етиката, високи стандарти за редактиране и проверка (включващи методи на съвместна проверка) едновременно на информациите и на източниците наред с активно разобличаване и креативно писане по темата.

Ето няколко примера за усилията на новинарски организации и отделни репортери да представят проблема, като насърчават аудито-

[42] *Вж. подробен анализ в Модул 7.*

рията към информационна грамотност и противопоставяне на дезинформацията:

- ▷ The Guardian използва Instagram Stories за борба с разпространението на дезинформация: кратки видеоматериали, предназначени за млада публика, https://www.instagram. com/p/BRd25kQBb5N/. Виж също интерактивната викторина за „fake news“: https://www.theguardian.com /theguardian/2016/dec/28/can-you-spot-the-real-fake-news-story-quiz).
- ▷ Платформата Rappler използва журналистически разследвания и анализ на големи данни за разкриване на пропагандистки „марионетни“ мрежи (с фалшива идентичност), които влияят на демокрацията във Филипините: https://www.rappler.com/nation/148007-propaganda-war-weaponizing-internet.
- ▷ The New York Times публикува задълбочени обяснителни статии по въпроса с изследване на казуси: https://www.nytimes.com /2016/11/20/business/media/how-fake-news-spreads.html.
- ▷ Columbia Journalism Review предлага рефлексивен практически анализ на проблема: https://www.cjr.org/analysis/how_ fake_news_sites_ frequently_trick_big-time_journalists.php.
- ▷ Guardian Australia създаде ръководство за журналисти, които да оборват отричането на опасните климатични промени: https://www.theguardian.com/environment/planet-oz/2016/nov/08/tough-choices-for-the-media-when-climate-science-deniers-are-elected.
- ▷ Сътрудничеството между журналисти и учени в Япония за разобличаване на фалшивите новини по време на националните избори през 2017 г. беше базирано върху принципите на много успешния проект CrossCheck за наблюдение на изборния процес във Франция през същата година: http://www.niemanlab.org/2017/10/a-snap-election-and-global-worries-over-fake-news-spur-fact-checking-collaborations-in-japan/.
- ▷ Electionland в САЩ е интересен пример за сътрудничество между преподаватели и студенти по журналистика: https://projects.propublica.org/electionland/.[43]
- ▷ Международното журналистическо разследване на скандала Cambridge Analytica (с участието на The Observer и The Guardian, Channel 4 News и The New York Times), а също и способът, използван

[43] CrossCheck и Electionland са два примера за ново явление – създаването на временни партньорства за противодействие на дезинформацията по време на избори. Компенсират отсъствието, относителната слабост или изолацията на постоянните органи за проверка на фактите.

от компанията Vox Media, за да обясни тази сложна история на своята аудитория, са представени на:

а) https://www.vox.com/policy-and-politics/2018/3/21/2017141428/cambridge-analytica-trump-russia-mueller;

б) https://www.vox.com/policy-and-politics/2018/3/23/2017151916/facebook-cambridge-analytica-trump-diagram.

- The Quint използва възможностите на своите потребители, за да се пресече разпространението на дезинформация на WhatsApp в Индия. Този опит за творческо управление на проверено съдържание е отразен в приложението на App: https://www.thequint.com/neon/satire/whatsapp-indian-elections-and-fake-propaganda-satire.[44]

Препоръчваме на преподавателите да добавят други примери от собствените географски зони и на местния език.

Ценна е и стратегията на проф. Чарли Бекет за укрепване на етичната журналистическа практика в епохата на „фалшивите новини". Журналистите би трябвало:

- да бъдат на разположение: достъпни и присъстващи на всички платформи;[45]
- да организират: да помагат на потребителите да намират добро съдържание, където и да се намира то;
- да бъдат релевантни: да използват езика на потребителите и творческо „слушане";
- да действат експертно: да внасят добавена стойност, разбиране, опит, контекст;
- да бъдат правдиви: проверка на фактите, балансираност, точност;
- да бъдат човечни: да проявяват съчувствие, да уважават разнообразието, да бъдат конструктивни;
- да бъдат „прозрачни": да показват източниците, да заслужават доверие, да приемат критиките.[46]

---

[44] За изследване на ролята на чат приложенията в разпространението на дезинформация вж. Bradshaw, S. & Howard, P. (2018). Challenging Truth and Trust: A Global Inventory of Organized Social Media Manipulation. Working Paper 2018.1. Oxford, UK: Project on Computational Propaganda: Available at: http://comprop.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/93/2018/07/ct2018.pdf [accessed: 20/8/18].

[45] Редакторите признават, че не всички журналисти могат индивидуално да присъстват на всички платформи. Ала за редакциите би било полезно да осигурят присъствието на отделни журналисти и в нови и не толкова влиятелни платформи в допълнение към широкоизвестните Туитър, Фейсбук и Инстаграм.

[46] Beckett, C. (2017). Цит.съч.



Цели на модула

- ▷ *Участниците да разберат както структурните причини за отслабването на новинарската индустрия, така и движещите сили на дезинформацията и неточната информация.*
- ▷ *Участниците да се научат да анализират отговорите на новинарската индустрия, изправена пред „информационния безпорядък".*
- ▷ *Да разберат и критикуват ролята на платформите в развитието и поддържането на дезинформационната криза.*
- ▷ *Да се поучат от добрите практики, които се появяват сред журналисти и новинарски организации, които реагират ефективно на кризата.*



Резултати от обучението

В края на този модул участниците би трябвало да могат:

1. *Да оценяват критично структурните причини и широкообхватните последствия от предлагането и разпространението на фалшиви информации от медиите.*
2. *Да разбират и анализират критично ролята на технологията и новите „пазачи" (платформите) в заразното разпространение на дезинформацията и неточната информация, представяни като новини.*
3. *Да разпознават най-добрите практики, появяващи се в информационната индустрия за разкриване на дезинформацията и борба с нея.*



Формат на модула

Този модул включва две части, теоретична и практическа, и е предназначен както за преподаване в аудитория, така и за работа онлайн.

Свързване на плана с резултатите от обучението

А. Теория

План на модула	Часове	Резултати от обучението
Интерактивна лекция с комплект въпроси и отговори, провеждана традиционно или под формата на уебинар, за да се улесни дистанционното участие. Съдържание на лекцията – може да е взето от теорията и от примерите, приведени по-горе. *Препоръчваме на преподавателите обаче да включват в този модул разглеждане на казуси с местно значение. Ще се получат още по-интересни резултати от обучението, ако лекцията е организирана като панелна дискусия на експерти с участието на журналисти, редактори и представители на поканените платформи, като дискусията се модерира от лектора или инструктора при непосредственото участие на обучаваните в курса, които задават въпроси или предлагат отговори.*	60 – 90 минути	1, 2, 3

Б. Практика

План на модула	**Часове**	**Резултати от обучението**
Семинар/практикум, който може да бъде проведен традиционно в аудитория или с помощта на електронна платформа като Moodle, групи във Фейсбук или други услуги, които позволяват дистанционно участие. Упражненията могат да се водят в следния формат: *Групите на семинара се разпределят на подгрупи от 3 до 5 участника.* *Всяка от подгрупите трябва:* *I. Да разучи казус, когато новинарска организация отразява или неволно разпространява дезинформация/неточна информация.* *II. Да оцени съвместно материала; да изследва произхода на информацията и контекста на погрешното съобщение (да изясни например дали е било извънредна новина); да разсъждава за възможните причини за инцидента (обръщайки внимание на структурни фактори от рода на извършено напоследък съкращаване на ресурсите на редакцията и ролята на платформите на социалните мрежи); да обсъди собствения опит с подвеждаща дезинформация.* *III. Колективно да се напише резюме от 250 думи с анализ на вероятните причини за публикацията, определяйки три неща, които журналистът/ите или новинарската организация са могли да направят по друг начин, за да предотвратят публикуването на лъжливата информация. За целта може да се използва Гугъл докс или всеки друг инструмент за колаборативно редактиране и текстът да се представи на преподавателя.*	90 – 120 минути	1, 2, 3, 4

Примерни упражнения

Тематичен отчет (2000 думи). Изберете три казуса (в това число един от вашата страна/регион) с участието на новинарска организация в разпространението или разследването на случай на дезинформация. Анализирайте всеки пример на дезинформация/неточна информация (като обсъдите причините и последствията) и посочете какви уроци сте извлекли от всеки от тези случаи. (Забележка: участниците трябва да изберат пресни примери, различни от предложените за дискусия в уъркшопа към този модул.)

Литература

Bakir, V. & McStay, A. (2017). F*ake News and the Economy of Emotions* in Digital Journalism (Taylor and Francis). Available at: http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/21670811.2017.1345645 [accessed 29/03/2018].

Bell, E. & Owen, T. (2017). *The Platform Press: How Silicon Valley Reengineered Journalism* Tow Center for Digital Journalism, March 29th, 2017. Available at: https://www.cjr.org/tow_center_reports/platform-press-how-silicon-valley-reengineered-journalism.php [accessed 29/03/2018].

Ireton, C. (Ed) (2016). *Trends in Newsrooms 2016* (WAN-IFRA, Paris). Available at: http://www.wan-ifra.org/sites/default/files/field_media_image_file_attach/WAN-IFRA_Trends_Newsrooms_2016.pdf [accessed 29/03/2018].

Kalsnes, B. & Larsson, O. A. (2017). *Understanding News Sharing Across Social Media: Detailing distribution on Facebook and Twitter* in Journalism Studies (Taylor and Francis). Available at: http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/1461670X.2017.1297686?scroll=top&needAccess=true&journalCode=rjos20 [accessed 29/03/2018].

Nielsen, R. K. (2012). *The Ten Years That Shook the Media World: Big Questions and Big Trends in International Media Developments* (Reuters Institute for the Study of Journalism, Oxford). Available at: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017-09/Nielsen%20-%20Ten%20Years%20that%20Shook%20the%20Media_0.pdf [accessed 29/03/2018].

McChesney, W. & Picard, V. (2011) (ed.). *Will the Last Reporter Please Turn Out the Lights: The Collapse of Journalism and What Can Be Done to Fix it*. The New Press, New York.

Mitchell, A., Holcomb, J. & Weisel, R. (2016). *State of the News Media* Pew Research Centre. Available at: http://assets.pewresearch.org/wp-content/uploads/sites/13/2016/06/30143308/state-of-the-news-media-report-2016-final.pdf [accessed 29/03/2018].

Posetti, J. (2009). *Transforming Journalism…140 Characters at a Time* Rhodes Journalism Review 29. Available at: http://www.rjr.ru.ac.za/rjrpdf/rjr_no29/Transforming_Journ.pdf [accessed 29/03/2018].

Posetti, J. (2013). *The 'Twitterisation' of investigative journalism*.In: Tanner, S. & Richardson, N. (ed.). Journalism Research and Investigation in a Digital World (pp. 88-100): Oxford University Press, Melbourne. Available at: http://ro.uow.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=2765&context=lhapapers [accessed 20/03/2018].

Posetti, J. & Silverman, C. (2014). *When Good People Share Bad Things: The Basics of Social Media Verification*. In: Posetti, J. (ed.). Trends in Newsrooms 2014 (WAN-IFRA, Paris). Available at: http://www.wan-ifra.org/sites/default/files/field_media_image_file_attach/WANIFRA_Trends_Newsrooms_2014.pdf [accessed 29/03/2018].

Posetti, J. (ed.). (2015). *Trends in Newsrooms 2015* (WAN-IFRA, Paris). Available at: http://www.wan-ifra.org/sites/default/files/field_media_image_file_attach/WAN-IFRA_Trends_Newsrooms_2015.pdf, (See also Trends in Newsrooms 2014) [accessed 29/03/2018].

RISJ (2018). *Digital News Report 2018* (University of Oxford). Available at: http://media.digitalnewsreport.org/wp-content/uploads/2018/06/digital-news-report-2018.pdf?x89475 [accessed 29/06/2018].

Silverman, C. (2015). *Lies, Damn Lies and Viral Content*. Tow Center for Digital Journalism. Available at: http://towcenter.org/wp-content/uploads/2015/02/LiesDamnLies_Silverman_TowCenter.pdf [accessed 29/03/2018].

Society of Climate Change Reporters (2016). *Climate Change: A Guide to Information and Disinformation*. Available at: http://www.sej.org/initiatives/climate-change/overview [accessed 29/03/2018].

UNESCO (2017). *States and journalists can take steps to counter 'fake news'*. Available at: https://en.unesco.org/news/states-and-journalists-can-take-steps-counter-fake-new [accessed 29/03/2018].

БОРБА С НЕТОЧНАТА ИНФОРМАЦИЯ И ДЕЗИНФОРМАЦИЯТА С ПОМОЩТА НА МЕДИЙНАТА И ИНФОРМАЦИОННАТА ГРАМОТНОСТ (МИГ)

Магда Абу-Фадил



МОДУЛ 4

Кратко съдържание

Този модул запознава студентите с понятието медийна и информационна грамотност (МИГ)[1], за да се научат да възприемат информацията като средство за разкриване на „информационния безпорядък" в съвсем обикновени сублиминални (подсъзнателни) послания. МИГ е концепция, която се използва от ЮНЕСКО, за да подчертае взаимовръзката между компетенциите по отношение на информацията в цялост и по-специално в медиите. Това включва разбиране на човешките права (по-специално правото на изразяване като право на всеки човек да търси, получава и съобщава информация и мнение); познаване на новините (включително по отношение на журналистическите стандарти и етика), рекламна грамотност; компютърна грамотност; разбиране какво е „икономика на вниманието"; междукултурна грамотност, поверителност и т. н. Концепцията включва и разбиране как комуникацията взаимодейства с еволюцията на индивидуалната идентичност и социалното развитие. Медийната и информационната грамотност стават все по-важни за живота на човека, за да разберем какви елементи оформят личността ни и как да се ориентираме в информационната мъгла, като избягваме скритите мини. Това умение определя нашето потребление, производство, откриване, оценка и обмен на информация, както и нашето разбиране за себе си и за другите в информационното общество.

Докато по-специфичната способност да се разбират езика и условностите на новините като жанр, ще помогне да се разпознава как тези особености могат да бъдат използвани със зла умисъл. Макар това да е много важно, едва ли само по себе си би дало пълна защита от дезинформацията, представена като новина. Защото комуникациите между хората минават не само през главата, но и през сърцето. Следователно медийната и информационната грамотност трябва да повишат осведомеността на хората за това, как те реагират на съдържанието на новините, за тяхната предразположеност да се доверяват или да не се доверяват, дори независимо от сигналите на „жанра".

МИГ преди всичко трябва да помогне на хората да разберат собствената си идентичност: кои са те, какви ще станат и как това влияе на тяхното взаимодействие с новините и с другите видове комуникация. Целта на този модул е да помогне на студентите да разграничават журналистиката от информацията, която иска да се представи за журналистика. Така индивидът ще стане господар на собствената си

[1] https://en.unesco.org/themes/media-and-information-literacy [accessed 16/06/2018].

идентичност, като разпознава манипулацията и не позволява да бъде подведен от дезинформация, маскирана като новина.

Студентите ще се научат да развиват и използват критическата рефлексия[2], която включва анализ, интерпретация, оценка, саморегулиране, дедукция и обяснение.

Участниците последователно ще анализират новините в печата, ефира (радио и телевизия) и социалните мрежи, като разлагат съобщенията на съставните им части и установяват достоверността (или липсата на такава) на източниците.

Те ще научат, че достоверността на информацията не е точна наука, а е вложена в разкази, които независимо от своето разнообразие обикновено спазват определени професионални методи и етика, помагащи за ограничаване на грешките и за избягване на фалшификациите. Журналистите трябва да сигнализират за лъжите, разпространявани от различни източници, и никога да не приемат твърденията за факти, или да ги представят без съпътстващи уточнения на реалното положение.

В този модул студентите също така ще узнаят колко бързо и лесно е да се използват вестникарски клишета, за да се произведе една привидно достоверна и убедителна история от непълни, заблуждаващи или направо измислени детайли.[3]

Учебните материали за дадения модул са насочени към повишаване на осведомеността относно важността на МИГ в борбата с дезинформацията и с неточната информация. Това включва използване на уменията за критическо мислене за откриване на изфабрикуваните „новини", подчертава колко е важно студентите да използват своята медийна и информационна грамотност във всекидневния живот, като им помага да разберат по какъв начин тя може да укрепи техните права и правата на другите, както и да осъзнаят колко е важно да се попречи на пропагандирането и на разпространението на неистини.[4]

Обучението се извършва в оборудвано с компютри и свързано с интернет учебно пространство. По време на практическите занятия участниците могат да използват чат приложенията в своите персонални мобилни устройства. Интернет е необходим за онлайн достъпа до източници

---

[2] Facione, P. (2010, updated). Critical Thinking: What It Is and Why It Counts. [online] Insight Assessment. Available at: https://www.insightassessment.com/[accessed 01/02/2018].

[3] За примери на „journalese"вж.: Fluent in Journalese by Philip B. Corbett. March 17, 2015.Available at: https://afterdeadline.blogs.nytimes.com/2015/03/2017/fluent-in-journalese/; My 'shameful secret': I've learnt to love clichéd journalese by Rob Hutton. 05 Sep 2013. Available at: https://www.telegraph.co.uk/culture/10288967/My-shameful-secret-Ive-learnt-to-love-cliched-journalese.html [both accessed 22/04/2018].

[4] Включването на МИГ в журналистическото образование е изследвано например от Van der Linde, F. (2010).The necessity of a media literacy module within journalism or media studies curricula. Global Media Journal, African Edition. Vol 4, no.2. Available at: http://globalmedia.journals.ac.za/pub/article/view/7.

извън кампуса, докато интранет (когато този модул е предложен във висшето образование) се използва за достъп до библиотеката и до други центрове за специализирани информационни ресурси в кампуса.



План

Маскираната като новина дезинформация, върлувала по време на изборите в САЩ, Франция, Кения и Германия през 2016 и 2017 г., е само върхът на айсберга от огромното количество информационни проблеми, с които се сблъскват обществата, макар че в този случай може би последствията са потенциално по-сериозни. При това не бива и да се забравя как зрителите на телевизионните канали и потребителите на социалните мрежи имаха възможност да проследят в реално време почти чудотворното спасяване в Мексико през 2017 г. на една ученичка, #FridaSofia, затрупана в развалините след мощно земетресение, за да открият след това, че тя просто не съществува[5]. Тази история беше лъжлива, макар да не може да се твърди със сигурност, че е плод на преднамерена фалшификация. Ала журналистиката трябва да избягва както грешките, така и фалшификатите. Не всяка лъжа в новините се явява „fake news" в смисъл на предумишлена дезинформация, но и едното, и другото пречат на обществото да разбира света.

Потребителите на новини трябва да притежават не само високо общо ниво на медийна и информационна грамотност, но също и в известна степен философски възглед за нещата. Например да разбират, че истинните новини не са пълната „истина" (която се явява нещо приблизително в човешките взаимодействия един с друг и с реалността във времето). Участниците, особено студентите по журналистика, все пак трябва да разберат най-важното: журналистиката никога не трябва да утвърждава лъжливото. Слуховете за откриване на китове и акули в басейни или в задните дворове на къщи след ураган или за други странични ефекти от стихийни бедствия, отразявани в медиите, трябва да ни накарат да се запитаме: възможно ли е? Информациите, които не заслужават уважение, доколкото оперират с непроверени факти, могат да се дължат на небрежност или на неадекватни процеси на публикуване, но също така могат да са преднамерено лъжливи, тоест мошенически. Необходима е медийна и информационна грамот-

[5] Campoy, A. (2017). A schoolgirl trapped in Mexico's earthquake rubble won the world's hearts – except she did not exist. Quartz. Available at: https://qz.com/1084105/a-schoolgirl-trapped-in-mexicos-earthquake-rubble-won-the-worlds-hearts-except-she-didnt-exist/[accessed 03/04/2018].

ност, за да можеш да разясниш разликата и да сравниш тези случаи с информации, съобразени с професионалната етика.

Пътят е дълъг. Насаждането на омраза и ксенофобия, увеличаващите се нападения срещу бежанци или хора от „други" религии, националности и друг цвят на кожата, пораждани от стереотипи и подгрявани от изфабрикувани статистики, популистка риторика и въвеждащи в заблуждение съобщения на средствата за масова информация в разрез с журналистическите стандарти, засилват експлозивната смес, която медийната и информационната грамотност е призвана да обезвреди.

Ситуацията бързо и все повече ще се усложнява, щом като компютърни програми с изкуствен интелект се използват за създаване на симулации във фиктивни видео- и/или аудио съобщения, които нямат нищо общо с реалността.[6]

Затова студентите и практикуващите журналисти трябва да осъзнаят необходимостта да разсъждават критически за онова, което чуват и виждат, от най-обикновения разговор до най-широко разпространяваните новини в традиционните и дигиталните мултимедии.

В допълнение към типовете дезинформация и неточна информация, представени от Уордъл и Дерахшан (2917)[7], брюкселската организация с нестопанска цел Европейска асоциация за защита на интересите на зрителите (EAVI) в рамките на своята програма „Медийна грамотност за гражданите" произведе удобна инфографика „Отвъд fake news: десет типа подвеждащи новини", резюмираща предизвикателствата, с които се сблъскват потребителите на новини днес.[8] Това е ценно помагало за студентите и за практикуващите журналисти.

Обновената версия на изследването на д-р Питър Фасион „Критическо мислене: какво е това и защо има значение" (Peter A. Facion, *„Critical Thinking: What It Is and Why It Counts"*)[9] е добра отправна точка, за да се обяснят на студентите „процесите на разсъждение, вземане на решение и резултатно индивидуално и групово мислене". Това е още по-актуално в епохата на „постистината", „фалшивите новини" и „алтернативните факти". В рамките на този подход критическото мислене включва:

- ▷ Любознателност към широк кръг въпроси.
- ▷ Стремеж да бъдеш и да останеш добре информиран.

---

[6] Edmund, C. (2017). This AI can create a video of Barack Obama saying anything. [online] World Economic Forum. Available at: https://www.weforum.org/agenda/2017/07/obama-speech-simulation-washington-university?

[7] Вж. Модул 2.

[8] EAVI. (2018). EAVI.eu. [online] Available at: https://eavi.eu/beyond-fake-news-10-types-misleading-info.

[9] Facione, P. Цит.съч. (2010, updated). Critical Thinking.

- ▷ Готовност за използване на възможностите на критическото мислене.
- ▷ Разчитане на аргументираното разследване.
- ▷ Осланяне на собствените способности за разсъждаване.
- ▷ Непредубеденост към различните мирогледи.
- ▷ Гъвкавост при вземането под внимание на различни алтернативи и мнения.
- ▷ Разбиране на чуждите мнения.
- ▷ Безпристрастност в оценката на доводите.
- ▷ Честно признаване и надмогване на собствените предубеждения, предразсъдъци, стереотипи и егоцентрични наклонности.
- ▷ Предпазливост при отмяна, формулиране и промяна на съждението.
- ▷ Готовност да преразгледаш виждането си, ако честно размислиш, че промяната е оправдана.

Според различни изследвания в много части на света взаимодействието на младите с мобилните устройства[10] води до това, че те се информират главно чрез чат приложенията (apps), социалните мрежи и понякога – от уебсайтове на традиционните медии и от блогове[11] [12] [13]. На много от тях има малко или изобщо липсват индикатори кое е авторитетна журналистика, кое – любителски репортаж, да не говорим за дезинформация.

Друг проблем е как платформите се отнасят към новините. За Фейсбук, далеч най-мощната социална платформа, „... още от първия ден журналистиката бе кост в гърлото. Сега, затънал в неразрешимите проблеми на „фалшивите новини" и лошия пиар, очевидно Фейсбук постепенно ще изключи информацията", отбелязва Фредерик Фийу.[14] Остава да видим как ще стане това. Някои новинарски органи ще се почувстват изоставени, ако Фейсбук се откаже от информацията, и ще настояват, че аудиторията им ще бъде ощетена, тъй като Фейсбук е бил използван като канал за новини от потребителите, които се информират главно

[10] Children's use of mobile phones. (2015). [ebook] Tokyo: Mobile Society Research Institute, NTT Dotcomo. Available at: https://www.gsma.com/publicpolicy/wp-content/uploads/2012/03/GSMA_Childrens_use_of_mobile_phones_2014.pdf.

[11] Digital News Report (2017). Reuters Institute for the Study of Journalism's (RISJ, Oxford). Available at: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Digital%20News%20Report%202017%20web_0.pdf

[12] Shearer, E. & Gottfried, J. (2017). News Use Across Social Media Platforms. [ebook] Washington DC: Pew Research Centre. Available at: http://www.journalism.org/2017/09/07/news-use-across-social-media-platforms-2017/

[13] Youth, Internet, and Technology in Lebanon: A Snapshot (2017) Social Media Exchange. Available at: https://smex.org/youth-internet-and-technology-in-lebanon-a-snapshot/

[14] Filloux, F. (2018). The Monday Note, 14 January, 2018. Available at: https://mondaynote.com/facebook-is-done-with-quality-journalism-deal-with-it-afc2475f1f84

от социалните платформи.[15] Все пак някои застъпници на медийната и информационната грамотност се надяват, че тази промяна ще накара по-младата аудитория да разшири хоризонта си в търсене да узнае какво се случва в околния свят, вместо да разчита единствено на социалните медии, където информацията е замърсена, и да черпи наготово от непрекъснато включените мобилни устройства. Същевременно някои намекват, че Фейсбук би могъл сам да започне да произвежда новини, като конкурира съществуващите медии.[16]

С МИГ участниците могат да се убедят, че даже автентичните новини винаги се конструират и консумират в по-широки повествователни рамки, които придават смисъл на фактите и включват по-широки, идеологически и идентичностни хипотези. Това означава способност да се разпознава разликата между различните журналистически опити да се улови и интерпретира реалността, от една страна, и случаите на измама, използващи новинарския формат в нарушение на професионалните стандарти за проверяемост.

Медийната и информационната грамотност също така може да бъде инструмент за борба със стереотипите и да поощрява междукултурната комуникация, като многоезичието се явява важен фактор за постигане на тази цел. В разработката на МИГ са вградени разнообразни приноси, интересни ресурси могат да се намерят на уебсайта на ЮНЕСКО.[17] Обаче още много остава да се направи по отношение на учебните програми и на практиката, за да се смекчи ударът от дезинформацията и от неточната информация.[18]

Ефектът от обучението с този модул може да се подсили чрез използване на кратки видеоматериали със субтитри[19] за диалог с участниците под формата на „edutainment" (обучение чрез развлечение)*. За да се представят примери на лъжливо съдържание, участниците да предлагат свои примери за въвеждащи в заблуждение материали и да

---

[15] Вж. Модул 3.

[16] Is Facebook's Campbell Brown a Force to Be Reckoned With? Or Is She Fake News? Available at: https://www.nytimes.com/2018/04/21/technology/facebook-campbell-brown-news.html

[17] Вж. http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/media-development/media-literacy/mil-as-composite-concept/[accessed 22/04/2018].

[18] Abu-Fadil, M. (2007). Media Literacy: A Tool to Combat Stereotypes and Promote Intercultural Understanding. Available at: http://unesdoc.unesco.org/images/0016/001611/161157e.pdf [accessed 01/04/2018].

[19] Ето пример за видео на Vice Media, използвано ефикасно за демонстриране на ценността на информационната медиаграмотност в контекста на стрелби в училищата в САЩ: Hoaxers say victims of mass shootings are 'crisis actors', Vice Select on Facebook.Available at: https://www.facebook.com/vicenews/videos/842904982564160/[accessed 01/04/2018].

* Терминът „edutainment" (англ.) съчетава двете думи „education" (образование) и „entertainment" (забавление). Отнася се до всяка форма на забавление, която обучава. Целта е образователният процес да стане приятен и забавен. Най-често „edutainment" включва съдържание, чиято цел е да образова, но има между другото и забавна стойност – б.р.

се научат да възприемат всеки фрагмент от съдържанието със скептицизъм, дори и да е представено като новина.

Преподавателите трябва също така да помогнат на студентите да не се ограничават с механични повърхностни проверки в Гугъл, като ги насочва към по-задълбочени онлайн издирвания, включващи разширените функции на търсене и кръстосана проверка от няколко източника, както и разбиране на значението на библиотеката и библиотекаря за изграждане на грамотност по въпросите на търсенето и преценката на видовете информация.[20]

Електронните библиотеки значително улесниха достъпа до научни и други справочни материали, които студентите и практикуващите журналисти могат да използват за задълбочаване на своите знания за процесите и практиката на критическите оценки и проверки на информацията. Други ресурси също допълват процеса на обучение/получаване на знания, за да помогнат на участниците да си проправят път през масата повече или по-малко лъжливи информации, да се предпазят от тяхното негативно въздействие и да се подготвят да ги разобличават като част от журналистическата си дейност.[21]

Гражданското взаимодействие с потребителите на социални мрежи, които получават и споделят дезинформация и неточна информация, също е перспективен метод за журналистите и за студентите по журналистика, за да се научат да откриват, проследяват и ефикасно да опровергават лъжливото както за себе си, така и за своята общност. Препоръчваме на преподавателите да подготвят упражнения за развиване на тези умения.

Думите на Руба Ел Хелоу, старши преподавател и изследовател в катедрата „Медии" на университета „Нотр Дам" в Ливан, изтъкват значението и актуалността на този модул: „Преподавателите и журналистите трябва да се присъединят към битката, за да въоръжат хората с необходимите умения за декодиране на различните типове съобщения. Медийната и информационната грамотност помагат за установяване на равновесие между доверието към източниците на информация и необходимата подозрителност, за да бъдат подложени на съмнение".

---

[20] 15 resources for teaching media literacy. ASCD. Available at: http://inservice.ascd.org/15-resources-for-teaching-media-literacy/. [accessed 03/04/2018].

[21] Пример, който може да се даде, е Project Look Sharp, инициатива за медийна грамотност на колежа в Итака, която предоставя наръчници по медийна грамотност, програми и готови за принтиране листовки. Available at: www.projectlooksharp.org. [accessed 23/03/2018].

Цели на модула

- ▷ *Да се осъзнае необходимостта от придобиване на необходимата грамотност[22] и съответните навици[23], за да се разбере журналистиката (и различните ѝ варианти) и да се открият както недостойните журналистически практики, така и мошеническите новини в различни медии.*
- ▷ *Участниците да развият нужните умения, за да осмислят какви новини консумират от целия масмедиен спектър и да видят колко лесно се произвежда дезинформация.*
- ▷ *Да се научат участниците да развиват здрав скептицизъм по отношение на всяка информация, която консумират, и внимателно да претеглят истинността на репортажи, постове, фийдове, снимки, видео, аудиосъдържания, инфографики и статистики в адекватните контексти.*

Резултати от обучението

В края на този модул участниците би трябвало да могат:

1. *Да различават фактите от измислиците, както и да разбират, че в рамките на автентичната журналистика може да има разнообразни наративи.*
2. *Да разбират начина на селекция на историите, кой произвежда съдържанието, какви методи се използват, за да се създаде видимост на правдивото представяне на реалността, как се използва езикът, какво се подчертава, какво се пропуска, кой говори, колко важен и/или надежден е този човек, какви биха могли да бъдат скритите му цели, какво въздействие е имала/има/ще има тази новина и как другите могат да я разглеждат и приемат.*
3. *Да оценяват какво е собственото им ниво на медийна и информационна грамотност, значението ѝ за личностното им изграждане и за начина им на взаимодействие с информацията и комуникацията.*

---

[22] *За информацията относно медийната и информационната грамотност виж UNESCO's Notions of MIL. Available at http://unesco.mil-for-teachers.unaoc.org/foreword/unifying-notions-of-media-and-information-literacy/[accessed 22/4/2018].*

[23] *В допълнение към уменията за критическо мислене, изтъкнати от Фасион (2010), участниците трябва да се насърчават да бъдат скептични; да поставят под въпрос всичко; нищо да не приемат на доверие; да проверяват източниците, що се отнася до фактите.*

Формат на модула

Модулът е разделен на две части по 90 минути – теоретична и практическа.

Методологията е основана на обсъждането на това, какво е медийната и информационната грамотност и какво е значението ѝ в епохата на дезинформация, неточна информация и други извращения, вирусно разпространявани през традиционните и социалните медии. Материалът за този курс може да се получи чрез интернет: съществуват множество полезни ресурси за изследователска работа и практически занимания.

Ето някои полезни сайтове:

- UNESCO http://en.unesco.org/and its Media Literacy site https://en.unesco.org/themes/media-literacy
- United Nations Alliance of Civilisations https://www.unaoc.org/ – Media and information literacy curriculum for teachers http://www. unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/media-and-information-literacy-curriculum-for-teachers/
- Five laws of MIL http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/media-development/media-literacy/five-laws-of-mil/
- Common Sense Education https://www.commonsense.org/education/top-picks/media-news-and-information-literacy-resources-for-students
- EAVI Media and Literacy for Citizenship https://eavi.eu/beyond-fake-news-10-types-misleading-info/
- The News Literacy Project http://www.thenewsliteracyproject.org/, the Center for News Literacy at Stony Brook University http://www.centerfornewsliteracy.org/
- Mind over Media http://propaganda.mediaeducationlab.com/
- The Digital Resources Center (Center for News Literacy) http://drc.centerfornewsliteracy.org/
- The Center for Media and Information Literacy at the University of Rhode Island https://centermil.org/resources/

На преподавателите се препоръчва да добавят ресурси, свързани със собствените страни и региони на различни езици.

Учебното пространство трябва да е оборудвано с компютри и да е свързано с интернет, за да могат преподавателите и студентите да ползват уебсайтовете на организации, които се занимават с въпросите на медийната и информационната грамотност, както и с изследвания на медийни казуси.

Свързване на плана с резултатите от обучението

А. Теория

Инструкторът представя материали и изследвания на казуси относно медийната и информационната грамотност и връзката ѝ с дезинформацията и неточната информация, маскирани като новини.

План на модула	Часове	Резултати от обучението
Обяснение и обсъждане на медийната и информационната грамотност и нейните инструменти, включващи критическо мислене.	45 минути	1 + 3
Разглеждане и обсъждане на избраните примери, които са с местно значение и в различни медийни формати.	45 минути	1 + 2

Б. Практика

Дейности, свързани с учебните материали и инструменти.

План на модула	Часове	Резултати от обучението
Практически дейности	90 минути	1 + 3
1. Разпознаване на журналистиката (Видовете журналистика) *Анализирайте история от първата страница в местната преса. Всеки студент да потърси и да изследва как същата история е публикувана в три различни медии.* *Проведете обсъждане, като изискате от студентите да разсъждават критически, за да „разопаковат" основното повествование, анализирайки наред с това фрейминга, избора и опаковката на новината. При „разопаковането" се обръща особено внимание на присъствието на признаци на традиционния жанр „новини" – кой, какво, къде, кога, как, защо, използване на преки цитати; опиране на експертни и авторитетни източници, поддържащи образи, стереотипна терминология, типична за вестникарския жаргон, наред с другите „новинарски" сигнали.*	45 минути	

2. Представяне на дезинформация като новина *Покажете на участниците пример на лъжлива новина и обсъдете „какво работи" и „какво издава играта". След това им възложете да манипулират история, която са прочели в предишното упражнение. Задачата е да създадат фалшифициран разказ, който се развива в близко бъдеще и на пръв поглед прилича на истинска новина. (Студентите биха могли да изберат и собствен сюжет за създаване на дезинформация).* *След като приключат, студентите се разделят на групи, за да направят разбор кои елементи придават достоверност на разказа. Може да се използва оценъчен тест, но да бъдат посочени и кои характеристики на новината са взети предвид.* *Накрая участниците са събрани отново, за да изложат пред всички своите анализи чрез кратки презентации.*	45 минути	1 + 3

Примерни упражнения

Всеки да издири сред новините, подавани в използваната от него социална мрежа, история на научна или медицинска тема (например за странна диета, епидемия, въздействието на глобалното затопляне върху неговата общност, ефективността на електрическите автомобили в сравнение с бензиновите.) Да оцени своето изследване, собствената си предубеденост (ако я демонстрира активно), емоционалните си реакции на историята/посоката за решаване на проблемите, като отчита как те се отнасят към въпросите на медийната и информационната грамотност, такива като търсене, оценка, цифрова безопасност, права и идентичност, както и към основните етични принципи, приложими към информацията.

След това студентите трябва да представят информацията, до която са стигнали в своето разследване: кой е създал историята, как авторът е узнал за това, което е публикувал, и печели ли от нейното разпространение. При това трябва да подложат данните, статистиката, инфографиката на двойна проверка. При възможност да използват биб-

лиотеката/електронната библиотека на своя университет за проверка на данните. Изводите се излагат в критическо есе (1500 думи), в което се анализират силните и слабите страни на разгледаното съдържание.

Материали

По-долу са посочени статии, които съдържат диапозитиви, фотографии и видео. На преподавателите се препоръчва да създават свои слайдшоу, като в тях включват снимки и видеоматериали, които се отнасят към собствените им страни и контексти.

Литература

Abu-Fadil, M. & Grizzle, A. (2016). *Opportunities for Media and Information Literacy in the Middle East and North Africa*. Available at: https://milunesco.unaoc.org/wp-content/uploads/MIL-Mena-2016-english.pdf [accessed 05/01/2018].

A lexicon for the digital age. (2017). The Unesco Courier, [online] (July – September 2017). Available at: https://en.unesco.org/courier/2017-july-september/lexicon-digitalage [accessed 06/04/2018].

Facione, P. (2010). *Critical Thinking: What It Is and Why It Counts*. [online] Insight Assessment. Available at: https://www.insightassessment.com/ [accessed 05/01/2018].

Gray, J., Bounegru, L.& Venturini, T. (2017). *What does fake news tell us about life in the digital age? Not what you might expect*. NiemanLab. [online] Available at: http://www.niemanlab.org/2017/04/what-does-fake-news-tell-us-about-life-in-the-digital-age-notwhat-you-might-expect/ [accessed 06/04/2018].

Stephens, B. (2017). *The Dying Art of Disagreement*. The New York Times. [online] Available at: https://www.nytimes.com/2017/09/24/opinion/dying-art-of-disagreement.html [accessed 06/04/2018].

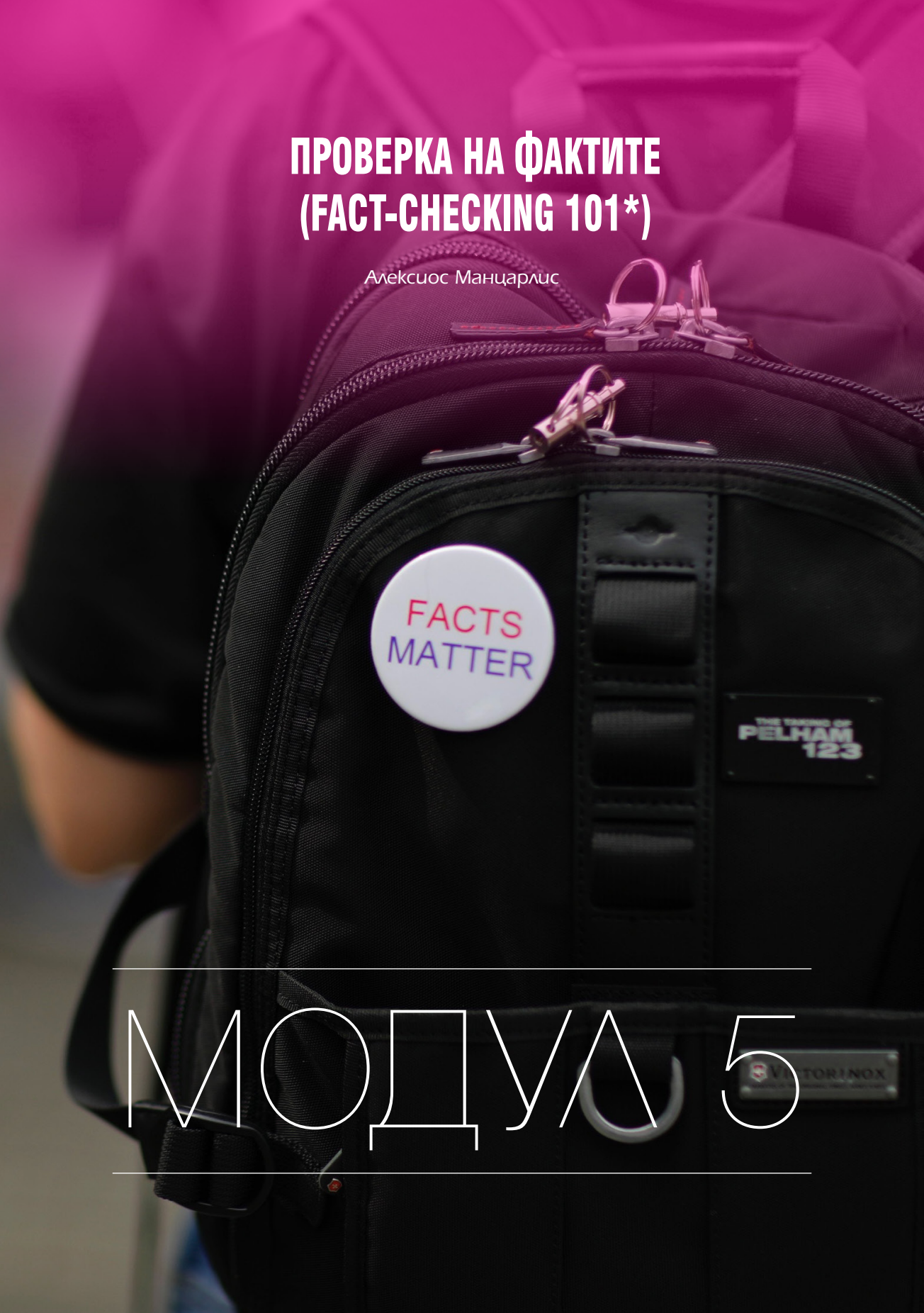
Допълнителна литература

Lytvynenko, J. (2018). *Here's How A Canadian Imam Got Caught Up In Fake News About Houston*. BuzzFeed. [online] Available at: https://www.buzzfeed.com/janelytvynenko/toronto-imam-caught-up-in-fake-news?bftw&utm_term=.ha3w9B5rr#.acEgmYE66 [accessed 06/04/2018].

Mulrooney Eldred, S. (2017). *In an era of fake news, students must act like journalists: schools rarely require news literacy, but it's more important than ever*. Science News. [online] Available at: https://www.sciencenewsforstudents.org/article/era-fake-news-students-must-act-journalists [accessed 06/04/2018].

Rusbridger, A., Neilsen, R. and Skjeseth, H. (2017). *We asked people from all over the world how journalists should cover powerful people who lie. Here is what they said. Reuters Institute for the Study of Journalism*, Oxford University. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/risj-review/we-asked-people-all-over-world-how-journalists-should-cover-powerful-people-who-lie [accessed 12/06/2018]

Vesey-Byrne, J. (2017). *Bikini designer exposes why you shouldn't trust everything you see on Instagram*. The Independent. [online] Available at: https://www.indy100.com/article/bikini-designer-instagram-before-after-karina-irby-7934006?amp [accessed 06/04/2018].



ПРОВЕРКА НА ФАКТИТЕ (FACT-CHECKING 101*)

Алексиос Манцарлис

МОДУЛ 5

Кратко съдържание

Политици, маркетолози, застъпнически групи, брандове – всички, които се стремят да убедят другите, имат подбуда да изкривяват, преувеличават или да замъгляват фактите. Този модул запознава участниците с методология за откриване на подлежащите на проверка твърдения и за критическа оценка на доказателствата в съответствие с етичните норми и принципи.

План

История и смисъл на фактчекинга като форма на отговорна журналистика

Даниъл Патрик Мойнихан (1927–2003), сенатор от щата Ню Йорк, посланик в Индия и в Организацията на обединените нации, стои зад известната фраза: „Всеки има право на собствено мнение, но не и на собствени факти."[1]

В журналистиката терминът „проверка на фактите" („fact-checking"), може да означава две неща. Традиционно редакциите наемали сътрудници, които да изчитат и коригират статиите на журналистите, като проверяват фактите в тях. Препотвърждаването на фактите и цифрите утвърждавало сериозността на информацията и осъществявало общ контрол на качеството на съдържанието преди да бъде публикувано. Началото на тази практика в модерната журналистика – поне в западните страни – се приписва на големите американски седмичници като TIME през двайсетте години на миналия век.[2]

Икономическите трудности, изпитвани от повечето новинарски организации по света от началото на XXI в.[3]*, водят до свиване на отделите за проверка на фактите, до сливането им със службите за стилово редактиране или до тяхното ликвидиране. Днес главно списания за интелектуалния елит, като The New Yorker в САЩ или Der Spiegel в Германия, все още използват редакционни сътрудници за проверка на фактите.*[4]

В този модул ще разгледаме друг тип проверка на фактите – която се прави не преди нещо да бъде публикувано, а след като то стане

---

* *С код 101 се означава въвеждащ курс в американската университетска система.*

[1] Moynihan, D. & Weisman, S. (2010). Daniel Patrick Moynihan. New York: Public Affairs.

[2] Scriber, B. (2016). Who decides what's true in politics? A history of the rise of political fact-checking. [online] Poynter. Available at: https://www.poynter.org/news/who-decides-whats-true-politics-history-rise-political-fact-checking [accessed 28/03/2018].

[3] Вж. Модул 3.

[4] Bloyd-Peshkin, S. & Sivek, S. (2017). Magazines find there's little time to fact-check online. [online] Columbia Journalism Review. Available at: https://www.cjr.org/b-roll/magazine-fact-checking-online.php [accessed 28/03/2018].

обществено достъпно. Тази проверка на фактите апостериори има за цел да застави политиците и другите публични личности да носят отговорност за правдивостта на своите изявления. Проверяващите фактите търсят първоизточници и авторитетни източници, които могат да потвърдят или да опровергаят публичните твърдения.

Този тип проверка на фактите се насочва главно (но не изключително) към политическата реклама, предизборните речи и партийните манифести. Сред първите проекти, посветени на тази форма на политическа проверка на фактите, може да посочим сайта Factcheck.org, лансиран през 2003 г. от Annenberg Public Policy Center към Пенсилванския университет, както и Channel 4 Fact Check, стартирал през 2005 г.

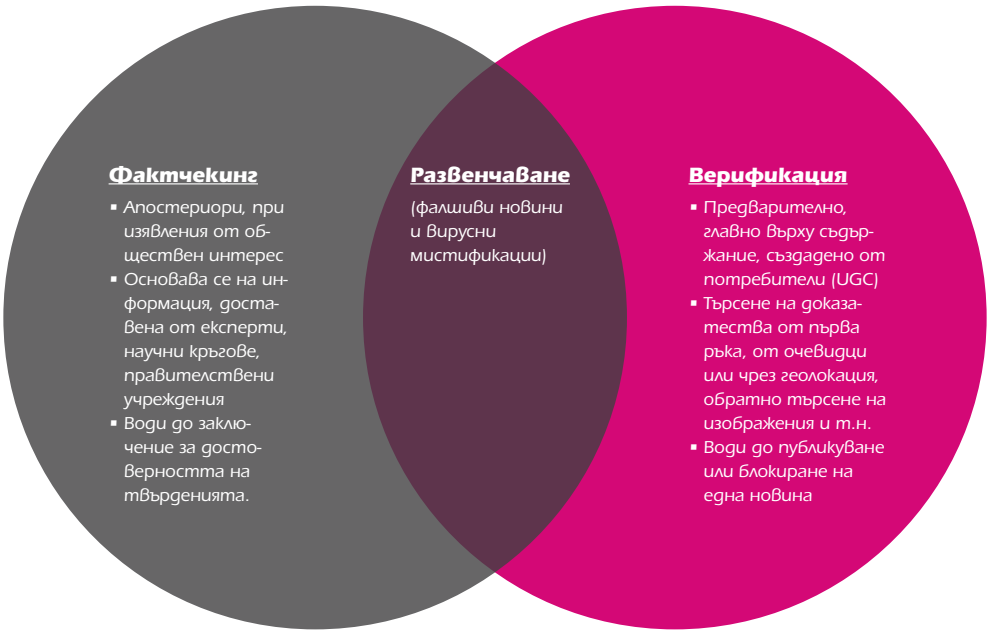
През последното десетилетие проверката на фактите се разпространи по цял свят. Два момента бяха особено важни за развитието на тази журналистическа практика. Първата вълна тръгна през 2009 г., когато наградата „Пулицър" за национален репортаж бе присъдена на PolitiFact, проект за проверка на фактите, започнат година по-рано от The St Petersburg Times (сега Tampa Bay Times) във Флорида. Иновативният подход на PolitiFact се състоеше в това, да оценяват изявленията с „истинометър", добавящ структура и яснота. (Според някои критици рейтингите внасяли субективност.) Структурираният подход много ясно показа на публиката какво е политическа проверка на фактите и разясни нейната роля като журналистически инструмент за привличане на политиците и на други публични личности към отговорност за своите думи, което вдъхнови десетки проекти по цял свят.[5]

Втората вълна проекти за проверка на фактите бе отприщена от избухването на „fake news" по цял свят. Този термин, днес неправилно използван под път и над път, описва напълно изфабрикувани сензационни истории, които достигат огромна аудитория, като използва алгоритмите на социалните мрежи в свой интерес. След като през 2016 г. стана ясно, че информационната онлайн инфраструктура е особено пропусклива за дезинформация и неточна информация, все повече и повече групи решиха да се обърнат към проверка на фактите.

Втората вълна често е съсредоточена както върху проверка на фактите в публичните изявления, така и върху развенчаване на вирусните мистификации. Разобличаването е подфункция на проверката на фактите и изисква набор специфични компетенции, които са общи с необходимите за проверката (особено по отношение на съдържание-

[5] Mantzarlis, A. (2017). In its first decade, PolitiFact helped define political fact-checking far beyond Washington, D.C. [online] Poynter. Available at: https://www.poynter.org/news/its-first-decade-politifact-helped-define-political-fact-checking-far-beyond-washington-dc [accessed 28/03/2018].

то, генерирано от потребители и известно като user generated content (UGC) – вж. диаграмата на Вен по-долу). Този модул се фокусира върху проверката на фактите, докато следващият ще се съсредоточи върху верификацията на дигиталното съдържание и източници.[6]



Фигура 5. *Разлика между проверка на фактите (fact-checking) и верификация*

Примери за организации по проверка на фактите

По данни на Duke Reporters' Lab през декември 2017 г. по света има 137 проекта за проверка на фактите, действащи в 51 страни[7].

Макар САЩ да са най-големият пазар за проверка на фактите, част от най-интересните и иновативни работи в тази област се създават в останалия свят. Преподавателите могат да се запознаят с проекти като Africa Check (Южна Африка, Сенегал, Нигерия и Кения), Chequeado (Аржентина), Les Décodeurs (Франция), Faktisk (Норвегия) и Full Fact (Великобритания).

За преподавателите, които искат да се съсредоточат върху конкретни страни или региони, следните ресурси могат да бъдат полезни:

---

[6] Вж. Модул 6.

[7] Stencel, M. (2017). Fact-checking booms as numbers grow by 20 percent. [online] Duke Reporters Lab. Available at: https://reporterslab.org/big-year-fact-checking-not-new-u-s-fact-checkers/[accessed 28/03/2018].

- **Бразилия:** „Fact-checking booms in Brazil," статия от Kate Steiker-Ginzberg за Poynter, https://www.poynter.org/news/fact-checking-booms-brazil.
- **Европа:** „The Rise of Fact-Checking Sites in Europe", доклад от Lucas Graves и Federica Cherubini за Reuters Institute at the University of Oxford, http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/rise-fact-checking-sites-europe#overlay-context=.
- **Япония:** „A new fact-checking coalition is launching in Japan", статия от Masato Kajimoto за Poynter, https://www.poynter.org/news/new-fact-checking-coalition-launching-japan.
- **Южна Корея:** „What's behind South Korea's fact-checking boom? Tensepolitics and the decline of investigative journalism," статия от Boyoung Lim за Poynter, http://www.poynter.org/2017/whats-behind-south-koreas-fact-checking-boom-tense-politics-and-the-decline-of-investigative-journalism/463655/.
- **Латинска Америка:** „Lack of access to information is driving Latin America's fact-checking boom", статия от Ivan Echt за Poynter, https://www.poynter.org/news/lack-access-information-driving-latin-americas-fact-checking-boom.
- **САЩ:** „Deciding What's True: The Rise of Political Fact-Checking in American Journalism", книга на Lucas Graves или рецензията на Brad Scriber на сайта на Poynter, https://www.poynter.org/news/who-decides-whats-true-politics-history-rise-political-fact-checking.

Методология и етика на проверката на фактите

Проверката на фактите не е някаква сложна наука. Това е строг анализ, основан на простичкия въпрос: „Откъде знаем това?" И същевременно не е просто проверка на правописа. Не съществува нито речник с всички факти, нито прост софтуер, способен да разглежда документите и да сигнализира, щом някой факт не отговаря на действителността.

Проверката на фактите обикновено се състои от три етапа:

1. **Издирване на подлежащи на проверка изявления** чрез преглед на законодателни досиета, медийни източници и социални мрежи. В рамките на този процес трябва да се определи какви важни публични изявления (а) могат да бъдат проверени и (б) трябва да бъдат проверени.
2. **Намиране на фактите** чрез търсене на най-добрите достъпни доказателства по отношение на въпросните изявления.

3. **Поправяне на материала** чрез преоценка на изявлението в светлината на наличните доказателства, обикновено по някаква скала за достоверност.

Организации по проверка на фактите, които заслужават доверие, разкриват своите методи, за да обяснят какъв процес са следвали. Преподавателите могат да запознаят студентите с една или няколко от следните практики:

1. Africa Check's „How We Work" page (https://africacheck.org/about-us/how-we-work/), както и инфографиката в Materials section.
2. Chequeado's „Metodo" (на испански http://chequeado.com/metodo/)
3. Pagella Politica's „Metodologia" and „Come funzioniamo" (на италиански https://pagellapolitica.it/progetto/index)
4. PolitiFact's „The Principles of PolitiFact" (http://www.politifact.com/truth-o-meter/article/2013/nov/01/principles-politifact-punditfact-and-truth-o-meter/).

Международната мрежа за проверка на фактите, International Fact-Checking Network (IFCN)[8], също разработи кодекс от принципи, които ръководят добросъвестните проверяващи във всекидневната им работа.

Организациите за проверка на фактите кандидатстват, за да бъдат приети сред подписалите Етичния кодекс на IFCN. За това е необходимо да получат външно оценяване, доколко ефективно прилагат тези принципи. Преподавателите могат да се запознаят с кодекса, да намерят примери за оценка на фактите от фактчекинговите организации в собствените страни[9] и да обсъдят със студентите дали въпросните процедури повишават доверието им в проверяващите достоверността на информацията.

Тези принципи са разработени, за да помогнат на читателите да отличават добрата проверка на фактите от лошата. Примери за дезинформация, дегизирана като проверка на фактите, преподавателите могат да намерят в тези две статии:

- ▷ These fake fact-checkers are peddling lies about genocide and censorship in Turkey (Poynter) (https://www.poynter.org/news/these-fake-fact-checkers-are-peddling-lies-about-genocide-and-censorship-turkey)
- ▷ In the post-truth era Sweden's far-right fake fact checker was inevitable. (The Guardian) (https://www.theguardian.com/media/2017/jan/19/in-the-post-truth-era-swedens-far-right-fake-fact-checker-was-inevitable)

[8] Авторът Алексиос Манцарлис (Alexios Mantzarlis) ръководи „The International Fact Checking Network".
[9] Available at: https://www.poynter.org/international-fact-checking-network-fact-checkers-code-principles. [accessed: 28/03/2018].

Какво пречи на добрата проверка на фактите?

Преди да задълбаят в практическите аспекти на проверката на фактите, студентите трябва да се запознаят с нейните граници и собствените си ограничения.

Според някои коментатори сме встъпили в ерата на „постистината" или „постфакта". Тези термини бяха в заглавията на вестниците по цял свят през 2016 г. и бяха избрани за „дума на годината" от Оксфордския речник на английския език и от Обществото на немския език.

Според вярващите в понятието „постистина" политиката и медиите са се поляризирали до такава степен и са станали толкова пристрастни, че в случай на несъгласие гражданите категорично отхвърлят всички факти.

Все пак това не съответства на резултатите от нарастващ брой изследвания, според които, ако се направят поправки особено чрез позоваване на значими за аудиторията авторитети, хората общо взето стават по-добре информирани. Преподавателите могат да се запознаят с изследванията по-долу и да ги обсъдят със студентите:

- Swire, B., Berinsky, A. J., Lewandowsky, S. & Ecker, U. K. H. (2017). Processing political misinformation: comprehending the Trump phenomenon (1 March 2017). (http://rsos.royalsocietypublishing.org/content/4/3/160802 [accessed 28/03/2018]).
- Nyhan, B. & Zeitzoff, T. (2018). Fighting the Past: Perceptions of Control, Historical Misperceptions, and Corrective Information in the Israeli-Palestinian Conflict (http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/pops.12449/abstract. [accessed 28/03/2018]).
- Wood, T. & Porter, E. (2016). The Elusive Backfire Effect: Mass Attitudes'Steadfast Factual Adherence (August 5, 2016). (https://ssrn.com/abstract=2819073. [accessed 28/03/2018]).

От друга страна, би било абсурдно опростенчески да се предполага, че фактите са съвършена характеристика на света, а хората – напълно рационални същества, способни да приемат новите факти абсолютно независимо от предходни убеждения и лични предпочитания. Всеки от нас идва с когнитивни и други предубеждения – по същество ментални препятствия, – които могат да попречат за усвояване на нова фактическа информация. Важно е да признаем, че това не се случва само на другите, а се случва с всеки от нас.

Преподавателите би трябвало да обсъдят някои от тези предразсъдъци със студентите.

Пристрастност: (от Британската енциклопедия – https://www.britannica.com/topic/confirmation-bias) Тенденцията да се обработва информацията чрез търсене или интерпретация, която се съгласува със съществуващите убеждения. Този предубеден подход към вземане на решение в значителна степен е непреднамерен и често води до игнориране на противоречаща информация. Съществуващите убеждения могат да включват определени очаквания в дадена ситуация и прогнози за конкретен резултат. Хората са особено склонни да търсят информации, които потвърждават собствените им убеждения, когато въпросът е много важен за тях.

Мотивирано разсъждение: (от Discover Magazine – http://blogs.discovermagazine.com/intersection/2011/05/05/what-is-motivated-reasoning-how-does-it-work-dan-kahan-answers/#.WfHrl4ZrzBI) Мотивираното познание се отнася за безсъзнателната склонност на индивидите да адаптират обработката на информацията към изводите, които съответстват на преследвана от тях цел. Да вземем един класически пример. През петдесетте години на миналия век психолози провели експеримент със студенти от два университета от Бръшляновата лига: предложили им да гледат филм, в който били показани серия оспорвани съдийски решения по време на футболен мач между отборите на техните колежи. Студентите проявили склонност да оценяват като правилни своеволните решения, когато били благоприятни за техния, а не за противниковия отбор. Изследователите стигнали до извода, че емоционалната нагласа у студентите в подкрепа на собствения колеж е моделирала онова, което са видели на екрана.

Евристика на достъпността: (от Психологически речник, издание на Оксфордския университет – http://www.oxfordreference.com/view/10.1093/acref/9780199534067.001.0001/acref-9780199534067-e-830) Когнитивната евристика е оценка на вероятността на събитието по честотата на неговата актуализация в съзнанието (от гледна точка на неговата достъпност в паметта). Това може да доведе дотам, че хората да приемат едно невярно твърдение за истинно само защото могат лесно да си го спомнят. В експеримента, проведен от Лиза Фацио в университета Вандербилт, хората, накарани да повторят шест пъти утвърждението „сари – това е килт", повярвали в тази явна лъжа повече, отколкото повторилите го само веднъж. Отразявайки събитията безкритично, журналистиката може да се превърне в проводник на лъжливи информации, в които хората накрая ще повярват. Например отразяването в средствата за масова информация

на измислиците за родното място на Барак Обама може би е изиграло роля в разпространяването на убеждението, че бившият президент на САЩ не е роден в Хавай.

Необходимо е да се отбележи, че сама по себе си проверката на фактите е несъвършен инструмент. Една информация може да бъде напълно точна, дори и да не отчита значителен контекст.[10] *Фактите винаги биват интерпретирани, организирани и реорганизирани целенасочено в рамките на по-широки наративни структури, които могат да им придават различно значение. Освен това истината е нещо повече от прост набор от факти. Проверката на фактите не е инструмент, който да се използва за заглушаване на алтернативни интерпретации, нито за премълчаване на факти, които могат да повлияят върху повествованието и индивидуалната предразположеност, така че да блокират всеки рационален дебат.*



Цели на модула

- ▷ *По-добро познаване на новите добри практики за проверка на фактите в глобален мащаб.*
- ▷ *По-добра осведоменост за когнитивните предубеждения, които могат да възпрепятстват разбирането на фактите.*
- ▷ *Подобряване на способностите за критически анализ.*



Резултати от обучението

1. *Възприемане на появата на фактчекинга като особена форма на журналистиката, осмисляне на етиката и методологията на тази практика.*
2. *Разбиране какви въпроси е необходимо да се зададат при оценката на качеството на доказателствата.*
3. *Развиване на способността да се отличават подлежащите на проверка твърдения от мнението и хиперболата.*
4. *Основна концептуализация на когнитивните предубеждения, които могат да възпрепятстват доброто разбиране на фактите.*

[10] Виж като пример Yanofsky, D.(2013). The chart Tim Cook doesn't want you to see. Available at: https://qz.com/122921/the-chart-tim-cook-doesnt-want-you-to-see/. [accessed 28/03/2018].



Формат на модула

Теоретичната част на курса обхваща:

1. *История и семантика.*
2. *Методология и етика.*
3. *Какво се препречва пред фактите.*

Практическата част включва два вида дейности:

1. *Намиране на подлежащите на проверка твърдения.*
2. *Намиране на фактите.*

Целта на заниманието е да се коригират твърденията.

Свързване на плана с резултатите от обучението

А. Теория

План на модула	Часове	Резултати от обучението
История и семантика	*20 минути*	*1*
Методология и етика	*20 минути*	*1*
Какво се препречва пред фактите	*20 минути*	*4*

Б. Практика

План на модула	Часове	Резултати от обучението
Дейност 1: *Намиране на подлежащи на проверка твърдения*	*30 минути*	*3*
Дейност 2: *Намиране на фактите*	*60 минути*	*2*

I) Намиране на подлежащи на проверка твърдения

Проверката на фактите се фокусира върху твърдения, които съдържат поне един факт или една цифра, чиято истинност може да бъде обективно проверена. Проверката на фактите не дава оценка на правдивостта на мненията и прогнозите, нито на хиперболата, сатирата и шегите.

Дейност 1: Студентите да прочетат следните откъси от речи на четирима публични личности и да подчертаят в ЗЕЛЕНО твърденията, които могат да бъдат проверени, в ЧЕРВЕНО – мненията, които не могат да бъдат проверени, и в ОРАНЖЕВО – частите, които се намират някъде по средата. След като студентите предадат анотираните откъси, разгледайте всеки от тях и обсъдете какво представлява едно „проверяемо" твърдение.



УКАЗАТЕЛ

Червено – невъзможна проверка на фактите
Оранжево – нещо средно между двете
Зелено – проверяемо твърдение

Мишел Бачелет, бивша президентка на Чили

Макар да отбелязахме значителен напредък в тази посока, съзнаваме, че сме длъжни да отстраним още една опасност за морската екосистема – пластмасата. Година след година 8 милиона тона пластмаса попада в океана, остава там в продължение на стотици години с огромно вредно въздействие. За решаването на този проблем участваме в кампанията „Чисти океани" по Програмата на ООН за опазване на околната среда. Междувременно на местно ниво до 12 месеца ще представим законопроект за забрана на използването на пластмасови торбички в крайбрежните градове. Ние ще бъдем първата южноамериканска страна, приела такъв закон, и призоваваме другите страни да поемат тази отговорност. Впрочем минаха 30 години от подписването на Монреалския протокол за веществата, които нарушават озоновия слой, което позволи той да бъде възстановен. В тази трийсета годишнина бих искала да обявя, че моята страна току-що ратифицира изменението от Кигали от 2016 г. към Монреалския протокол, целящо да бъде предотвратено глобално климатично затопляне с до 0,5°C. Така Чили става една от първите страни, ратифицирали това ново споразумение. И това не е всичко. Със създаването на мрежа от паркове в Патагония добавихме 4,5 милиона хектара зелени зони, богати на биоразнообразие, които вече ще бъдат под защитата на държавата за обществено ползване.

Джейкъб Зума, бивш президент на ЮАР

Сегашната структура на световната икономика продължава да задълбочава разрива между Севера и Юга. Докато едно малцинство се ползва с благата на глобализацията, повечето народи в света продължават да жи-

веят в неприемливи условия на бедност и глад, без надежда да подобрят начина си на съществуване. Даже в развитите страни разривът между богати и бедни остава голям и предизвиква сериозна загриженост. Нуждаем се от политическа воля и ангажимент от страна на световните лидери за решаване на проблема и отстраняване на препятствията, създавани от тази непроменена структура на световната икономика, ако искаме да се надяваме да достигнем целите и амбициите на План 2030. Тези неравни и несправедливи икономически условия остро се проявяват в Африка. Например нашият континент притежава огромни минерални ресурси, но и най-висок брой най-слабо развити страни в света.

Зигмар Габриел, бивш германски външен министър

Трябва да предоставим на Организацията на обединените нации необходимите й средства за изпълнение на нейните пълномощия. В момента обаче цифрите говорят друго: Световната продоволствена програма получава под 50% от средствата, необходими й за борбата с глада по света. Световната програма за развитие днес получава едва 15% от своите постъпления под формата на доброволни необвързани плащания, които през 2011г. бяха 50%. Не по-добре стоят нещата и с другите програми за помощ на ООН. Неприемливо е хората на отговорни постове в ООН да губят повече време да разпращат писма с молба да се намери необходимото финансиране, отколкото за организирането на ефективна помощ. Трябва да сменим курса. Длъжни сме да предоставим на Организацията на обединените нации адекватно финансиране, както и по-голяма свобода. В замяна се нуждаем от по-голяма ефективност и прозрачност по отношение на използването на финансирането. Във всеки случай Германия има намерение да продължава да оказва финансова подкрепа на Обединените нации.

Като четвърти по големина финансов вносител в ООН и един от най-големите донори на хуманитарна помощ в света, ние искаме да продължаваме да оказваме съществена подкрепа.

Марк Зукърбърг, изпълнителен директор на Фейсбук

Фейсбук – това е идеалистична и оптимистична компания. През по-голямата част от нашето съществуване се фокусирахме върху всичко хубаво, което обединението на хората може да донесе. Когато Фейсбук започна да се развива, хората в цял свят получиха нов мощен инструмент, който им позволява да остават свързани с хората, които обичат, да им се чува гласът и да изграждат общности и дейности. Напоследък присъствахме на раждането на движенията #metoo и March for Our Lives/Марш за нашия живот, организирани, поне частично,

от Фейсбук. След урагана Харви хората събраха повече от 20 милиона долара за оказване на помощ. И над 70 милиона малки предприятия сега използват Фейсбук за увеличаване и създаване на работни места.

II) Намиране на фактите

Дейност 2: *Разделете студентите на групи. Всяка група да избере някое „зелено" твърдение от горните примери (или от собствения ви списък) и да го подложи на проверка на фактите.*

Поръчайте на групите да намерят доказателства, които потвърждават или опровергават изводите. Преди да направят това, предложете им да оценят намерените източници по следните параметри.

Близост: *Колко близо е доказателството до феномена? Например информационен орган, който съобщава последните статистически данни за безработицата, обикновено не е в непосредствена близост до данните – и следователно не толкова пряко достоверен, колкото Националното статистическо бюро, което фактически измерва показателите за заетост.*

Експертиза: *Какви са свидетелствата за качеството на източника, произвел доказателството. Например авторът на книга има докторска степен по тази тема и е широко цитиран като авторитет в своята област.*

Прецизност: *Как са били събрани доказателствата? Например данните за насилия над жените често се събират чрез допитвания.*[11] *Това може да направи обобщенията неубедителни, а сравненията в международен план – трудни, защото готовността на жените да отговарят на въпроси и понятието за сексуално домогване могат да варират, включително и от страна в страна. Това не иска да намали сериозността на проблема за насилието над жените, а иска да призове към прецизиране на обосновката на някои изявления.*

Прозрачност: *Какво знаете за доказателството? Например едно научно изследване може да е публикувало в интернет всички данни, върху които се основават неговите изводи, за да бъдат проучени от други изследователи.*

Надеждност: *Има ли прецеденти, които да се вземат под внимание? Например Transparency International публикува индекс за възприети-*

[11] *Виж индикатор 48 на Статистиката на ООН относно мъжете и жените – https://genderstats.un.org/#/downloads.*

ето на корупцията вече повече от 20 години. Експертите са имали достатъчно време, за да отбележат неговите ограничения.[12]

Конфликт на интереси: *Свързано ли е доказателството с личните интереси на източника? Например изследване на предполагаемата полза от макаронените изделия за здравето е било частично проведено и финансирано от крупен производител на макарони.*[13]

Преподавателите могат да разпечатат тази таблица и да предложат на студентите да я използват при оценката на всеки източник.

	СЛАБА СТЕПЕН	**СРЕДНА СТЕПЕН**	**ВИСОКА СТЕПЕН**
Степен			
Близост			
Експертиза			
Прецизност			
Надеждност			
Конфликт на интереси			

Примерни упражнения

Коригиране на информацията

Като използват критериите за оценка, представени в учебника, студентите трябва да напишат отчет за проверка на фактите (около 1200 думи), стигайки до извод относно истинността на избраното твърдение.

Трябва да разработят собствена оценъчна скала на подложеното на проверка твърдение. Например PolitiFact предлага следните оценки:

Вярно – *изявлението е точно, нищо значително не е било пропуснато.*

До голяма степен вярно – *изявлението е точно, но се нуждае от някои пояснения и допълнителни информации.*

[12] Hough, D. (2016). Here's this year's (flawed) Corruption Perception Index. Those flaws are useful. The Washington Post. Available at: https://www.washingtonpost.com/news/monkey-cage/wp/2016/01/27/how-do-you-measure-corruption-transparency-international-does-its-best-and-thats-useful/?utm_term=.7ff90ea2890f [accessed 23/03/2018].

[13] *Това е действителен случай. Повече на:* http://www.healthnewsreview.org/2016/07/study-really-find-pasta-opposite-fattening/.[accessed 23/03/2018].

Наполовина вярно – *изявлението е частично вярно, но не отчита важни подробности или цитира данни извън контекста.*

До голяма степен невярно – *изявлението съдържа някои елементи на истина, но игнорира важни факти, които биха могли да създадат друго впечатление.*

Лъжливо – *изявлението е неточно.*

Опашата лъжа – *изявлението е неточно и смехотворно.*

Критериите за оценка не трябва да бъдат линейни, каквито са използваните от PolitiFact – от „вярно" към „опашата лъжа" с постепенно снижаване на рейтинга. Например El Sabueso в Мексико[14] *включва критерии за оценка като „това не може да бъде доказано" при твърдения, за които е невъзможно да се открие доказателство в единия или в другия смисъл, или „спорно" за твърдения, чиято истинност зависи от избраната методология. Насърчавайте студентите към креативност при работата с оценъчните скали, като се вземат предвид различните възможни квалификации за начина на излагане на фактите.*

В зависимост от времето и наличните ресурси преподавателите биха могли също така да предложат на студентите да подготвят проверка на фактите във формат отвъд текста. Под формата на мемета, кратки видеоматериали, GIF (Graphics Interchange Format), Snapchat – все потенциално добри инструменти за борба с фалшификациите. И наистина едно изследване дори показа, че проверката на фактите, представена като хумористично видео, е по-въздействаща, отколкото като статия.[15]

Примери за творчески формати преподавателите биха могли да намерят в статии от Poynter:

> Mantzarlis, A. (2016). *Fact-checkers experiment with Snapchat, GIFs and other stuff millennials*. Available at: https://www.poynter.org/news/fact-checkers-experimentsnapchat-gifs-and-other-stuff-millennials [accessed 28/03/2018].
>
> Mantzarlis, A. (2016). *How (and why) to turn a fact check into a GIF*. [accessed 28/03/2018. Available at: https://www.poynter.org/news/how-and-why-turn-fact-check-gif [accessed 28/03/2018].

[14] AnimalPolitico (2015). Available at http://www.animalpolitico.com/blogueros-blog-invitado/2015/01/28/el-sabueso-un-proyecto-para-vigilar-eldiscurso-publico/. [accessed 6/04/2018].

[15] Young, D., Jamieson, K., Poulsen, S. and Goldring, A. (2017). Fact-Checking Effectiveness as a Function of Format and Tone: Evaluating FactCheck.org and FlackCheck.org. Journalism & Mass Communication Quarterly, 95(1), pp.49-75.



Литература

В допълнение към посочените публикации Poynter има специален раздел за проверка на фактите – https://www.poynter.org/channels/fact-checking – който се обновява няколко пъти седмично. Ето няколко полезни ресурса, взети на първо място от тази рубрика.

Poynter (2018). *How to fact-check a politician's claim in 10 steps*. Available at: https://factcheckingday.com/articles/5/how-to-fact-check-a-politicians-claim-in-10-steps. [accessed 06/04/2018].

Van Ess, H. (2017). *The ultimate guide to bust fake tweeters: A video toolkit in 10 steps.* Available at: https://www.poynter.org/news/ultimate-guide-bust-fake-tweeters-video-toolkit-10-steps. [accessed 06/04/2018].

Mantzarlis, A. (2015). *5 things to keep in mind when fact-checking claim about science*. Available at: https://www.poynter.org/news/5-things-keep-mind-when-fact-checking-claims-about-science. [accessed 06/04/2018].

Mantzarlis, A. (2016). *5 tips for fact-checking claims about health*. Available at: https://www.poynter.org/news/5-tips-fact-checking-claims-about-health. [accessed 06/04/2018].

Mantzarlis, A. (2015). *5 tips for fact-checking datasets*. Available at: https://www.poynter.org/news/5-tips-fact-checking-datasets. [accessed 6/04/2018].

Mantzarlis, A. (2015). *5 studies about fact-checking you may have missed last month* (Poynter). Available at: https://www.poynter.org/news/5-studies-about-fact-checking-you-may-have-missed-last-month. [accessed 06/04/2018].

Mantzarlis, A. (2017). *Repetition boosts lies — but it could help fact-checkers too* Available at: https://www.poynter.org/news/repetition-boosts-lies-could-help-factcheckers-too. [accessed 06/04/2018].

Mantzarlis, A. (2017). *French and American voters seem to respond to fact-checking in a similar way*. Available at: https://www.poynter.org/news/french-and-american-voters-seem-respond-similar-way-fact-checking. [accessed 06/04/2018].

Funke, D. (2017). *Where there's a rumour, there's an audience. This study sheds light on why some take off*. Available at: https://www.poynter.org/news/where-theres-rumor-theres-audience-study-sheds-light-why-some-take. [accessed 06/04/2018].

Funke, D. (2017). *Want to be a better online sleuth? Learn to read webpages like a factchecker*. Available at: https://www.poynter.org/news/want-be-better-online-sleuth-learn-read-webpages-fact-checker. [accessed 06/04/2018].

Funke, D. (2017). *These two studies found that correcting misperceptions works. But it's not magic*. Available at: https://www.poynter.org/news/these-two-studies-found-correcting-misperceptions-works-its-not-magic. [accessed 06/04/2018].

Mantzarlis, A. (2017). *What does the „Death of Expertise" mean for fact-checkers?* Available at: https://www.poynter.org/news/what-does-death-expertise-mean-factcheckers. [accessed 06/04/2018].

Mantzarlis, A. (2017). *Journalism can't afford for corrections to be the next victim of the fake news frenzy*. Available at: https://www.poynter.org/news/journalism-cant-afford-corrections-be-next-victim-fake-news-frenzy. [accessed 06/04/2018].

Mantzarlis, A. (2016). *Should journalists outsource fact-checking to academics?* Available at: https://www.poynter.org/news/should-journalists-outsource-fact-checking-academics. [accessed 06/04/2018].

Книги

Ball, J. (2017). Post-Truth: *How Bullshit Conquered the World*. London: Biteback Publishing.

Gladstone, B. (2017). *The Trouble with Reality: a Rumination on Moral Panic in Our Time*. New York: Workman Pu.

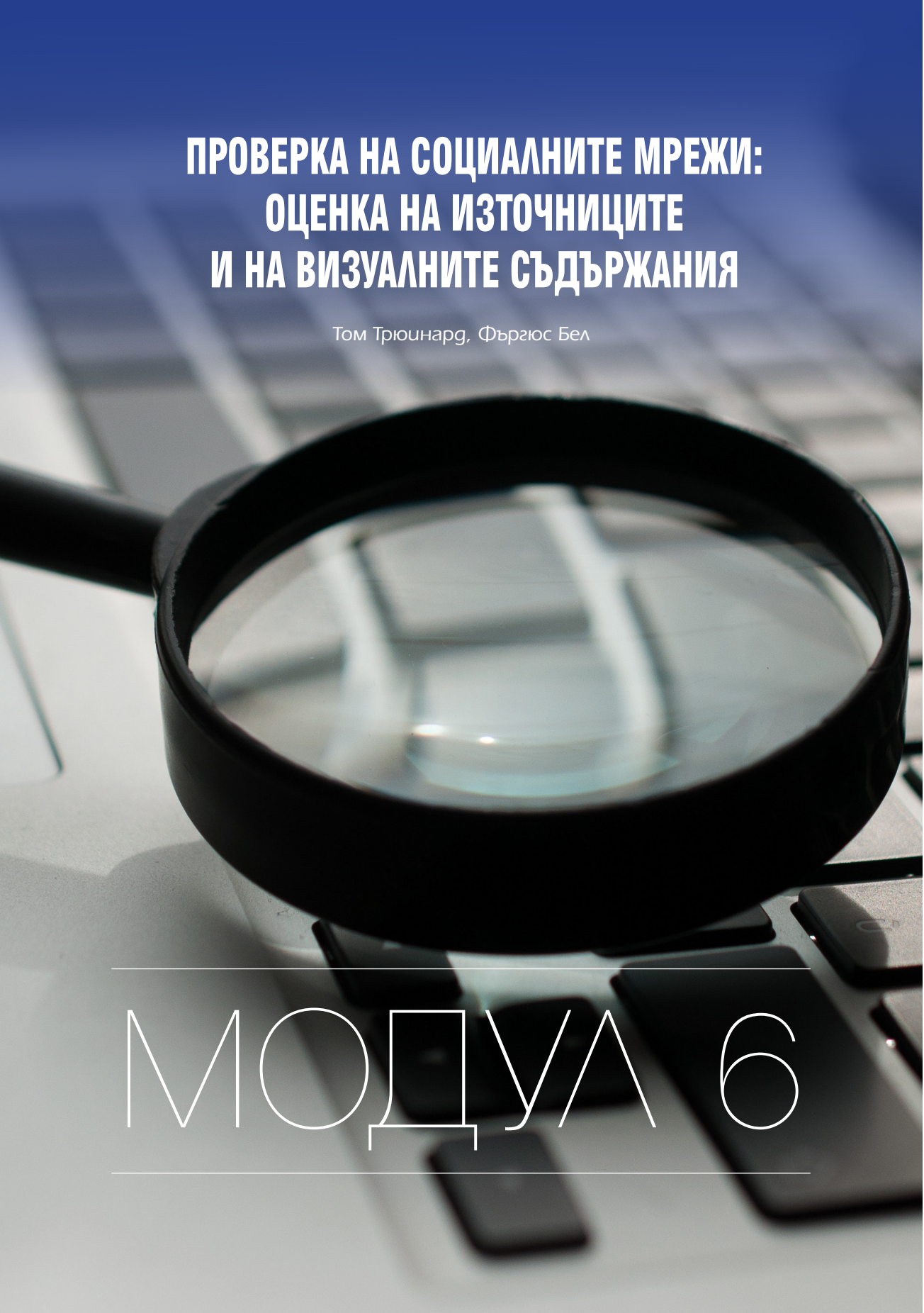
Graves, L. (2016). *Deciding What's True: the Rise of Political Fact-Checking Movement in American Journalism*. New York: Columbia University Press.

Онлайн ресурси

План на урока под формата на ролева игра с карти (разработен за ученици на възраст от 14 до 16 години) по случай Международния ден на проверка на фактите: http://factcheckingday.com/lesson-plan. Сайтът съдържа също подсказващи фишове, връзка към онлайн курс за университетски студенти и списък с литература за изучаване на фактите и проверката на фактите.

ПРОВЕРКА НА СОЦИАЛНИТЕ МРЕЖИ: ОЦЕНКА НА ИЗТОЧНИЦИТЕ И НА ВИЗУАЛНИТЕ СЪДЪРЖАНИЯ

Том Трюинард, Фъргюс Бел



МОДУЛ 6

Кратко съдържание

Този модул е разработен, за да помогне на участниците да идентифицират и да проверяват първоизточника на дигиталната информация в интернет. В него ще бъдат представени различни стратегии за определяне на автентичността на източници, снимки и видео, особено на съдържанието, генерирано от потребители (UGC), което се споделя през социалните мрежи.

В края на този модул участниците би трябвало да са наясно с различните видове лъжи и въвеждащи в заблуждение информации, каквито при извънредни новини често биват споделяни на платформи като Фейсбук, Туитър, Инстаграм и Ютюб [1]. Такава информация понякога се подхваща от други, обикновено заслужаващи доверие новинарски организации, които по този начин биват дискредитирани. Възможно е това съдържание непреднамерено да бъде разпространено отново и усилено в социалните мрежи от журналисти, станали мишена на злонамерени субекти, които целят да въздействат върху публичните дебати[2] и да подкопаят доверието в журналистите като надеждни източници[3].

На участниците се предлага да проверят своята интуиция в реални сценарии и примери, преди да изпробват основни разследващи техники и стратегии за верификация на съдържанието, включващи:

- *установяване на надеждността на онлайн първоизточниците при спазване на етичните принципи, които определят журналистическото използване на потребителско съдържание[4];*
- *идентифициране и изключване на лъжливите акаунти или ботове[5] [6];*
- *потвърждаване на връзката между визуалното съдържание и първоизточника;*
- *проверка на времето на записа и качването на съдържанието;*
- *геолокация на снимките и видеата.*

Възможността за идентификация и верификация на оригиналното съдържание позволява на журналистите да поискат разрешение да пуб-

---

[1] Alejandro, J. (2010). Journal*ism in the Age of Social Media. Reuters Institute Fellowship. Available at: http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/research/files/Journalism%2520in%2520the%2520Age%2520of%2520Social%2520Media.pdf [accessed 22/04/2018].].*

[2] Paulussen, S. & Harder, R. (2014). *Social Media References in Newspapers. Journalism Practice, 8(5), pp.542-551.*

[3] *В Модул 7 подробно се разглежда този проблем.*

[4] *Виж the Online News Association's UGC Ethics guide: https://ethics.journalists.org/topics/user-generated-content/[accessed 18/4/2018].*

[5] Woolley, S.C. & Howard, P.N. (2017). Computational Propaganda Worldwide: Executive Summary. Samuel Woolley and Philip N. Howard, Eds. Working Paper 2017.11. Oxford, UK: Project on Computational Propaganda. comprop.oii.ox.ac.uk. Available at: http://comprop.oii.ox.ac.uk/wp-ontent/uploads/sites/89/2017/06/Casestudies-ExecutiveSummary.pdf [accessed 22/04/2018].].

[6] Joseph, R. (2018). Guide. How to verify a Twitter account. Africa Check. Available at: https://africacheck.org/factsheets/guide-verify-twitter-account/. [accessed. 6/04/2018].

ликуват потребителско съдържание (UGC) съобразно етичните и правните изисквания.

План

В „Елементите на журналистиката“[7] авторите Бил Ковач и Том Роузънстийл отбелязват: „В крайна сметка именно правилото за верификация е това, което отличава журналистиката от развлечението, пропагандата, фикцията или изкуството... Единствено журналистиката се фокусира преди всичко върху точното възстановяване на случилото се...“ В този дух модулът разглежда „правилото за верификация“ в наши дни.

Социалните медии промениха журналистическата практика. Взаимодействието с аудиторията в реално време породи явлението краудсорсинг и даже решението на такива журналистически задачи като проверката сега може да се отдаде на аутсорсинг аудитория.[8]

Докато журналистиката си остава по същество верификационна дисциплина[9], методите за верификация на съдържанието и източниците изискват постоянно обновяване, за да отразят влиянието на бързо променящите се цифрови технологии, онлайн поведения и практики за събиране на новини.

Например по време на арабската пролет се разпространи идеята за „отворена верификация“ – процес на публична, колаборативна проверка в реално време. Но този подход си остава спорен заради рисковете, свързани с неточната информация, която при опит да бъде проверена на публичен форум може да придобие вирусен характер (тоест при модела на краудсорсинг верификация репортерът споделя непроверена информация).[10]

Днес разказите на очевидци и визуалното съдържание са сред най-важните и убедителни инструменти, на които може да се опре един журналист или издател на новини, за да разкаже силно въздействаща история. При извънредните новини бързината се явява критически фактор за проверката на информацията из социалните мрежи.[11]

Журналистът трябва да има възможност да се ориентира в огромния обем информация, за да получи достъп до значителни източ-

---

[7] Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2014). The elements of journalism: What newspeople should know and the public should expect. New York: Crown Publishers.

[8] Carvin, A. (2012). Distant witness: Social Media's Journalism Revolution. New York, NY: CUNY Journalism Press.

[9] Kovach, B. & Rosenstiel, T. (2014). Цит. съч.

[10] Posetti, J. & Silverman, S. (2014). When Good People Share Bad Things: The basics of social media verification at Mediashift July 24th, 2014. Available: http://mediashift.org/2014/07/goodwhen-good-people-share-bad-things-the-basics-of-social-media-verification/[accessed 22/04/2018].].

[11] Brandtzaeg, P., Lüders, M., Spangenberg, J., Rath-Wiggins, L. & Følstad, A. (2015). Emerging Journalistic Verification Practices Concerning Social Media. Journalism Practice, 10(3), pp.323-342.

ници, сведения и изображения. Бързото нарастване на обема на визуалното съдържание (снимки, видео и GIF), качвано в социалните мрежи, е обусловено от три основни фактора:

- ▷ Разпространението по света на екипирани с камера смартфони и мобилни телефони.[12]
- ▷ Разширеният и евтин (понякога безплатен) достъп до мобилни данни.
- ▷ Бързото разрастване по света на социалните мрежи и платформите за социална комуникация, на които всеки желаещ може да публикува съдържание и да събира аудитория.

В много случаи на извънредни събития първите разкази, снимки и видеоматериали, разпространени за инцидент или катастрофа – било протест, железопътна катастрофа, ураган или терористична атака – са обикновено публикувани от очевидец, участник или минувач със смартфон.

Методите за верификация на това съдържание се различават в зависимост от ресурсите, нормите и стандартите на новинарския отдел, както и от собствената практика на журналистите. Този модул ще запознае студентите с някои от най-добрите практики, онлайн инструменти и ресурси, като не бива да се забравя все пак, че също както технологиите, и инструментите се развиват бързо.[13]

Някои общи препоръки, предложени от Ковач и Роузънстийл (2014)[14], са приложими към всеки тип верификация:

- ▷ винаги проявявайте скептицизъм;
- ▷ спазвайте точността, като се придържате към контролния чеклист;
- ▷ нищо не предполагайте – не се оставяйте да ви заблудят индикатори, свързани с „правдоподобието“[15];
- ▷ бъдете внимателни с анонимните източници.

Като идентифицираме създателя на информацията или изображението и като спазваме система за проверка както на източника, така и на споделяното съдържание, бихме могли да потвърдим тяхната надеждност при условие, че проверката даде търсения резултат.[16]

---

[12] Вж. диапозитив 5 от доклада на Mary Meeker за интернет трендовете – Internet Trends Report: https://www.slideshare.net/kleinerperkins/internet-trends-v1. [accessed 22/04/2018].].

[13] Schifferes, S., Newman, N., Thurman, N., Corney, D., Göker, A. & Martin, C. (2014). Identifying and Verifying News through Social Media. Digital Journalism, 2(3), pp.406-418.

[14] Kovach & Rosenstiel (2014). Цит.съч.

[15] Zimmer, B (2010). „Truthiness", The New York Times. Available at: https://www.nytimes.com/2010/10/2017/magazine/2017FOB-onlanguage-t.html [accessed 15/04/2018].

[16] Bell, F. (2015). Verification: Source vs Content [online] Medium. Available at: https://medium.com/1st-draft/verficiation-source-vs-content-b67d6eed3ad0 [accessed 22/04/2018].

Тези проверки повтарят работата, която журналистът би могъл да извърши, ако физически е присъствал на мястото на събитието, разпитвайки очевидците. При възможност да проведе интервю лице в лице журналистът грижливо би анализирал разказа на очевидеца, би проследил важните подробности и би стигнал до извода за тяхната достоверност въз основа на проверка на фактите. Интуицията също би могла отчасти да ни ръководи, както и наблюдението на поведението на хората. Процесът на дигиталното потвърждаване на източник също трябва да позволява да се стигне до изводи, дори и да не е възможно да се разговаря с даден човек пряко или в реално време.[17]

Често големите редакции разполагат с екипи и със скъпоструващи технологии или агенции, специализирани в бързото издирване на съдържание[18], както и в добиване на правата за публикуване, излъчване и верификация на съдържанието преди неговото публикуване. Повечето неголеми редакции и отделните журналисти не разполагат с такива ресурси[19] и могат да разчитат единствено на собствената си систематична и еволютивна методология за определяне на надеждността.[20]

Защо е толкова важна верификацията на източниците и на визуалното съдържание? Просто това е добрата журналистика. В днешния дигитален свят злонамерени субекти имат възможност с лекота да създават и да споделят убедителни и трудно разобличими фалшификации. В много случаи професионални журналисти и редакции изложиха на опасност собствената си репутация при разпространяването и преиздаването на въвеждащи в заблуждение информации, видео или сведения от подставени лица. Понякога невярно се интерпретира сатирично съдържание и се публикува като факт.[21]

Проблемът се усложнява от обема на достъпното в интернет визуално съдържание, което може да бъде лишено от контекст и повторно използвано в новините, както виждаме да се случва по цял свят, когато

---

[17] Kovach & Rosenstiel. (2014). Цит.съч.

[18] Diakopoulos N., De Choudhury M. & Naaman M. (2012). Finding and assessing social media information sources in the context of journalism. Conference on Human Factors in Computing Systems – Proceedings, pp. 2451-2460. Available at: http://www.nickdiakopoulos.com/wp-content/uploads/2011/07/SRSR-diakopoulos.pdf [accessed 22/04/2018].

[19] Schifferes, S., Newman, N., Thurman, N., Corney, D., Goker, A.S. & Martin, C. (2014). Identifying and verifying news through social media: Developing a user-centred tool for professional journalists. Digital Journalism, 2(3), pp. 406-418. Available at http://openaccess.city.ac.uk/3071/1/IDENTIFYING AND VERIFYING NEWS THROUGH SOCIAL MEDIA.pdf [accessed 22/04/2018].].

[20] Brandtzaeg, P. B., Lüders, M., Spangenberg, J., Rath-Wiggins, L., & Følstad, A. (2016). Emerging journalistic verification practices concerning social media. Journalism Practice, 10(3), 323-342.

[21] Deutsche Welle (2018) Germany's Bild falls for hoax and unleashes fake news debate (22/02/2018). Available at: http://www.dw.com/en/germanys-bild-falls-for-hoax-unleashes-debate-on-fake-news/a-42704014 [accessed 22/04/2018].].

мистификатори се опитват да подведат по този начин политици и професионални журналисти.

Могат да се предприемат обаче различни стъпки за оценка на достоверността на източника, който има история за разказване или съдържание за споделяне. Трябва да бъдат поставени важни въпроси, някои непосредствено, други във връзка с доказателствата, появяващи се в хода на разследването. За установяване на местонахождението на източника се използват различни инструменти, но това може да се направи и с ръчно очертаване, като се анализира траекторията му в социалните мрежи, указваща възможно присъствие на определено място в определено време на субекта. Изследването на историята на неговите взаимодействия с други ползватели и проверката на свързаността на постовете също помага в хода на ръчната верификация да се отстрани информация, разпространявана от ботове.

Скептичният подход има важно значение, но повечето хора, попаднали в новините и споделящи своята история, не искат да лъжат, а само да споделят личния си опит. Неточната информация, която възниква, може да не е породена от злонамереност. Понякога човекът просто не може да си спомни точно преживяното или му се иска да поразкраси историята. Същото се случва и когато интервюто е взето на живо от мястото на събитието: тогава показанията са противоречиви, разказите на жертвите или на травмираните свидетели на местопрестъпление или нещастен случай могат значително да се различават.

Макар че невинаги е възможно да се определи с пълна сигурност произходът на визуалното съдържание, съществуват „червени сигнали", които могат да се появяват предупредително в отговор на простите въпроси:

- ▷ Оригинално ли е съдържанието или е било „изстъргано" от предишни съобщения и заблуждаващо пуснато отново в употреба?
- ▷ Било ли е съдържанието манипулирано с цифрови средства?[22]
- ▷ Можем ли да потвърдим времето и мястото на снимане на фотографията/видеото, като използваме достъпни метаданни?
- ▷ Можем ли да потвърдим времето и мястото на снимане на фотографията/видеото, като използваме визуалните указания в съдържанието?

[22] Оцелелите ученици при стрелбата в училище в Паркланд, Флорида, САЩ, които организираха национален протест за регулиране на продажбата на оръжие, се появяват в манипулирани образи, разпространени в политически свързани социални мрежи Available at: https://www.buzzfeed.com/janelytvynenko/here-are-the-hoaxesand-conspiracies-still-going-around?utm_term=.euy6NPayy#.jhe2YvV44. [accessed 22/04/2018].].

За да откриваме успешно предупредителните знаци, е необходимо също така да разбираме различните типове просто лъжливо или въвеждащо в заблуждение визуално съдържание:

- ▷ **Грешно време/грешно място:** най-разпространеният тип заблуждаващо визуално съдържание е повторното използване на стари визуални елементи, като се променя описанието на образа. В този случай вирусността често се дължи на случайно споделяне на съдържание, което може лесно да бъде разобличено, но не и лесно изтеглено от обръщение.[23]
- ▷ **Манипулирано съдържание:** обработено с цифрови средства чрез софтуер за редактиране на снимки и видео.
- ▷ **Инсценирано съдържание:** оригинално съдържание, изфабрикувано или разпространявано с намерение да въвежда в заблуждение.[24]

В този модул студентите ще се запознаят с основните инструменти и техники за верификация на източниците и съдържанията (диапозитиви, включващи бележки на инструкторите, и допълнителна литература), като:[25]

Анализ на акаунта във Фейсбук: използвайки онлайн инструмент от Intel Techniques[26], може да научите повече за източника, като анализирате неговия акаунт във Фейсбук.

Анализ на акаунта в Туитър: с помощта на ръководството Africa Check може да откриете допълнителна информация за някой източник, анализирайки историята на неговата дейност в социалните мрежи и определяйки дали става въпрос за бот.[27]

Обратно търсене на изображения: с помощта на Google Reverse Image Search[28], TinEye[29] или RevEye[30] може да проверите дали един образ е бил рециклиран, за да се използва в подкрепа на ново твърдение или ново събитие. Обратното търсене ще ви позволи да установите дали една

---

[23] Това видео, представено като доказателство за наводнение в международното летище Бангалор в Индия, всъщност е рециклирано видео от наводнение в мексиканско летище. Available at: https://www.thequint.com/news/webqoof/fake-video-claiming-bengaluru-airport-was-flooded-is-from-mexico [accessed 22/04/2018].].

[24] Използването на изкуствен интелект и сложни инструменти за редактиране на видео затрудняват разпознаването на фалшифицирани видеоматериали, какъвто е този с появата на Барак Обама. Available at: https://www.youtube.com/watch?v=AmUC4m6w1wo [accessed 03/04/2018].

[25] Обърнете внимание, че новинарските инструменти продължават да се развиват и инструкторът заедно със студентите може да открие и тества тези технологии и техники.

[26] Налично на https://inteltechniques.com/osint/facebook.html. [accessed 03/04/2018].

[27] Joseph. (2018). Цит. съч.

[28] How to do a Google Reverse Image Search. Available at: https://support.google.com/websearch/answer/1325808?hl=en [accessed 22/04/2018].].

[29] Идете на https://www.tineye.com/[accessed 22/04/2018].].

[30] http://squobble.blogspot.co.uk/2009/12/chromeeye-tineye-extension-for-google.html [accessed 22/04/2018].

или няколко бази данни с милиарди изображения не съдържат по-ранна версия на същия образ. Ако обратното търсене покаже, че образът е съществувал преди събитието, това е ясно предупреждение, че става дума за преработено изображение, заимствано от по-ранен източник. Ако обратното търсене не открие нищо, това все пак не значи, че изображението е оригинално. Необходими са допълнителни проверки.

YouTube Data Viewer: *няма общодостъпно „обратно търсене на видео", но с инструменти като Amnesty's YouTube Data Viewer*[31]*, InVID*[32] *и NewsCheck*[33] *могат да се открият миниатюри на видеото за Ютюб, а обратното търсене на изображения на тези миниатюри позволява да се установи дали са качвани по-ранни версии на видеото (инструментите показват и точно кога е станало това).*

EXIF Viewer: *това са метаданни, прикачени към визуално съдържание, които включват широка гама данни, създадени от цифрови и телефонни камери в момента на снимане. Те могат да фиксират точното време и дата, местоположение, данни за устройството и информация за настройката на осветлението. Така EXIF метаданните са изключително полезни в процеса на проверката, но основно ограничение е това, че социалните мрежи изчистват тази информация от визуалното съдържание. Това означава, че споделяните в Туитър или Фейсбук изображения няма да носят данните EXIF. Ала ако се свържете с лицето, което ги е качило, и получите изходния файл на изображението, ще можете да използвате EXIF данните за проверка на съдържанието. Важно е също да отбележим, че EXIF данните могат да бъдат изменени и следователно се налага допълнителна проверка.*

Студентите ще получат основна представа за най-напредничавите методи и ще имат на разположение допълнителни ресурси като материали за по-нататъшно четене и изследвания на казуси. Сред тези методи фигурират:

- **Геолокация:** *процес за определяне на мястото на снимане на фотография или видео. Това може да стане лесно, ако са на разположение съответстващите метаданни: EXIF данните от мобилни телефони често показват координатите, а социалното съдържание (на Фейсбук, в Инстаграм и Туитър, например) понякога е геолокализирано (макар да е важно да се отбележи, че такива ме-*

[31] How to use Amnesty's YouTube Data Viewer. Available at: https://firstdraftnews.org/curriculum_resource/youtube-data-viewer/[accessed 22/04/2018].].

[32] InVid video verification tool. Available at: http://www.invid-project.eu/tools-and-services/invid-verification-plugin/. [accessed 22/04/2018].

[33] About NewsCheck. Available at: https://firstdraftnews.org/launching-new-chrome-extension-newscheck/ [accessed 22/04/2018].

таданни могат да се редактират, въвеждайки аудиторията в заблуждение). Често геолокацията изисква сравнение на визуалните характеристики и ориентирите на съдържанието със спътникови изображения, изображения на улици и визуални съдържания от други източници (например от други визуални съдържания, постнати в Туитър, Инстаграм, Фейсбук и Ютюб).

- ▷ **Потвърждение на метеорологичните условия:** източници като WolframAlpha[34] могат да предоставят исторически данни за времето, което ни позволява да сравним сведенията от визуалното съдържание с историческия запис (тоест ако във видеото вали дъжд, дали това е отбелязано в метеорологичните източници).
- ▷ **Анализ на сянката:** един от начините за проверка на снимка или видео е изследване на вътрешната съгласуваност на видимите сенки (т. е. има ли сенки там, където очакваме да се намират, а видимите сенки съответстват ли на източника на светлината).
- ▷ **Експертиза на изображението:** някои инструменти са способни да открият несъответствия в метаданните на изображението, което предполага манипулация. Достоверността на тези методи в значителна степен зависи от контекста и прилагането, но инструменти като Forensically[35] Photo Forensics[36] и IziTru[37] могат да открият клониране и да правят анализ на грешките, от който да се извлече полезна информация.

Цели на модула

- ▷ Да повиши осведомеността за ролята в съвременната журналистика на съдържанието, генерирано от потребители (UGC), което е споделяно през социалните мрежи, като изтъкне рисковете и клопките, свързани с неговото използване.
- ▷ Да се постигне пълно разбиране на важността на достъпа до информация от първоизточник.
- ▷ Да се разшири разбирането на необходимостта от верификация на потребителското съдържание (UGC) и от изключване на различни типове подправени и въвеждащи в заблуждение съдържания.

[34] WolframAlpha tools. Available at: https://www.wolframalpha.com/examples/science-and-technology/weather-and-meteorology/[accessed 22/04/2018].
[35] Wagner, J. (2015). Forensically, Photo Forensics for the Web. [Blog] 29a.ch. Available at: https://29a.ch/2015/08/16/forensically-photo-forensics-for-the-web [accessed 22/04/2018].
[36] Fotoforensics tools. Available at: http://fotoforensics.com/[accessed 22/04/2018].
[37] Izitru tools. Available at: https://www.izitru.com/[accessed 22/04/2018].

▷ Да се повиши осведомеността за основните методи, използвани за проверка на изображения и видео и за развенчаване на фалшифицираното визуално съдържание.



Резултати от обучението

1. По-добро разбиране на ролята на потребителското съдържание в съвременната журналистика.
2. Разбиране на необходимостта от верификация на цифровото съдържание.
3. Осведоменост за инструментите за проверка на оригиналния източник и тяхното техническо владеене.
4. Способност да се изпълняват основните етапи от верификацията на фото и видео съдържание.
5. Осведоменост за по-напредничавите методи и за метаданните, които могат да се използват във верификационния процес.
6. Осъзнаване на необходимостта да се получава разрешение за използване на потребителско и на друго онлайн съдържание и необходимите познания как се прави това.



Формат на модула

Модулът е представен като 60-минутна теоретична лекция и практическа демонстрация от 120 минути в три части. Практическият характер на предмета позволява обаче да се адаптира към по-дългата форма на интерактивен семинар с практически упражнения в допълнение към демонстрациите.

Теоретична част: въз основа на посочените материали разработете лекция за верификацията като неотменна, но развиваща се част от методите на журналистиката в цифровата ера.

Практическа част: 120-минутната практическа част е удобна за интерактивна демонстрация и семинар. Може да се раздели на три части.

Преподавателите трябва да използват горните бележки и да работят с диапозитиви, които могат да бъдат качени чрез следните връзки. Допълнителни материали за преподавателите са приложени към диапозитивите:

1. **Идентификация и верификация на източниците.** Проверка на социалната история на източниците: https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco_fake_news_curriculum_verification_digital_sources_one.pdf

2. **Основна проверка на изображенията.** *Общи типове на фалшифицирани изображения и основни етапи на верификация: https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco_fake_news_curriculum_verification_digital_sources_two.pdf*
3. **По-напреднала верификация.** *Подходи за анализ на съдържанието, включително метаданни и геолокация: https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco_fake_news_curriculum_verification_digital_sources_three.pdf*

Свързване на плана с резултатите от обучението

А. Теория

План на модула	Часове	Резултати от обучението
Лекция: Основи и теория на верификацията, развитие на методите за проверка	60 минути	1, 2, 6

Б. Практика

План на модула	Часове	Резултати от обучението
I) Проверка на източниците – социални мрежи (упражнение)	30 минути	2, 3
II) Обратно търсене на изображение (демонстрация и упражнение)	15 минути	2, 3, 4
II) Анализ на видео (демонстрация)	30 минути	2, 3, 4
III) Въведение към типовете метаданни (демонстрация)	15 минути	2, 5
III) Геолокация (демонстрация и упражнение)	20 минути	2, 4, 5
III) Метеорология, сенки и инструменти за експертиза на образите (демонстрация)	10 минути	2, 4, 5

Примерни упражнения

- ▷ *Участниците да организират работен процес за проверка на източник, като използват шаблона от диапозитив 8 от първата група диапозитиви. Могат да вкарат в работа собствен опит или опит на известна им новинарска организация.*
- ▷ *Изберете в социалните мрежи акаунт на популярна личност и накарайте участниците да използват описаните инструменти, за да определят дали профилът е истински, а също така да идентифицират други свързани, но неистински акаунти.*
- ▷ *Изберете и споделете с участниците файл с изображения, като поискате от тях да идентифицират определени фрагменти информация чрез онлайн EXIF Viewer и инструмент за обратно търсене на изображение, за да открият първоизточника.*

Материали

Диапозитиви

https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco_fake_news_curriculum_verification_digital_sources_one.pdf

https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco_fake_news_curriculum_verification_digital_sources_two.pdf

https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco_fake_news_curriculum_verification_digital_sources_three.pdf

Литература

Проверка на източниците

Ayala Iacucci, A. (2014). Case Study 3.1: *Monitoring and Verifying During the Ukrainian Parliamentary Election, Verification Handbook*. European Journalism Centre. Available at: http://verificationhandbook.com/book/chapter3.1.php. [accessed 04/04/2018].

Bell, F. (2015). *Verification: Source vs. Content, First Draft News*. Available at: https://medium.com/1st-draft/verification-source-vs-content-b67d6eed3ad0. [accessed 04/04/2018].

Carvin, A. (2013), *Distant Witness*, CUNY Journalism Press. Available at: http://press.journalism.cuny.edu/book/distant-witness-social-media-the-arab-spring-and-a-journalism-revolution/.[accessed 04/04/2018].

Toler, A. (2017). *Advanced guide on verifying video content*. Available at: https://www.bellingcat.com/resources/how-tos/2017/06/30/advanced-guide-verifying-video-content/.[accessed 04/04/2018].

Trewinnard, T. (2016). *Source verification: Beware the bots, First Draft News*. Available at: https://firstdraftnews.com/source-verification-beware-the-bots/. [accessed04/04/2018].

Видео

Real or Fake: *How to verify what you see on the internet*. (2015). France24. Available at: https://www.youtube.com/watch?v=Q8su4chuU3M&feature=yout [accessed 04/04/2018].

Knight, W. (2018). *The Defense Department has produced the first tools for catching deepfakes*, MIT Technology Review. Available at: https://www.technologyreview.com/s/611726/the-defense-department-has-produced-the-first-tools-for-catching-deepfakes/[accessed 23/08/2018].

Eyewitness Media (със съдържание от очевидци, нежурналисти)

Brown, P. (2015). *A global study of eyewitness media in online newspaper sites*. Eyewitness Media Hub. Available at: http://eyewitnessmediahub.com/uploads/browser/files/Final%20Press%20Study%20-%20eyewitness%20media%20hub.pdf. [accessed 04/04/2018].

Hermida, A. (2013). #JOURNALISM. Digital Journalism, 1(3), pp.295-313.

Koettl, C. (2016, January 27). *Citizen Media Research and Verification: An Analytical Framework for Human Rights Practitioners.* Centre of Governance and Human Rights, University of Cambridge. Available at: https://www.repository.cam.ac.uk/handle/201810/253508. [accessed 04/04/2018].

Kuczerawy, A. (2016, December 16). *Pants on fire: content verification tools and other ways to deal with the fake news problem.* Available at: https://revealproject.eu/pants-on-fire-content-verification-tools-and-other-ways-to-deal-with-the-fake-news-problem/[accessed 22/01/2018].

Novak, M. (n.d.). *69 Viral Images From 2016 That Were Totally Fake*. Available at: https://gizmodo.com/69-viral-images-from-2016-that-were-totally-fake-1789400518. [accessed 12/11/2017].

Online News Association: UGC Ethics Guide. Available at: https://ethics.journalists.org/topics/user-generated-content/[accessed 18/4/2018].

Pierre-Louis, K. (2017). *You're probably terrible at spotting faked photos*. Available at: https://www.popsci.com/fake-news-manipulated-photo. [accessed 12/11/2017].

Rohde, D. (2013). Pictures That Change History: *Why the World Needs Photojournalists*. The Atlantic. Available at: https://www.theatlantic.com/international/archive/2013/12/pictures-that-change-history-why-the-world-needs-photojournalists/282498/. [accessed 03/04/2018].

Shapiro, I., Brin, C., Bédard-Brûlé, I. & Mychajlowcz, K. (2013) *Verification as a Strategic Ritual: How journalists retrospectively describe processes for ensuring accuracy*, published in Journalism Practice, 7(6).

Smidt, J. L., Lewis, C. & Schmidt, R. (2017). *Here's A Running List Of Misinformation About Hurricane Irma*. Available at: https://www.buzzfeed.com/janelytvynenko/irma-misinfo/. [accessed 23/10/2017].

Wardle, C. (2015). 7/7: *Comparing the use of eyewitness media 10 years on*. Available at: https://firstdraftnews.com:443/77-comparing-the-use-of-eyewitness-media-10-years-on/. [accessed 12/11/2017].

Wardle, C., Dubberley, S., & Brown, P. (2017). *Amateur Footage: A Global Study of User-Generated Content in TV and Online News Output*. Available at: http://usergeneratednews.towcenter.org/how-when-and-why-ugc-is-integrated-into-news-output/.[accessed 23/10/2017].

Zdanowicz, C. (2014). *„Miracle on the Hudson" Twitpic changed his life*. Available at: http://www.cnn.com/2014/01/15/tech/hudson-landing-twitpic-krums/index.html.[accessed12/11/2017].

Обратно търсене на изображение

First Draft News. *Visual Verification Guide – Photos* – Available at: https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2017/03/FDN_verificationguide_photos.pdf?x47084.[accessed 06/11/2017].

First Draft News. *Visual Verification Guide – Video* – Available at: https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2017/03/FDN_verificationguide_videos.pdf?x47084.[accessed 06/11/2017].

Suibhne, E. (2015). *Baltimore „looting" tweets show importance of quick and easy image checks*. Available at: https://medium.com/1st-draft/baltimore-looting-tweets-show-importance-of-quick-and-easy-image-checks-a713bbcc275e.[accessed 6/11/2017].

Seitz, J. (2015). *Manual Reverse Image Search With Google and TinEye*. Available at: https://www.bellingcat.com/resources/how-tos/2015/05/08/manual-reverse-image-search-with-google-and-tineye/. [accessed 06/11/2017].

YouTube Data Viewer

First Draft News. (n.d.). *Using YouTube Data Viewer to check the upload time of a video-*. Available at: https://firstdraftnews.com:443/resource/using-youtube-data-viewer-to-check-the-upload-time-of-a-video/. [accessed 13/11/2017].

Toler, A. (2017). *Advanced Guide on Verifying Video Content*. Available at: https://www.bellingcat.com/resources/how-tos/2017/06/30/advanced-guide-verifying-video-content/.[accessed 13/11/2017].

Анализ на метаданните

Honan, M. (2012). *How Trusting in Vice Led to John McAfee's Downfall.* Available at: https://www.wired.com/2012/12/how-vice-got-john-mcafee-caught/. [accessed 03/04/2018].

Storyful. (2014). *Verifying images: why seeing is not always believing*. Available: at https://storyful.com/blog/2014/01/23/verifying-images-why-seeing-is-not-always-believing/.[accessed 13/11/2017].

Wen, T. (2017). *The hidden signs that can reveal a fake photo*. Available at: http://www.bbc.com/future/story/20170629-the-hidden-signs-that-can-reveal-if-a-photo-is-fake.[accessed12/11/2017].

Анализ на съдържанието

Ess, H. van. (2017). *Inside the trenches of an information war..Medium*. Available at: https://medium.com/@henkvaness/how-to-date-a-mysterious-missile-launcher-78352ca8c3c3.[accessed 03/04/2018].

Farid, H. (2012a). *Image Authentication and Forensics | Fourandsix Technologies – Blog- A Pointless Shadow Analysis*. Available at: http://www.fourandsix.com/blog/2012/9/4/a-pointless-shadow-analysis.html. [accessed 03/04/2018].

Farid, H. (2012b). *Image Authentication and Forensics | Fourandsix Technologies – Blog – The JFK Zapruder Film*. Available at: http://www.fourandsix.com/blog/2012/9/11/the-jfk-zapruder-film.html. [accessed 03/04/2018].

Farid, H. (n.d.-c). *Photo Forensics: In the Shadows – Still searching – Fotomuseum Winterthur*. Available at: http://www.fotomuseum.ch/en/explore/still-searching/articles/26425_photo_forensics_in_the_shadows. [accessed 03/04/2018].

First Draft News. (2016). *Watch Eliot Higgins demonstrate advanced verificationtechniques at #FDLive*. Available at: https://firstdraftnews.com:443/watch-eliot-higgins-discuss-advanced-verification-and-geolocation-techniques-at-fdlive/. [accessed 03/04/2018].

Higgins, E. (2015, July 24). *Searching the Earth: Essential geolocation tools for verification*. Available at: https://medium.com/1st-draft/searching-the-earth-essential-geolocation-tools-for-verification-89d960bb8fba. [accessed 03/04/2018].

Онлайн ресурси

First Draft Interactive: Geolocation Challenge. Available at: https://firstdraftnews.com/resource/test-your-verification-skills-with-our-geolocation-challenge/. [accessed 03/04/2018].

First Draft Interactive: Observation Challenge. Available at: https://firstdraftnews.com/resource/test-your-verification-skills-with-our-observation-challenge/. [accessed 03/04/2018].

First Draft Online Verification Course. Available at: https://firstdraftnews.org/learn. [accessed 03/04/2018].



БОРБА С ОНЛАЙН ЗЛОУПОТРЕБИТЕ: КОГАТО ЖУРНАЛИСТИТЕ И ТЕХНИТЕ ИЗТОЧНИЦИ СТАВАТ МИШЕНА

Джули Позети

МОДУЛ 7

Кратко съдържание

Проблемът с дезинформацията и неточната информация[1]*, подронващи доверието в журналистиката и в достоверната информация, рязко се изостри в епохата на социалните медии. Последствията включват преднамерено преследване на журналисти, онлайн издатели и техните източници – тези, които се стремят да проверяват или да споделят информация и коментари. Свързаните с това рискове могат да подкопаят още повече доверието в журналистиката наред с безопасността на журналистите и техните източници.*

В някои случаи журналистите стават мишена на „astroturfing“[2] *и атаки на тролове („тролинг“)*[3] *– преднамерени опити „да се мамят, заблуждават, подвеждат или поставят под угроза журналистите“*[4] *чрез разпространение на информация, предназначена да отвлича вниманието им и да дезориентира тях или техните потенциални източници. Освен това журналистите могат да се окажат на прицел, подложени на опити за заблуждение, за да бъдат накарани да разпространят неточна информация, която невярно интерпретира фактите или се оказва фалшива – разобличението снижава доверието към журналиста и свързаната с него новинарска организация. В други случаи журналистите се сблъскват с цифрови заплахи за разкриване на техните източници, които нарушават поверителността им, за да ги изложат на опасност или за да получат достъп до непубликуваните им данни.*

Освен това някои правителства мобилизират в социалните мрежи истински „дигитални отряди, сеещи омраза“ за „охлаждане“ на критичните коментари и за задушаване на свободата на изразяване.[5] *Съществува и сериозният проблем с преследването и насилието в ин-*

---

[1] *За дефинициите вж.* Wardle, C. & Derakhshan, H. (2017). Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policymaking (Council of Europe). Available at: https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-researc/168076277c[accessed 30/03/2018].

[2] *„Astroturfing“, терминът се вдъхновява от марка изкуствена трева, използвана за покритие на открити повърхности, за да създава впечатление за естествена трева. В контекста на дезинформацията това означава разпространение на лъжлива информация, прицелена в аудитории и журналисти с цел да ги насочи погрешно или да ги въведе в заблуждение, по-специално със „свидетелства“ за лъжлива народна подкрепа за личност, идея или политика. Вж. също дефиницията на* Technopedia: Available at: https://www.techopedia.com/definition/13920/astroturfing [accessed 20/03/2018].

[3] Coco, G. (2012). Why Does Nobody Know What Trolling Means? A quick reference guide for the media at Vice.com. Available at: https://www.vice.com/en_au/article/ppqk78/what-trolling-means-definition-UK-newspapers [accessed 30/03/2018].

[4] Posetti, J. (2013). The 'Twitterisation' of investigative journalism in S. Tanner & N. Richardson. (ed.). Journalism Research and Investigation in a Digital World (pp. 88-100): Oxford University Press, Melbourne. Available at: http://ro.uow.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=2765&context=lhapapers [accessed 30/03/2018].

[5] Riley, M., Etter, L. & Pradhan, B. (2018). A Global Guide to State-Sponsored Trolling, Bloomberg. Available at: https://www.bloomberg.com/features/2018-government-sponsored-cyber-militia-cookbook/[accessed 21/07/2018].

тернет (понякога проблематично означавано като „trolling“[6]), особено насочено срещу жени, като често нападките са мизогенни* по природа. В този контекст журналистите, техните източници и коментатори са залети от порой оскърбления в интернет, от лъжливи твърдения за тяхното поведение и излагащи сведения за тяхната личност, от заплахи, за да ги унизят и обезверят, да ги дискредитират и да отвлекат вниманието им и в крайна сметка „да замразят“ информацията им.[7] Междувременно на много места в реалния свят продължава физическото насилие за заглушаване на критичните съобщения, допълнително подхранвано сега и от онлайн подстрекателства и закани.

Журналистите могат да бъдат преки жертви на дезинформационни кампании, но могат и да се съпротивляват. В допълнение към засилване на мерките за цифрова защита много от тях активно разобличават тези атаки и разкриват „нападателите“. С участието си в инициативи в областта на медийната и информационната грамотност наред с неправителствени организации, информационните средства също играят определена роля в разясняването пред обществеността защо си струва журналистиката да бъде ценена и защитавана.

План

Разработка на проблема

I) Разпознаване и реагиране на „тролинг“ и „астротърфинг“[8]

Това явление включва фабрикуване на персонажи и събития с цел да бъдат измамени журналистите и аудиторията, както и организирани кампании в социалните мрежи, имитация на естествените реакции на обществеността. Може да се окаже трудно да се направи разлика между извънредни новини с надеждни свидетелски разкази и едно изцяло изфабрикувано или подправено с неточности съдържание, което пред-

---

[6] Терминът „trolling“ в свързания му с интернет смисъл се отнася към действия, които варират от обикновено дразнене, обида или подстрекателство до преднамерена измама. Обаче той все по-често се използва, за да означава всички актове на онлайн злоупотреба. Това е проблематично, тъй като обединява широк спектър дейности и може да доведе до подценяване на сериозността на онлайн тормоза.

* Понятието мизогиния има гръцки произход и означава омраза или презрение към жени или момичета.През 2002 г. Оксфордският речник на английския език преразгледа дефиницията си за „мизогиния“, променяйки я от „омраза към жените“ на „омраза или неприязън към или предразсъдъци към жените (момичетата)“ – б.р.

[7] Вж. например: https://www.independent.co.uk/news/world/americas/twitter-maggie-haberman-new-york-times-quits-social-media-jack-dorsey-a8459121.html

[8] За обяснение на „astroturfing“, полезно за учебни цели, вж.: https://youtu.be/Fmh4RdIwswE.

намерено търси да въведе в заблуждение или да подкопае доверието в журналистите и в онлайн коментаторите, както и в тяхната работа, като ги накара да разпространяват лъжлива информация.

Примерите за такова поведение включват:

- *Фабрикуване на жертви на стихийни бедствия или терористични актове (например след бомбената атака в Манчестър[9]), за да се разпалят хората да споделят съдържание, в състояние да навреди на репутацията и/или на авторитета на отделни лица, включително журналисти, които биха могли да бъдат уличени в разпространение на лъжлива информация.*
- *Публикуване на съдържание, съчинено с измислени персонажи, като „Гей гърл в Дамаск"[10]. През 2011 г. медиите по цял свят бяха подмамени да съобщят за арестуването на сирийска блогърка лесбийка, а всъщност автор на тази лъжлива новина се оказа американски студент, живеещ в чужбина. На журналистката Джес Хил поръчали да направи материал по тази информация за вечерната програма на Австралийската радиотелевизионна корпорация. Тя разказва, че благодарение на традиционните методи за проверка и свързаните с тях етични правила нейната програма избягнала разпространението на тази лъжлива новина. „Не съобщихме за нейното арестуване по една проста причина – не успяхме да открием някой, който да се е срещал лично с нея. Нямаше нито роднини, нито приятели. Два дни издирвахме тези хора, помолихме сирийските ни контакти да ни насочат, но не стигнахме до никъде. Фактът, че не открихме нито един човек, който наистина да я познава, запали „сигнални лампички" и затова решихме да не публикуваме информацията... Новинарските агенции, побързали да съобщят за тази история, не са изпълнили основната работа по проследяване на първоизточника. Предоверили са се просто на един блог."[11]*

Сред възможните други мотиви: да се отклонят журналистите от разследване, обърквайки ги и насочвайки ги по лъжлива следа, за да се възпрепятства журналистическата работа в търсене и осветляване на истината.

Ето примери за прибягване до отклоняване:

---

[9] Manchester bombing example. Available at: https://www.theguardian.com/technology/2017/may/26/the-story-behind-the-fake-manchester-attack-victims [accessed 30/03/2018].

[10] Young, K. (2017). How to Hoax Yourself: The Case of the Gay Girl in Damascus, November 9th, 2017. In: The New Yorker. Available at: https://www.newyorker.com/books/page-turner/how-to-hoax-yourself-gay-girl-in-damascus [accessed 30/03/2018].

[11] Posetti, J. (2013). Цит. съч.

- ▷ *Опитът за прекадриране на твърденията относно размера на тълпата, присъствала на встъпването в длъжност на Доналд Тръмп през януари 2017, представяйки ги като „алтернативни факти“.*[12]
- ▷ *Съвременната военна пропаганда, например съобщенията на талибаните, адресирани към журналистите в Афганистан, когато постват туитове с лъжливи и заблуждаващи подробности за сраженията.*[13]
- ▷ *Подаване на журналистите на поредици данни, които съдържат полезна проверяема информация от обществен интерес, примесена с елементи на дезинформация.*

В последно време компютърната пропаганда[14] *увеличи риска за журналистите, които се сблъскват с „астротърфинг“ и „тролинг“. Това предполага използването на ботове за разпространение на целенасочена лъжлива информация и пропагандистки съобщения в такъв мащаб, че да изглеждат като органично движение.*[15] *Същевременно технологиите с изкуствен интелект се използват за създаване на „deepfake“*[16] *видео и други форми на съдържание за целенасочено дискредитиране, по-специално на журналисти и особено, ако са жени.*

Ето няколко примера за тази практика:

- ▷ *Независимият новинарски сайт Rappler.com и неговият предимно женски състав бяха атакувани организирано и на широк фронт от онлайн оскърбления. „Платени тролове, грешни разсъждения, логическа непоследователност, отровни инсинуации – това са само някои от пропагандните прийоми, помогнали да се промени общественото мнение по ключови въпроси на Филипините.“*[17] *(Сюжетът е развит по-нататък).*

---

[12] NBC News (2017) Video: https://www.nbcnews.com/meet-the-press/video/conway-press-secretary-gave-alternative-facts-860142147643 [accessed 30/03/2018].

[13] Cunningham, E (2011). In shift, Taliban embrace new media, GlobalPost. Available at: https://www.pri.org/stories/2011-05-21/shift-taliban-embrace-new-media [accessed 30/03/2018].

[14] Woolley, S. & Howard, P. (2017). Computational Propaganda Worldwide: Executive Summary, Working Paper No. 2017.11 (Oxford University). Available at: http://comprop.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/89/2017/06/Casestudies-ExecutiveSummary.pdf [accessed 30/03/2018].

[15] Забележка: Повърхностните отчети за такива кампании с ботове по време на общите избори в Обединеното кралство през 2017 г. подчертават трудността да се информира по тези въпроси. Вж. Dias, N. (2017). Reporting on a new age of digital astroturfing, First Draft News. Available at: https://firstdraftnews.com/digital-astroturfing/[accessed 29/03/2018].

[16] Терминът „deep fake“ е хибрид от термините „deep learning/дълбоко обучение“ и „fake/фалшификат“. Включва използването на изкуствен интелект за създаване на измамно съдържание, понякога с порнографски характер, което е виртуално неоткриваемо. Използва се в кибератаки за дискредитиране на личности, включително журналисти. Вж. Cuthbertson, A. (2018). What is 'deepfake' porn? AI brings face-swapping to disturbing new level in Newsweek. Available at: http://www.newsweek.com/.what-deepfake-porn-ai-brings-face-swapping-disturbing-new-level-801328 [accessed 17/06/2018].

[17] Ressa, M. (2016). Propaganda War: Weaponising the Internet, Rappler. Available at: https://www.rappler.com/nation/148007-propaganda-war-weaponizing-internet [accessed 30/03/2018].

- ▷ *Богато семейство, обвинено в контролиране на ключови държавни предприятия и политици в ЮАР, наема британската ПР агенция „Бел Потинджър" за разработване на мащабна пропагандна кампания. Тя разпространява своите съобщения чрез цяла дезинформационна империя, включваща уебсайтове, медии и платена Туитър армия, която напада журналисти, бизнесмени и политици с оскърбления, враждебни съобщения, снимки, обработени с фотошоп, за да ги унижат и да попречат на техните разследвания и разкрития относно зависимата държава.*[18] *Известната редакторка Ferial Haffajee (Фериал Хафаджи) става мишена на кампания за онлайн преследване, в хода на която нейният образ е бил манипулиран, за да създава подвеждащо впечатление, наред със зловредното разпространение на хаштага #presstitute.*[19]
- ▷ *Случаят с журналистката Рана Айюб накара петима специални докладчици на ООН да призоват индийското правителство да осигури нейна адекватна защита след масовото разпространение на дезинформация в отпор на критичните ѝ статии. Независимата новинарка стана мишена на комбинирана атака с лъжливи информации в социалните медии, които включваха и „deepfake» – видео с неверни внушения, че се е снимала в порнофилми, както и директни закани за изнасилване и смърт.*[20]
- ▷ *Случаят с финландската журналистка Джесика Аро е разгледан в „Заплахи за цифровата сигурност и отбранителни стратегии" в раздел II на този модул.*

Другите модули в този наръчник разглеждат конкретно верификационните техники, но е важно участниците да се научат да идентифицират злонамерената мотивация на някои онлайн оператори в създаването и разпространението на дезинформация и неточна информация, прицелена в журналистите, като част от системата на злоупотреби.

Ключови въпроси като допълнение на техническите методи за проверка на информацията:

1. *Може ли да има зла умисъл зад този коментар или таг?*

---

[18] Extensive dossier on the Gupta's 'fake news empire'. Available at: https://www.timeslive.co.za/news/south-africa/2017-09-04-the-guptas-bellpottinger-and-the-fake-news-propaganda-machine/. [accessed 30/03/2018].

[19] Haffajee, F. (2017). Ferial Haffajee: The Gupta fake news factory and me. HuffPost South Africa. [online] Available at: https://www.huffingtonpost.co.za/2017/06/05/ferial-haffajee-the-gupta-fake-news-factory-and-me_a_22126282/[accessed 06/04/2018].

[20] UN experts call on India to protect journalist Rana Ayyub from online hate campaign. Available at: http://www.ohchr.org/EN/NewsEvents/Pages/.DisplayNews.aspx?NewsID=23126&LangID=E; [accessed 17/08/2018]. See also Ayyub, R. (2018). In India journalists face slut-shaming and rape threats. Available at: https://www.nytimes.com/2018/05/22/opinion/india-journalists-slut-shaming-rape.html [accessed 17/06/2018].

2. Стои ли интерес (и какъв) зад споделянето на тази информация?
3. Какви могат да са последствията за мен/професионалната ми репутация/медията/работодателя, ако аз разпространя тази информация?
4. Направих ли всичко възможно, за да проверя идентичността/принадлежността/надеждността/мотивацията на този човек – например опитва ли се да разпространи дезинформация или да получи печалба от продажбата на незаконно придобити съдържания, без да е оправдано от обществен интерес.
5. Човек ли е това или бот (робот)?[21]
6. Ако получите „трансфер на данни" от някой разобличител (whistleblower), не трябва ли самостоятелно да ги проверите, преди да ги публикувате в пълен обем? Възможно ли е да са примесени с дезинформация и неточна информация, предназначени за преднамерено подвеждане или дискредитиране?

II) Заплахи за цифровата сигурност и защитни стратегии

Журналистите, правозащитниците и блогърите/активистите в социалните мрежи стават все по-уязвими за кибератаки и техните данни и източници могат да бъдат компрометирани от злоумишлени действия, включително посредством фишинг, атаки със злонамерен софтуер или кражба на идентичност („spoofing")[22].

Пример за тази практика

Разследващата журналистка Джесика Аро, отличена с многобройни награди, която работи за финландската национална радиотелевизионна компания YLE, е мишена на организирана кампания на тролове от 2014 г. насам. Тя понася дигитални закани за своята сигурност, включително

[21] Вж. https://botcheck.me.

[22] Дефиниция от Technopedia: „Spoofing" (измама) е мошеническа или злонамерена практика, при която съобщението се изпраща от неизвестен източник, маскиран като източник, познат на получателя. „Спуфингът" чрез електронна поща е най-разпространената форма на тази практика. Един такъв имейл може да съдържа допълнителни заплахи като троянски кон или други вируси. Тези програми могат да причинят сериозни повреди на компютъра, отключвайки неочаквани действия, отдалечен достъп, изтриване на файлове и др. Available at: https://www.techopedia.com/definition/5398/spoofing [accessed 29/03/2018].

акции на „спуфинг“ и „doxing“[23] с разкриване от троловете на информация от личните ѝ контакти и разпространение на дезинформация за нея, препълвайки приложенията ѝ за обмен на съобщения и пощенската ѝ кутия с гневни послания. *„Веднъж по телефона чух само пистолетен изстрел. По-късно получих текстово съобщение от някой, представящ се за умрелия ми баща, за да ми каже, че ме наблюдава“*, разказва тя.[24] Аро оценява високо редакторите, които защитават журналистите от заплахите, и призовава журналистите да разследват и да разобличават пропагандата.

Важно е действащите журналисти да бъдат нащрек за следните заплахи:

12 ключови заплахи за цифровата сигурност[25]

- ▷ Целенасочено следене и масово следене
- ▷ Експлоатация на софтуера и хардуера без знанието на мишената
- ▷ Фишинг[26]
- ▷ Атаки с фиктивни домейни
- ▷ Атаки „човек в средата“ (MitM)[27]
- ▷ Атаки от типа „отказ от услуга“ (DOS) и „разпределен отказ от услуга“ (DDOS – Distributed Denial of Service)[28]
- ▷ Обезобразяване на интернет сайтове
- ▷ Компрометиране на акаунта на потребителя
- ▷ Заплахи, преследване и принудително компрометиране на онлайн мрежи
- ▷ Дезинформация и клевета
- ▷ Конфискуване на резултати от журналистическата работа
- ▷ Извличане и съхранение на данни

---

[23] Technopedia: „Doxing“ – процес на взлом, хакване и публикуване на информация за други хора, като име, адрес, телефонен номер и данни от кредитната карта. Доксингът може да е насочен към човек или към организация с различна цел, но най-често – принуждаване. Жаргонен термин от „doc“, защото често се извличат и разпространяват документи. Хакерите са разработили различни типове „доксинг“, но един от най-разпространените методи е получаване на електронния адрес на жертвата, а после откриване на паролата за отваряне на неговия акаунт и получаване на допълнителна лична информация. Available at: https://www.techopedia.com/definition/29025/doxing [accessed 29/03/2018].

[24] Aro, J. (2016). The cyberspace war: propaganda and trolling as warfare tools. European View. Sage Journals, June 2016, Volume 15, Issue 1. Available at: http://journals.sagepub.com/doi/full/10.1007/s12290-016-0395-5 [accessed 20/07/2018].

[25] Posetti, J. (2015). New Study: Combatting the rising threats to journalists' digital safety (WAN-IFRA).Available at: https://blog.wan-ifra.org/2015/03/27/new-study-combatting-the-rising-threats-to-journalists-digital-safety [accessed 30/03/2018].

[26] King, G. (2014). Spear phishing attacks underscore necessity of digital vigilance, CPJ. Available at: https://cpj.org/blog/2014/11/spear-phishing-attacks-underscore-necessity-of-dig.php [accessed 29/03/2018].

[27] Дефиниция по Technopedia на „Man in the Middle Attack“ (MITM): Форма на подслушване, когато връзката между двама ползватели, без те да подозират, се контролира и променя непозволено от трета страна. Хакерът активно подслушва и прихваща/препраща обмена на съобщения. Available at: https://www.techopedia.com/definition/4018/man-in-the-middle-attack-mitm [accessed 29/03/2018].

[28] Вж. дефиниция в Technopedia – https://www.techopedia.com/definition/24841/denial-of-service-attack-dos b. https://www.techopedia.com/definition/10261/distributed-denial-of-service-ddos [accessed 29/03/2018].

За защитните стратегии виж изследването на ЮНЕСКО: „Изграждане на цифрова безопасност за журналистиката" (*Building Digital Safety for Journalism*)[29].

Относно последствията за поверителните източници и разобличители, взаимодействащи с журналистите и с други медийни продуценти, виж „Защита на журналистическите източници в дигиталната ера" (*Protecting Journalism Sources in the Digital Age*)[30].

Разобличаване и защита от онлайн преследване и насилие

„Наричаха ме мръсна курва, проклета циганка, еврейка, мюсюлманска мръсница, гръцки паразит, гадна мигрантка, тъпа психарка, страшна лъжкиня, сбъркана хейтърка. Повтаряха да си вървя вкъщи, да се убия или те ще ме застрелят, ще ми отрежат езика, ще ми счупят пръстите един по един. Не спираха да ме заплашват с групово изнасилване и сексуални издевателства."[31] Това са думи на известната шведска журналистка Александра Паскалиду, която през 2016 г. свидетелства пред Европейската комисия в Брюксел за преживения онлайн тормоз.

Вследствие на глобалното разпространение на такъв род злоупотреби в интернет, насочени към журналисти и коментатори жени, ООН (включително ЮНЕСКО[32]), както и други организации признаха проблема и призоваха за действия и решения.

Организацията за сигурност и сътрудничество в Европа (ОССЕ) спонсорира изследване, фокусирано върху международното въздействие на онлайн насилията предимно над журналистки, целева група на „hate trolling"[33].

Този проект продължава изследването на британския аналитичен център Demos, проучил стотици хиляди туитове и установил, че журналистиката е единствената сфера на дейност, където жените са обект на повече злоупотреби, отколкото мъжете (жените журналисти и телевизионни водещи се сблъскват приблизително с три пъти пове-

---

[29] Henrichsen, J. et al. (2015). Building Digital Safety for Journalism (UNESCO) Paris. Available at: http://unesdoc.unesco.org/images/0023/002323/232358e.pdf [accessed 30/03/2018].

[30] Posetti, J. (2017). Protecting Journalism Sources in the Digital Age (UNESCO). Paris. Available at: http://unesdoc.unesco.org/images/0024/002480/248054E.pdf [accessed 30/03/2018].

[31] Posetti, J. (2016). Swedish journalist Alexandra Pascalidou Describes Online Threats of Sexual Torture and Graphic Abuse in The Sydney Morning Herald, 24/11/2016. Available at: http://www.smh.com.au/lifestyle/news-and-views/swedish-broadcaster-alexandra-pascalidou-describes-online-threats-of-sexual-torture-and-graphic-abuse-20161124-gswuwv.html [accessed 30/03/2018].

[32] Posetti, J. (2017). Fighting Back Against Prolific Online Harassment: Maria Ressa. In: L. Kilman. (ed.). Виж също: Resolution 39 of UNESCO's 39th General Conference which notes „the specific threats faced by women journalists including sexual harassment and violence, both online and offline." Available at: http://unesdoc.unesco.org/images/0026/002608/260889e.pdf [accessed 29/03/2018].

[33] OSCE. (2016). Countering Online Abuse of Female Journalists. Available at: http://www.osce.org/fom/220411?download=true [accessed 30/03/2018].

че злоупотреби[34], отколкото колегите им мъже"). Ключовите думи за агресорите били „уличница", „изнасилване", „проститутка".

Съществена черта на онлайн злоупотребите, насочени срещу журналистки, е употребата на дезинформация – разпространяват се лъжи за тяхната личност или работа, като средство за подриване на тяхната надеждност и за унижаването им в опит да се блокират публичните им коментари и техните статии и репортажи.

Въздействието става още по-непоносимо от заплахите за насилие, включително изнасилване и убийство, и ефекта на „натрупване" (организирани масивни атаки, реални или роботизирани, насочени срещу една личност в интернет).

Личният характер на тези атаки, често получавани на персоналното устройство като първо послание при събуждане и последно късно вечер преди лягане, ги прави още по-трудни за понасяне. „Някои дни се събуждам от словесно насилие и заспивам със сексистки и расистки бяс, отекващ в ушите ми. Това прилича на непрекъснато поддържани бойни действия", казва Паскалиду.

Мария Реса[35], която ръководи новинарския сайт Rappler във Филипините, стана пример в борбата с разширяване на онлайн преследването в контекста на масова дезинформационна кампания, подхранвана от правителството. Бивш военен кореспондент на CNN, тя казва, че нищо от опита ѝ на терен не я е подготвило за масивната и разрушителна кампания от онлайн джендър преследване, която се води срещу нея от 2016 г.

„Наричаха ме грозотия, куче, змей, заплашваха ме с изнасилване и убийство", казва тя. Реса е престанала да брои смъртните закани, които е получавала. Освен това срещу нея се организират кампании с хаштаг от рода на #ArrestMariaRessa или #BringHerToTheSenate, за да се настроят контролираните онлайн играчи в режим на атака, за да се дискредитират както Реса, така и Rappler и да се обезценят техните репортажи. „Отключи се спирала на мълчанието. Всички, които критикуваха или задаваха въпроси за извънсъдебните екзекуции, бяха нападани, жестоко нападани. Жените – още по-жестоко. И разбрахме, че системата е създадена, за да накара да замълчат дисидентите, за да направи журналистите

[34] Bartlett, J. et al. (2014). Misogyny on Twitter, Demos. Available at: https://www.demos.co.uk/files/MISOGYNY_ON_TWITTER.pdf [accessed 30/03/2018].

[35] Мария Реса е председателка на журито на Световната награда на ЮНЕСКО за свобода на печата „Гилермо Кано". – https://en.unesco.org/prizes/guillermo-cano/jury.

послушни.От нас не се очаква да задаваме трудни въпроси, и разбира се, не се очаква да бъдем критични", казва Реса.[36]

Ответната стратегия на Мария Реса включва:

- ▷ признаване на сериозността на проблема;
- ▷ признаване на психологическото въздействие и психологическата подкрепа на пострадалите сътрудници;
- ▷ използване на разследващата журналистика като оръжие в отговор на атаките;[37]
- ▷ обръщане към лоялната аудитория с молба да ѝ помогне да отблъсне и да отрази атаките;
- ▷ засилване на сигурността онлайн и офлайн в отговор на тормоза;
- ▷ публичен призив към платформите (например Фейсбук и Туитър) да действат по-активно за избягване на онлайн преследванията и адекватна борба с тях.

Наред с борбата срещу нарастващата опасност от малтретиране в интернет е важно да се разглежда продължаващото офлайн преследване на журналистки в контекста на дезинформационни кампании. Например през 2011 г. в Австралия разследващата журналистка Уенди Карлайл станала обект на вербално насилие, била освиркана и блъскана по време на митинг на отрицателите на изменението на климата, докато снимала документален филм за компанията ABC. Жестокото отношение я накарало да напусне събитието, за да защити собствената си безопасност.[38]

Цели на модула

Този модул ще информира участниците за рисковете от онлайн злоупотреби в контекста на „информационния безпорядък"; ще им помогне да разпознават заплахите и да развият умения по използването на инструменти за борба с онлайн злоупотребите. Цели:

- ▷ да повиши осведомеността на участниците относно проблема със злонамерените субекти, които преследват журналисти, тех-

[36] Posetti, J. (2017). Fighting Back Against Prolific Online Harassment: Maria Ressa. In: Kilman, L. (ed). An Attack on One is an Attack on All (UNESCO). Available at: http://unesdoc.unesco.org/images/0025/002593/259399e.pdf [accessed 30/03/2018].

[37] Същата тактика е използвана от Фериал Хафаджи в изследването на казуса „Gupta leaks", за който вече стана дума. Тя използва методите на разследващата журналистика и цифрови „детектори" на сигурността, за да демаскира някои тролове, прицелили се в нея в опит да дискредитират работата ѝ по осветляване на скандала. Виж: https://www.news24.com/SouthAfrica/News/fake-news-peddlers-can-be-traced-hawks-20170123 [accessed 16/06/2018].

[38] Carlisle, W. (2011). The Lord Monckton Roadshow, Background Briefing, ABC Radio National. Available at: http://www.abc.net.au/radionational/programs/backgroundbriefing/the-lord-monckton-roadshow/2923400 [accessed 30/03/2018].

ните източници и други онлайн комуникатори в кампании за дезинформация/неточна информация;

- ▷ *да развие навици за разпознаване на „астротърфинг“, „тролинг“, заплахите за цифровата сигурност и злоупотребите в интернет;*
- ▷ *да подготви участниците за борба с „астротърфинг“ и „тролинг“, заплахите за цифровата сигурност и онлайн злоупотребите с отчитане на джендър факторите.*



Резултати от обучението

В края на модула студентите:

1. *Ще имат по-дълбоко разбиране за въздействието на онлайн злоупотребите върху журналистите, журналистиката, обмена на информация и свободата на изразяване.*
2. *Ще бъдат по-добре осведомени за онлайн тормоза над журналисти и други онлайн комуникатори в кампании за дезинформация/неточна информация.*
3. *Ще разбират специфичните заплахи за сигурността, с които се сблъскват жените, които се занимават с онлайн новинарство.*
4. *Ще могат да разпознават по-лесно онлайн агресорите, както и инцидентите, свързани с „астротърфинг“ и „тролинг“, със заплахите за цифровата сигурност и онлайн злоупотребите;*
5. *Ще са по-добре подготвени да се борят срещу „астротърфинга“, „тролинга“, заплахите за цифровата сигурност и онлайн злоупотребите с отчитане на джендър факторите.*



Формат на модула

Модулът е подготвен за аудиторни или онлайн занятия. Състои се от теоретична и практическа част.

Свързване на плана с резултатите от обучението

А. Теория

План на модула	Часове	Резултати от обучението
Интерактивна лекция и серия въпроси и отговори (90 мин), изнесени традиционно на място или чрез платформа на уебинар, която осигурява отдалечено участие. В лекцията може да се използват теоретичните материали и примери, приведени по-горе. На преподавателите обаче се препоръчва да включат и изследване на казуси, свързани със съответната им култура и местни условия.	60 – 90 минути	1, 2, 3, 4, 5

Б. Практика

План на модула	Часове	Резултати от обучението
Уъркшоп/тюториъл (90 минути) може да се проведе традиционно в аудитория или на учебна електронна платформа като Moodle, Фейсбук групи или други формати, които позволяват отдалечено участие. Работилницата може да има следния формат: ▪ *Разделете участниците на работни групи (от 3 до 5 човека).* ▪ *Всяка работна група получава пример за злонамерено съдържание (например открийте в блогове или в социални мрежи съдържание, създадено за злепоставяне на Мария Реса, Джесика Аро и Александра Паскалиду, чиито истории се обсъждат в този модул), свързано с кампании за дезинформация/неточна информация/тролинг/астротърфинг/онлайн злоупотреби.* ▪ *Всяка работна група трябва: колаборативно да оцени материала (да проучи човека/групата, която стои зад материала); да определи рисковете и заплахите (като се позовава на изследвания за последствията, съдържащи се в препоръчаната литература); да предложи план за действие как да се реагира съобразно материала (може да включва стратегически отговор, известяване на платформата или на полицията, ако е необходимо, за злонамереното лице, или статия по въпроса); да напише резюмиращо есе (около 250 думи) относно предлагания план за действие, като използва Google Docs или аналогичен инструмент за съвместно редактиране, и да го представи на преподавателя за разглеждане.*	90 – 120 минути	1, 2, 3, 4, 5

Алтернативна структура

За по-задълбочено разглеждане на тези въпроси модулът може да се разшири, за да включи три отделни урока (всеки от които се състои от три части, както е описано по-горе):

- *Разпознаване и реагиране на „тролинг" и „астротърфинг"*
- *Моделиране на цифровата заплаха[39] и защитна стратегия*
- *Признаване и реагиране на джендър преследванията и насилията в интернет*

Примерни упражнения

Да се напише статия от 1200 думи или да се подготви петминутен аудиорепортаж, триминутен видеорепортаж или подробна интерактивна инфографика, основана на интервю с един или с няколко журналисти за техния опит с онлайн злоупотреби (например когато са били мишена на дезинформация и/или са се сблъсквали с цифрови заплахи за сигурността в рамките на дезинформационни кампании, или са били подлагани на преследване или насилие в интернет). Участниците трябва да цитират авторитетни изследвания и да обяснят въздействието на тези явления върху журналистиката/свободата на изразяване и правото на информираност на обществото.

Литература

Aro, J. (2016). *The cyberspace war: propaganda and trolling as warfare tools*. European View. Sage Journals, June 2016, Volume 15, Issue 1.Available at: http://journals.sagepub.com/doi/full/10.1007/s12290-016-0395-5 [accessed 20/07/2018].

Haffajee, F. (2017). *The Gupta Fake News Factory and Me* in The Huffington Post. Available at: http://www.huffingtonpost.co.za/2017/06/05/ferial-haffajee-the-gupta-fake-news-factory-andme_a_22126282/[accessed 29/03/2018].

OSCE (2016). *Countering Online Abuse of Female Journalists*. Available at: http://www.osce.org/fom/220411?download=true [accessed 29/03/2018].

Posetti, J. (2017). *Fighting Back Against Prolific Online Harassment: Maria Ressa* in L. Kilman (ed). An Attack on One is an Attack on All (UNESCO 2017).

[39] Stray, J. (2014). Security for journalists, Part Two: Threat Modelling. Available at: https://source.opennews.org/articles/security-journalists-part-two-threat-modeling/[accessed 2/03/2018].

Available at: http://unesdoc.unesco.org/images/0025/002593/259399e.pdf [accessed 29/03/2018].

Posetti, J. (2016). *Swedish journalist Alexandra Pascalidou Describes Online Threats of Sexual Torture and Graphic Abuse* in The Sydney Morning Herald, 24/11/2016. Available at: http://www.smh.com.au/lifestyle/news-and-views/swedish-broadcaster-alexandra-pascalidou-describes-online-threats-of-sexual-torture-and-graphic-abuse-20161124-gswuwv.html [accessed 29/03/2018].

Reporters Sans Frontieres (2018) *Online Harassment of Journalists: Attack of the trolls*. Reporters Without Borders: https://rsf.org/sites/default/files/rsf_report_on_online_harassment.pdf [accessed 20/8/18].

Riley M., Etter, L. & Pradhan, B. (2018) *A Global Guide To State-Sponsored Trolling*, Bloomberg: https://www.bloomberg.com/features/2018-government-sponsored-cybermilitia-cookbook/[accessed 21/07/2018].

Stray, J. (2014). *Security for journalists, Part Two: Threat Modelling*. Available at: https://source.opennews.org/articles/security-journalists-part-two-threat-modeling/[accessed 02/03/2018].

Онлайн ресурси

ВИДЕО: *How to Tackle Trolls and Manage Online Harassment* – панелна дискусия на Международния фестивал на журналистиката в Перуджа, Италия (април 2017), с участието на Julie Posetti (Fairfax Media), Hannah Storm (International News Safety Institute), Alexandra Pascalidou (шведска журналистка), Mary Hamilton (The Guardian), Blathnaid Healy (CNNi). http://media.journalismfestival.com/programme/2017/managing-gendered-online-harrassment

АВТОРИ

Магда Абу-Фадил, директор на Media Unlimited

Фъргюс Бел, експерт в областта на събирането на цифрови данни и верификацията на съдържание, генерирано от потребители, основател на Dig Deeper Media

Хосеин Дерахшан, ирано-канадски писател, изследовател и научен сътрудник към Shorenstein Center на Harvard's Kennedy School

Черилин Айртън, южноафриканска журналистка, ръководител на Световния редакторски форум към Световната асоциация на издателите на вестници и новини (WAN-IFRA)

Алексиос Манцарлис, директор на международната мрежа за проверка на фактите към института Пойнтър (International Fact-Checking Network, Poynter Institute)

Алис Матюс, журналистка в Австралийската радиотелевизионна корпорация, Australian Broadcasting Corporation (ABC), Сидни

Джули Позети, старши научен сътрудник в Института за изследване на журналистиката „Ройтерс" към Оксфордския университет, ръководител на отдела за иновационни журналистически проекти

Том Трюинард, директор на Програма за верификационен инструментариум със свободен достъп, open source Check de Meedan

Клеър Уордъл, изпълнителен директор на First Draft и изследователка в Центъра „Шоренщайн" за печат и публична политика, Кенеди Скул към Харвардския университет

PHOTO CREDITS Cover:

UNESCO/Oscar Castellanos

Module 1: Abhijith S Nair on Unsplash

Module 2: Christoph Scholz on Flickr

Module 3: Samuel Zeller on Unsplash

Module 4: aaron Burden on Unsplash

Module 5: The Climate Reality Project on Unsplash

Module 6: Olloweb Solutions on Unsplash

Module 7: rawpixel on UnsplashBack cover: rawpixel on Unsplash

ГРАФИЧЕН ДИЗАЙН

Mr. Clinton: www.mrclinton.be.

Външни рецензенти: проф. Илва Родни-Гумед, факултет по журналистика, кино и телевизия, Йоханесбургски университет, Южна Африка; Басиоуни Хамада, преподавател във факултета по масови комуникации, Колеж по изкуства и наука към Катарския университет; проф. Джейсън Харсин, Департамент по глобални комуникации в Американския университет, Париж



Тази публикация се предлага като модел на международно приложима учебна програма за свободно използване в този си вид или адаптирана, за да отговори на възникналия глобален проблем на дезинформацията, пред който е изправено обществото като цяло и по-специално журналистиката.

Типовата учебна програма е предназначена да помогне на преподавателите и на студентите по журналистика да осмислят въпросите и отговорите, свързани с „фалшивите новини“, и да представи образец на учебен план. Надяваме се това да бъде полезно ръководство и за практикуващите журналисти.

В наръчника е вложен приносът на водещи международни преподаватели по журналистика, изследователи и експерти, които помагат за обновяване на журналистическите методи и практика пред лицето на заплахата от неточна информация и дезинформация. Уроците са контекстуални, теоретични и изключително практични що се отнася до онлайн верификацията. Използвани като цялостен курс или поотделно, те могат да помогнат за актуализиране на съществуващите учебни модули или за създаването на нови предложения.

Публикацията е част от „глобалната инициатива за подобряване на журналистическото образование“, акцент в Международната програма за развитие на комуникацията (IPDC) на ЮНЕСКО. Програмата разглежда в глобална перспектива журналистическото обучение и практика, както и изследователската дейност в тази област, като включва споделяне на добрия международен опит.

медии 21

ISBN 978-92-3-000137-7

9 789230 001377

UNESCO
Организация на обединените нации за образование, наука и култура

IPDC МЕЖДУНАРОДНА ПРОГРАМА ЗА РАЗВИТИЕ НА КОМУНИКАЦИИТЕ

ЮНЕСКО – Сектор "Комуникации и информация"
Франция 75352, Париж 07 SP, площад Фонтеной №7
Контакт за допълнителна информация: ipdc.secretariat@unesco.org