

# costaid

Coping Strategies Against Information Disorder

## Наръчник за обучители



Co-funded by  
the European Union

Финансиран от Европейския съюз. Изразените възгледи и мнения обаче са само на автора(ите) и не отразяват непременно тези на Европейския съюз или Европейската изпълнителна агенция за образование и култура (EACEA). Нито Европейският съюз, нито EACEA могат да носят отговорност за тях.

## **Автори:**

*Елиане Смитс ван Ваесберге и Тим Паулус - Институт Вервей-Йонкер  
(главни редактори)*

*Лийн Д'Хененс и Джойс Висенберг – Католически университет Льовен*

*Цветалина Генова - Международен институт по мениджмънт*

*Волфганг Айзенрайх - Научна инициатива Долна Австрия*

*Соня Берко Айзенрайх - Институт Интегра*

*Аленка Валяшкова - QUALED*

*Пантелис Балаурас - CONNEXIONS*

## **Декларация за авторските права:**



Това произведение е лицензирано под международен лиценз Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0.

Можете свободно да:

- споделяте - копирате и разпространявате материал на всякакъв носител или формат
- адаптирате - ремиксирате, трансформирате и надграждате материала

при следните условия:

- Признаване на авторството - трябва да посочите подходящо авторство, да предоставите връзка към лиценза и да посочите дали са направени промени. Можете да направите това по всеки разумен начин, но не и по начин, който предполага, че лицензодателят ги одобрява или използва.
- Некомерсиално ползване - нямате право да използвате материал за търговска цел.
- Еквивалентно споделяне - ако ремиксирате, трансформирате или надграждате материал, трябва да разпространявате своя принос под същия лиценз като оригинала.

# Глава 1

## Какво разбираме под „фалшиви новини“

## Целева група

Тези насоки са насочени към т.нар. "first-liners" (хората от първите редици и обучители). "First-liners" е всеобхватен термин за всички хора в пряк контакт с лица, които са уязвими към информационно разстройство, с акцент върху групите в професионалното образование. Примери за хора, които попадат в обхвата на този общ термин, са: възпитатели, учители, младежки съветници и консултанти, социални работници и младежки работници. Това обаче не е изчерпателен списък. Обхватът на този проект включва и други хора, работещи в сферата на образованието, социалните грижи или здравеопазването.

1.1 Въведение към тази глава.....	1
1.2 Цифровото информационно общество .....	2
1.3 Информационно разстройство.....	3
1.4 Причини за доверието в невярна информация.....	6
Теорията на планираното поведение .....	6
Социално влияние .....	6
Вярване във фалшива информация.....	7
Социалните медии и постоянната промяна на поведението .....	8
Човешки нужди и емоционална връзка .....	10
Какво представляват емоционалните нужди? .....	11
1.5 Как работи мис- и дезинформацията?.....	14
Разпространението на мис- и дезинформация.....	14
Двигатели на погрешни убеждения .....	15
Пречки пред преосмислянето на дадено убеждение.....	16
Стратегии за коригиране на невярна информация.....	16
Последици за практикуващите.....	17
Последици за потребителите на информация.....	18
1.6 Избор, употреба и злоупотреба с думи в информацията .....	19
Изборът на думи е важен .....	19
Защо мозъкът ни вярва на лъжи?.....	20
Хипотезата за езиковия детерминизъм.....	21
Двусмисленост .....	22
Езикова манипулация .....	24

1.7 Ехокамери и засилване на дезинформацията .....	26
1.8 Когнитивен дисонанс .....	29
История.....	29
Какво представлява когнитивният дисонанс? .....	30
Причини за когнитивния дисонанс .....	30
Разрешаване на когнитивния дисонанс.....	31
Когнитивен дисонанс, медии и информационно разстройство .....	32
1.9 Примери за информационно разстройство .....	34
Горски пожари в Амазонската дъждовна гора (август 2019г.).....	34
Русия обучава орли за улавяне на безпилотни самолети (май 2023г.).....	35
Световният икономически форум иска да въведе режим на водоснабдяване (април 2023 г.).....	36
1.10 Препратки .....	38

## 1.1 Въведение към тази глава

---

През последните години широко се използва терминът "фалшиви новини". Важно е обаче да се разбере какво всъщност означава този термин. По същество той се отнася до фалшиви истории или дезинформация, които се разпространяват в интернет или чрез различни медийни канали. Друг термин, който често се използва за описание на това явление, е "информационно разстройство". В следващите под-глави ще навлезем в темата за информационните разстройства, като започнем с обяснение на значението на информацията. Впоследствие ще разгледаме по-подробно фалшивата информация, включително различните видове и техните основни мотиви. По този начин ще подчертаем различните нива на вреда, свързани с невярната информация. От съществено значение е да се разбере, че когато невярната информация се разпространява с вредни намерения, тя може да доведе до значителни проблеми. Ще обясним причините, поради които хората вярват в подобна невярна информация, заедно с разглеждането на механизмите и въздействията, които тя оказва върху колективното мислене. За да се внесе допълнителна яснота, в настоящата публикация ще бъдат дадени примери за случаи, свързани с фалшивата информация.

## 1.2 Цифровото информационно общество

---

Младите хора са граждани на днешното цифрово общество, които могат да участват в онлайн дебати и дискусии, да изразяват своите притеснения и да предприемат действия. За да се гарантира тяхното безопасно, ефективно, критично и отговорно участие в цифровата сфера, те се нуждаят от цифрово гражданство. Цифровото гражданство най-общо се разбира като компетентности, които са необходими за активно участие в цифровото общество. През последните години разбирането за цифрово гражданство се разви, за да обхване широк спектър от компетентности и поведения, които дават възможност на младите хора да използват интернет възможностите за активно участие, като същевременно ги предпазват от потенциалните рискове и вреди, които са свързани с него.

Една от тези компетентности, които са от основно значение за цифровото гражданство, се отнася до медийната и информационната грамотност или способността да се разбира и подхожда критично към информацията в интернет. Надеждната информация е един от фундаментите на добре функциониращите демократични общества. Достъпът до тази информация позволява на гражданите да участват в процесите на вземане на решения (като внимателно преценяват цялата информация, когато упражняват правото си на глас) и да държат правителствата отговорни. Като цяло гражданите разчитат на новинарските медии за цялостното отразяване на най-важната информация за политиката, обществените проблеми, икономиката и други събития, които са от значение за функционирането на обществото. Тъй като е невъзможно редакциите да обхванат всички събития, които се случват по света, новините се подбират и отразяват от журналистите. Процесите в новинарските емисии, като например редакционна проверка и проверка на фактите, позволяват надеждно отразяване на най-важните събития.

Напоследък обаче, с широкото разпространение на интернет и социалните мрежи, информационната среда се промени драстично. Някои учени предлагат в момента да се намираме в състояние на "информационна какофония", която се характеризира с "дрезгавия шум на много и разнопосочни гласове, предлагащи информация, в условията на ниско доверие в медиите", както е цитирано от Котър и Торсън през 2022 г. Тъй като съвременните технологии позволяват разпространението на информация в глобален мащаб, новините се създават, споделят и консумират във все по-сложна информационна среда. С широкото разпространение на цифровите технологии за всеки е по-лесно от всякога да създава и споделя информация. Специално мобилните устройства ускориха тази еволюция: сега информацията може да се споделя с огромна скорост, по всяко време и на всяко място. Освен това, с нарастващата популярност на платформите на социалните медии, потреблението на информация се превърна от частна, самостоятелна дейност в публична и споделена. Чрез тези платформи хората все повече разчитат на своите приятели, роднини, колеги или други познати в обкръжението си, които да ги преведат през сложната мрежа от информация със своите мнения и препоръки. Важно е обаче да се отбележи, че платформите не служат като неутрални комуникационни канали. Вместо това те се управляват от милиарди индивидуални потребители, всеки от които има собствен произход, ценности и цели, и всеки от тях създава послания, които отразяват тези позиции.



## 1.3 Информационно разстройство

---

Въпросът за невярната и фалшивата информация в интернет и особено в социалните медии получава все по-голямо внимание от страна на учените и политиците през последните години. Събития като президентските избори в САЩ през 2016 г., кампанията за Брекзит в Обединеното кралство, пандемията Ковид-19 и съвсем наскоро руската инвазия в Украйна като че ли поставиха в центъра на вниманието заплахите и рисковете от невярна информация в интернет.

В своя доклад за Европейския съвет Уордъл и Дерахшан определят няколко вида невярна или подвеждаща информация, която се разпространява онлайн, като "информационно разстройство". По-конкретно те разграничават три вида информационно разстройство: мисинформация, дезинформация и малинформация. Разграничението между тези три вида информационно разстройство се прави въз основа на два елемента. Първо, прави се разграничение между информация, която е вярна, и информация, която е невярна. Второ, обръща се внимание на намерението, което стои зад информацията, дали лицето или организацията, които са споделили информацията, са имали за цел да навредят или дали вредата е била причинена неволно.

Съществуват две основни категории невярна информация: мисинформация и дезинформация. Мисинформацията се отнася до информация, която е неточна или невярна, но лицето, което я разпространява, не знае за нейната невярност. С други думи, няма намерение да заблуждава или да вреди на другите. Въпреки че мисинформацията все пак може да окаже въздействие върху тези, които я получават, тя не се споделя с явното намерение да се причини вреда. Когато невярна информация се споделя непреднамерено, независимо от причините за това, тя попада в класификацията на мисинформацията.

И обратното, дезинформацията се споделя със злонамерени намерения. Източникът е наясно с невярното естество на информацията, но въпреки това я споделя, за да причини вреда на лице, социална група, организация или държава, и следователно да заблуди получателя на информацията. Често разпространението на невярна информация е продиктувано от желанието да се популяризира определена морална или политическа гледна точка или да се насърчи определена кауза.

За разлика от предишните два, третият вид - малинформация - се основава на фактическа информация. И все пак това, което я прави малинформация, а не просто "информация", е, че тази вярна информация се споделя с намерението да се причини вреда. Произходът на информацията произтича от истината, но е извадена от контекста или преувеличена, за да се насърчи определена морална или политическа програма. Злоупотребата с информация обикновено се отнася до въпроси като език на омразата, тормоз и изтичане на поверителна информация.

За да се разбере информационното разстройство, е полезно да се отбележи, че то обикновено включва три елемента. Първият централен елемент на информационното разстройство се отнася до лицата, които са създали, произвели, разпространили част от информацията, и техните мотиви, които стоят зад нея. На второ място е важно да се разгледат посланието и неговите характеристики, като например формата му.

Трето, важна роля играе интерпретаторът: как получателят на посланието го е интерпретирал и какви действия е предприел в отговор на посланието? Тук е важно да се отбележи, че аудиторията много рядко е пасивен получател на информация, а вместо това интерпретира информацията на базата на собствения си опит, напр. въз основа на социалния си статус, политическите си идеи или предишен опит.

Информационното разстройство обикновено протича на три етапа. Първият етап, създаването, включва разработването на съобщение от дадено лице. На етапа на създаване това послание се трансформира в медиен продукт, който има потенциала да достигне до широка аудитория. И накрая, на етапа на разпространение, съобщението става публично достояние и се разпространява сред целевата аудитория.

В рамките на трите основни вида информационно разстройство има седем отделни категории проблемно съдържание, които помагат за по-доброто разбиране на сложната информационна екосистема. Тези седем категории са разположени в континуум въз основа на намерението им да заблудят.

1. Първата категория, с най-ниско намерение за заблуда, е сатирата или пародията. Продуцентите на сатира нямат намерение да причинят вреда, но съдържанието им има потенциала да заблуди аудиторията. Проведени са много дискусии относно това дали сатирата трябва да бъде включена като вид проблемно съдържание. Важно е обаче да се отбележи, че сатирата все по-често се използва стратегически за разпространяване на слухове и конспирации, а всяко обратно послание може да бъде отхвърлено, като се заяви, че посланието не трябва да се приема сериозно. Освен това авторът отбелязва, че посланията, обозначени като сатира, стават все по-омразни и поляризиращи. Разграничаването на сатирата от действителното новинарско съдържание в социалните медии може да се окаже предизвикателство поради липсата на евристики или мисловни съкращения, които използваме, за да осмислим света около нас. Докато подредбата на вестника показва кога една статия е в раздела за сатира или мнения, тези визуални подсказки липсват онлайн и в социалните медии. Още повече, че онлайн някои сайтове за сатирични новини са възприели оформлението на традиционните новинарски сайтове, което още повече затруднява аудиторията да определи тези източници на информация като сатирични. Добре познат пример за сатиричен новинарски сайт е "The Onion".
2. Втората категория се отнася до фалшивите връзки: когато заглавията, визуалните материали или надписите не съответстват на съдържанието на съобщението. Този тип съдържание понякога се нарича и "clickbait" съдържание, при което се използват сензационен език и визуализации, за да се привлече първоначално аудиторията и да се стимулират кликванията, но след това се провалят, когато читателят достигне до сайта.
3. Третата категория се отнася до подвеждащо съдържание, при което информацията се използва по подвеждащ начин, за да се очертае или представи даден проблем или лице по определен начин. Подвеждащото съдържание може да се прояви по различни начини, например чрез преформулиране на историите в заглавията, използване само на фрагменти от цитати или чрез манипулиране на визуализацията на статистически данни. По

този начин се разказва само онази част от историята, която съответства на определена позиция, за да се подкрепи определен аргумент.

4. Четвъртата категория проблемна информация е свързана с фалшив контекст, който се появява, когато истинско съдържание се споделя с невярна контекстуална информация. В този случай истинското съдържание е преработено, за да съответства на друг, често по-опасен разказ.
5. Петата категория се отнася до имитаторско съдържание, което се появява, когато се имитират истински източници на информация. Такъв може да бъде например случаят, когато фалшивото съдържание използва логата на добре познати, утвърдени организации, като например НПО или новинарски организации. Една от техниките е създаването на уебсайтове, които изглеждат като професионални новинарски сайтове, но които споделят само фалшива информация. Разпространителите на имитаторско съдържание могат също така да се представят за отделни утвърдени личности или журналисти в платформите на социалните медии, като създават фалшиви профили. Тази стратегия може да бъде особено въздействаща, тъй като количеството информация в социалните медии, което потребителите трябва да обработват, е изключително голямо и поради това хората невинаги обръщат внимание на малките детайли, които издават, че профилът е фалшив.
6. Шестата категория се отнася до манипулираното съдържание, когато истинска информация или визуални материали се манипулират с цел да се заблуди аудиторията. Тази стратегия е свързана най-вече с промяна на снимки и видеоклипове, за да се предаде различна история или различен ъгъл на историята от първоначалния.
7. И накрая, седмата категория е свързана с измислено съдържание. Изфабрикуваното съдържание е новосъздадено съдържание, което е напълно невярно и е създадено с цел да заблуди и да причини вреда. Производителите на измислено съдържание могат да измислят новинарски истории и да създават снимки и видеоклипове в подкрепа на своите истории. Неотдавнашната вълна от снимки и видеоклипове, генерирани с помощта на изкуствен интелект, също попада в категорията на измисленото съдържание.

Както се вижда от горното описание, информационните смущения като цяло и мисинформацията и дезинформацията в частност са сложни явления. Въпреки тази сложност в различни публикации тези явления често се обозначават с термина "фалшиви новини", под който най-общо се разбират измислени новинарски съобщения, които са доказано неверни и нямат фактическа основа. Напоследък терминът "фалшиви новини" все по-често се оспорва от учени и експерти в областта на информационното разстройство заради неговата неяснота и неспособност да разграничи различните видове информационно разстройство, тъй като вместо това изглежда, че обхваща различни явления под шапката на информационното разстройство - от небалансирана информация до напълно измислени теории на конспирацията. Освен това фалшивите новини се превърнаха в силно политизиран термин и реторичен инструмент, използван от политиците за дискредитиране на основните новинарски медии и за атакуване на журналисти, които са писали критични репортажи за тях.

## 1.4 Причини за доверието в невярна информация

---

### Теорията на планираното поведение

Планираното поведение е психологическа теория, която се фокусира върху наблюдаемото поведение и подчертава ролята на средата за формиране и определяне на поведението. Тя предполага, че всички поведения, включително когнитивните процеси и убежденията, могат да бъдат обяснени чрез външни стимули и реакцията на индивида към тези стимули.

Според планираното поведение убежденията се придобиват чрез процес на обуславяне, най-вече чрез подкрепа и наказание. Развитието на убежденията се влияе от взаимодействието на индивида със средата и от последствията от неговите действия. Когато определени поведения се подсилват или възнаграждават, е вероятно индивидите да развият съответните убеждения. Важно е да се отбележи, че планираното поведение е критикуван заради ограничения си фокус върху външните фактори и пренебрегването на вътрешните психични процеси, като мисли, емоции и субективни преживявания. Въпреки че планираното поведение дава представа за влиянието на средата върху убежденията, то не отчита напълно сложността на човешкото познание и ролята на вътрешните фактори при формирането на убежденията.

Други психологически теории, като **когнитивната психология** и **социалната когнитивна теория**, предлагат по-цялостно разбиране на формирането на **убежденията**, като в допълнение към външните стимули разглеждат когнитивните процеси, социалните влияния и индивидуалния опит. Тези теории признават, че убежденията се формират чрез комбинация от фактори на средата, когнитивни процеси и личен опит.

### Социално влияние

С понятието "социално влияние" се обозначава процесът, при който лица или групи влияят върху мислите, чувствата, нагласите и поведението на другите. То обхваща различните начини, по които хората се влияят от присъствието, действията или мненията на другите в тяхната социална среда. Социалното влияние може да се прояви чрез преки или непреки взаимодействия и може да бъде **преднамерено** или **непреднамерено**.

Съществуват няколко форми на социално влияние, които са широко проучени. **Конформизмът** се отнася до склонността на индивидите да приспособяват своите мисли, убеждения и поведение към тези на мнозинството или влиятелната група. Хората често се съобразяват със социалните норми или очаквания, за да получат признание, да избегнат конфликти или да търсят одобрение от другите.

**Съобразяването** се отнася до промяна на поведението в пряк отговор на искане или заповед от друго лице или група. Обикновено това се случва в ситуации, в които има възприемана авторитетна фигура или когато хората искат да избегнат негативни последици или да получат награди. Подобно на подчинението е послушанието, само че то включва следване на заповеди или инструкции на авторитетна фигура, обикновено в йерархични ситуации. Подчинението може да се прояви дори когато исканите действия противоречат на личните убеждения или ценности на индивида.

Следващата форма е **убеждаването**. Тя включва опити да се променят нагласите, убежденията или поведението на даден човек чрез комуникация и аргументиране. Техниките за убеждаване могат да включват логическа аргументация, емоционални призови, достоверни източници и тактики за социално влияние, като например социални доказателства (напр. препоръки) или оскъдност (напр. оферти с ограничено времетраене).

Когато присъствието на други хора подобрява представянето на индивида при изпълнението на прости или добре репетирани задачи, се наблюдава **социално стимулиране**. Самото присъствие на други хора може да повиши възбудата и мотивацията, което води до подобряване на резултатите.

**Социалната** леност е тенденцията хората да полагат по-малко усилия, когато работят в група, отколкото когато работят индивидуално. Това явление се появява, когато хората смятат, че техният принос е по-малко разпознаваем или когато възприемат усилията си като по-малко необходими поради присъствието на други хора. То е резултат от намалената лична отговорност в колективна среда. Друго свързано с това явление, което възниква, когато членовете на групата дават приоритет на хармонията и консенсуса пред критичното мислене и независимото вземане на решения, е известно като **групово мислене**, което може да доведе до погрешно вземане на решения и потискане на несъгласните или алтернативните гледни точки в групата.

Социалното влияние играе значителна роля в различни аспекти на човешкото поведение, включително спазването на обществените норми, политическите нагласи, груповата динамика и формирането на обществено мнение. Изследователите задълбочено изучават социалното влияние, за да разберат по-добре механизмите, които стоят зад него, и неговото **въздействие върху личностите и обществата**.

## Вярване във фалшива информация

Вярата в невярна информация е широко разпространено явление, повлияно от различни фактори. Важно е да осъзнаваме тези фактори и да се стремим към **критично мислене, скептицизъм и използване на надеждни източници** при оценката на информацията. Като развиват умения за медийна грамотност и проверяват фактите, преди да приемат информацията за вярна, хората могат да сведат до минимум въздействието на невярната информация върху личните си убеждения и процесите на вземане на решения.

Хората могат да повярват във фалшива информация по няколко причини: Нека разгледаме по-подробно някои от тях:

- **Липса на надеждни източници:** Ако хората разчитат на ненадеждни или пристрастни източници на информация, вероятността да се сблъскат с невярна или подвеждаща информация е по-голяма. От съществено значение е да се провери достоверността на източниците, преди да се приеме информацията за вярна.
- **Пристрастно потвърждение:** Хората често търсят информация, която потвърждава техните вече съществуващи убеждения или мнения. Тази тенденция може да доведе до приемане на невярна информация, която съответства на техния мироглед, като същевременно пренебрегват или отхвърлят противоречивите доказателства.
- **Когнитивни съкращения:** В някои случаи хората могат да използват евристики или мисловни съкращения, за да обработват информацията бързо. Въпреки че тези съкращения могат да бъдат ефикасни, те могат да доведат и до грешки в преценката, като накарат хората да приемат невярна информация, без да я оценяват критично.
- **Емоционално разсъждение:** Емоциите могат да повлияят на формирането на убеждения. Когато хората имат силна емоционална привързаност или предразсъдъци, те може да са по-склонни да приемат информация, която подкрепя емоционалното им състояние, дори и да не е точна.
- **Социално влияние:** Хората често се влияят от социалната си среда, включително приятели, семейство и мрежи на социалните медии. Ако невярна информация се споделя широко в определена социална група или онлайн общност, хората може да са по-склонни да приемат тези убеждения, без да се съмняват в тяхната валидност.
- **Ограничени познания или опит:** Липсата на познания или опит в дадена област може да направи хората по-податливи на фалшива информация. Без необходимата предварителна информация или умения за критично мислене е по-лесно да се приеме дезинформацията за вярна.
- **Липса на медийна грамотност:** Недостатъчното разбиране за това как критично да се преценява и оценява информацията може да допринесе за вярването в невярна информация. Без необходимите умения за медийна грамотност хората могат да се затруднят да разграничат надеждните източници от ненадеждните.

## Социалните медии и постоянната промяна на поведението

Социалните медии са се превърнали в неразделна част от живота на много хора и оказват значително влияние върху човешкото поведение. Тези платформи използват различни техники, за да ангажират потребителите и да насърчават непрекъснато взаимодействие, което често води до промяна на поведението.

Понастоящем живеем в епоха, определяна от технологиите и социалните медии. Тези платформи се превърнаха в основното средство, чрез което обменяме мисли, емоции, желаниа и участваме във взаимодействия, често във виртуалното пространство. В



резултат на това ниво на убежденията и доверието се е разширило и играе значителна роля при формирането на междуличностните отношения, включително важни аспекти на съществуващите ценности и социално валидни убеждения. Процесът се развива безпроблемно, тъй като много от нас непрекъснато използват различни устройства. Без да подозираме, ние постоянно сме следени и наблюдавани, като постоянно ни се предоставя проектирана обратна връзка. Постепенно се оказваме под влиянието и завладяни от техници, чиято самоличност остава скрита, а мотивите им - неясни. Алгоритмите жадно консумират обширни данни за нас, допринасяйки за тази сложна мрежа от влияние.

Социалните медии оказват своето влияние върху поведението чрез прилагането на алгоритми, които подбират и показват съдържание на потребителите. Тези алгоритми са специално разработени, за да увеличат максимално ангажираността на потребителите, като анализират индивидуалните предпочитания, моделите на поведение и демографската информация. В резултат на това на потребителите често се представя съдържание, което отговаря на техните интереси, което ги ангажира за по-дълъг период от време. Платформите на социалните медии използват редица **психологически техники**, за да предизвикат определено поведение сред потребителите. Една от тези техники включва стратегическото използване на известия и сигнали, които създават усещане за спешност и карат хората често да проверяват профилите си.

Всички тези и много други показатели са съпоставени с подобни показания за живота на множество други хора чрез масирано шпиониране. Алгоритмите съпоставят това, което правим, с това, което са правили почти всички останали. Алгоритмите всъщност не ни разбират, но в числата има сила, особено в големите числа. Така наречените рекламатори (директни манипулатори) могат да се възползват от момента, в който сме перфектно настроени, и след това да ни повлияят с послания, които са подействали на други хора, споделящи общи черти и ситуации с нас. Сега всеки, който е в социалните медии, получава индивидуализирани, непрекъснато адаптирани стимули, което може да се разбира като непрекъснато модифициране на поведението.

Платформите използват и функции като харесвания, коментари и споделяния, за да създадат усещане за социално утвърждаване, което засилва определени поведения, като например търсене на одобрение или валидация от другите.

Друг аспект на модификацията на поведението в социалните медии е игровизацията на взаимодействията с потребителите. Платформите често използват елементи, подобни на игри, като значки, награди и класации, за да насърчат потребителите да се ангажират по-често и да се състезават с другите. Тези елементи се възползват от човешкото желание за постижения и признание, като насърчават моделите на поведение, предизвикващи пристрастяване.

Платформите за социални медии използват **техники за убеждаващ дизайн**, за да повлияят на поведението на потребителите. Те използват дизайн на потребителския интерфейс, микровзаимодействия и персонализирани препоръки, за да подтикнат потребителите към конкретни действия.

Важно е да се отбележи, че платформите на социалните медии не са изначално злонамерени. Те имат за цел преди всичко да увеличат ангажираността на потребителите и да предоставят персонализирани преживявания. Въпреки това непрекъснатото излагане на адаптирано съдържание и техниките за модифициране на поведението могат потенциално да доведат до отрицателни последици, като пристрастяване, намаляване на вниманието и дори засилване на вредни убеждения или ехо-камери.

Като потребители е изключително важно да сме наясно с тези техники за промяна на поведението и да управляваме активно използването на социалните медии. Това може да включва определяне на ограничения за времето, прекарано пред екрана, разнообразяване на източниците на информация, критична оценка на съдържанието, което консумираме, и осъзнаване на потенциалните последици за нашето поведение и благосъстояние.

## Човешки нужди и емоционална връзка

Човешката дейност се опитва да посрещне нуждите ни. Тези потребности служат като мотивиращи сили, които ни подтикат да постигнем максималния си потенциал. Основните потребности са универсални и се отнасят за всички хора, независимо от културната, социалната или икономическата среда, в която човек живее. В допълнение към основните физиологични потребности като вода, храна и сън, хората имат набор от потребности, които са по-малко очевидни, но въпреки това са от съществено значение за нашето благосъстояние. Това са психологическите потребности, които, подобно на физиологичните, са вродени по природа. Всички ние притежаваме вътрешни ресурси, които ни позволяват непрекъснато да се стремим към удовлетворение и задоволяване.

Ейбрахам Маслоу разработва психологическата теория, която категоризира потребностите ни на базови и по-високи нива.

Според теорията на Маслоу, ако не задоволим изискванията на по-ниско ниво, не можем да задоволим тези на по-високо ниво. Само когато потребностите от по-ниско ниво са задоволени, изпитваме желание да задоволим потребностите от по-високо ниво. Днес мнозинството психолози са единодушни, че можем едновременно да задоволим по-голям брой разнообразни потребности. Човек може да бъде дори по-мотивиран от задоволяването на "по-ниските" потребности, отколкото от "по-високите".



Йерархия на Ейбрахам Маслоу:



В диаграмата са изписани отгоре-надолу:

*Себереализация;  
Самочувствие; Любав и принадлежност;  
Сигурност;  
Физиологически нужди*

В днешното общество психологическите потребности често се пренебрегват, въпреки че са важни за нашето благополучие. Ако не бъдат удовлетворени за продължителен период от време, те могат да доведат до тревожност, меланхолия, зависимост и пристрастяване. От съществено значение е да се стремим да задоволяваме техните нужди.

Тези психологически потребности са:

1. Нуждата от даване и получаване на обич;
2. Нуждата от цел, постижения и смисъл;
3. Нуждата от принадлежност и общност;
4. Нуждата от предизвикателства и творчество;
5. Нуждата от интимност;
6. Нуждата от контрол над ситуацията;
7. Нуждата от позиция и статус;
8. Нужда от сигурност.

Разпространената употреба на социалните медии в днешното общество е повлияла на начина, по който се формират и поддържат междуличностните отношения. Често тези цифрови платформи служат не само като средство за социални контакти, но и като възможности за емоционално обвързване. Този феномен е все по-очевиден в различните медийни платформи, където те оказват значително влияние върху нашите ценности, вярвания и желаниа. Без да се ангажираме с интроспекция и критично мислене, ние ставаме податливи на **емоционална манипулация** чрез тези канали. Ето защо е от съществено значение да развием разбиране за нашите емоционални потребности и как те могат да бъдат използвани, което води до емоционално отвличане.

## Какво представляват емоционалните нужди?

Емоционалните нужди са чувствата или емоциите, от които се нуждаем, за да се чувстваме спокойни, щастливи и доволни. Ако не задоволим емоционалните си потребности, се чувстваме разочаровани, нещастни и неудовлетворени. Примери за емоционални потребности могат да бъдат чувството, че сте оценени, чувството за

безопасност, чувството за принадлежност и др. Хората процъфтяват благодарение на емоционалната и социалната подкрепа. Ние търсим емоционална храна толкова, колкото и физическа. Всички ние имаме емоционални потребности, които трябва да задоволим, и всеки от нас има различен набор от потребности. Тук емоционалните ни потребности могат да зависят от опита ни от детството, от личността ни, от идентичността ни и от други фактори, които изграждат нашата индивидуалност.

По-долу са посочени някои основни емоционални потребности, които са в основата на емоционалната ни привързаност, на емоционалното ни обвързване:

1. **Привързаност:** Една от основните емоционални потребности е обичта. Привързаността е необходима за укрепване на връзка.
2. **Приемане:** Всички ние се нуждаем от социална среда, която да ни приема. Тази потребност от приемане може да създаде чувство за принадлежност, от което всички се нуждаем, за да процъфтяваме, напр. да искаме съвет и подкрепа, да споделяме цели за бъдещето, да планираме дейности заедно и т.н.
3. **Сигурност:** Сигурността и чувството за безопасност са някои от основните емоционални опори, които трябва да посрещнем, напр. да се чувстваш в безопасност, когато споделяш емоциите си, да знаеш, че си подкрепян и т.н. Тук е важно да се подчертае, че **поставянето на граници** може да засили усещането ви за сигурност и безопасност. По този начин вие знаете от какво се нуждаете и че има някои граници, които другите не могат да преминат с вас.
4. **Автономност:** Когато социалните ни взаимоотношения нарастват, ние растем заедно с тях. Често започваме да споделяме общи интереси, хобита и други дейности. И макар че може да е важно да споделяме и да израстваме, важно е да запазим чувството си за собствена идентичност. Не забравяйте, че сте отделна личност с различна индивидуалност. Наличието на автономност е важна емоционална потребност, която не бива да се пренебрегва. Ако чувствате, че губите чувството си за себе си и идентичността си, направете крачка назад.
5. **Валидиране:** Всички ние имаме нужда да бъдем чути и валидирани. Ако притесненията ви останат невалидирани и отхвърлени, това може да се превърне в раздразнение.
6. **Доверие:** Доверието и сигурността са две емоционални потребности, които са тясно свързани помежду си. Удовлетворяването на тази емоционална потребност е един от най-важните аспекти на нашите емоционални потребности.

Задоволяването на основните ни физически и психологически нужди е също толкова важно, колкото и задоволяването на **емоционалните ни нужди**. Без да подозираме, състраданието, съпричастността, обичта, връзката и приемането са ни необходими, за да се чувстваме живи и пълноценни.

**Емоционалната връзка и социалните медии** играят особено интересна роля в днешното общество. Напредъкът на технологиите и широкото използване на медийни платформи значително повлияха на начина, по който хората създават и поддържат емоционални връзки.

Но емоционалната обвързаност със социалните медии може да има и няколко отрицателни последици. Прекарването на прекалено много време в социалните медии може да доведе до чувство на тревожност, депресия и самота. Постоянното сравняване с другите и търсенето на потвърждение чрез харесвания и коментари може да окаже отрицателно въздействие върху самочувствието и цялостното психично здраве. Парадоксално е, че прекарването на твърде много време в социалните медии може да доведе до социална изолация в реалния живот. Фокусирането върху виртуалните взаимодействия може да намали общуването лице в лице и значимите връзки с приятели, семейство и общност.

Платформите на социалните медии често представят идеализирана версия на живота на хората, като подчертават вълнуващите и положителните му аспекти. Това може да породви страх от пропуснати възможности, което кара хората постоянно да проверяват своите профили, за да са в крак с новостите, което може да доведе до стрес и неудовлетвореност. Те са склонни да показват най-добрите моменти и акценти от живота на хората, като създават изкривено възприятие за реалността. Постоянното излагане на внимателно подбрани изображения и публикации може да доведе до нереалистични очаквания и неудовлетвореност от собствения живот.

Емоционалната връзка наистина може да играе важна роля за това хората да **вярват в дезинформация или мисинформацията**. Хората са социални същества и нашите убеждения, ценности, нагласи и нужди често се формират от връзките ни с другите. Когато създаваме емоционални връзки с определени лица или групи, ние сме склонни да се доверяваме и да приемаме по-лесно техните възгледи.

**Мис- или дезинформацията** може да бъде създадена така, че да предизвиква силни емоционални реакции, като страх, гняв или вълнение. Тези емоционални фактори правят информацията по-запомняща се и убедителна и могат да надделеят над критичното мислене и рационалната оценка на новините.

По този начин емоционалното обвързване може да създаде чувство за идентичност и принадлежност към определена общност или идеология. Хората може да са по-склонни да приемат и споделят информация, която съответства на убежденията на тяхната група, дори ако липсват доказателства или е невярна. Тази групова сплотеност може да доведе до разпространяване на дезинформация в рамките на затворени ехо-камери, което да засили фалшивите разкази и допълнително да засили емоционалните връзки.

За да се справим с проблема с емоционалната обвързаност и вярата в мисинформация, е изключително важно да насърчаваме уменията за критично мислене, медийната грамотност и практиките за проверка на фактите. Насърчаването на хората да поставят под съмнение информацията, да оценяват множество източници и да разглеждат алтернативни гледни точки може да помогне да се противодейства на влиянието на емоционалните предубеждения. Насърчаването на открит диалог и уважителни дискусии може да създаде възможности за хората да оспорят собствените си убеждения и да се ангажират с различни гледни точки.

## 1.5 Как работи мис- и дезинформацията?

---

### Разпространението на мис- и дезинформация

В резултат на склонността на хората да правят грешки и понякога да лъжат, мисинформацията, дефинирана като всяка информация, за която в крайна сметка се доказва, че е невярна, представлява неизбежна трудност в стремежа ни към точно знание и ефективна комуникация. Това обаче не е достатъчно, за да се обясни основният проблем на XXI век: разпространението на невярна информация и хаосът, който тя нанася на способността на хората да запомнят и да вземат правилни решения. Изборите, референдумите, политическите и религиозните репресии, както и международната реакция на епидемията от COVID-19 са свързани с разпространението на невярна информация.

Съвременните технологични постижения са от съществено значение за разбирането на психологията и историята на пропагандата. Римските императори са се издигали на власт с помощта на пропаганда, разпространявана чрез монети със скрити послания, докато пропагандната машина на нацистка Германия е разчитала основно на печатните издания, радиото и филмите, за да достигне до масите. Днешните усилия за дезинформация имат безпрецедентен обхват главно благодарение на широкото потребление на интернет. Интернет разполага с огромна аудитория и позволява убеждаващите послания да бъдат изготвяни според уникалния тип личност на всеки потребител. Освен това, когато комуникационният контекст благоприятства потвърждаването на предишни мнения (т.нар. ехо-камери, вж. глава 1.6), излагането на потребителите на материали, които противоречат на техните мирогледи, може да бъде ограничено. Въпреки че въздействието на ехо-камерите върху възгледите и действията на хората е предмет на известни дебати, интернет предоставя идеална среда за бързото разпространение на мисинформация за сметка на истината.

За да се бори с дезинформацията, областта на научната комуникация традиционно използва "модела на информационния дефицит", който поставя акцент върху невежеството на хората, а не върху наличието на алтернативни гледни точки. Следователно ефектът от невярната информация може да бъде смекчен чрез предоставяне на ясно и кратко обяснение на съответните факти. Въпреки това когнитивните, социалните и афективните детерминанти на формирането на нагласи и оценката на истината не се вземат под внимание от подхода на информационния дефицит. Някои хора например пренебрегват широко разпространеното научно съгласие, че изменението на климата е реално, или отказват да се ваксинират, въпреки че знаят рисковете. Фактори като конспиративното мислене, тревогите, изразяването на идентичност и мотивираното разсъждение (разсъждение, основано повече на лични или морални убеждения, отколкото на обективни доказателства) допринасят за това отхвърляне на науката освен простото незнание. Ето защо е изключително важно да се мисли за когнитивната архитектура и социалната среда на отделните лица, вземащи решения, за да се разбере психологията на дезинформацията и как може да ѝ се противодейства.

## Двигатели на погрешни убеждения

Неправилната информация е много важна за развитието на неправилни убеждения. Създаването на неверни концепции се влияе от редица когнитивни, социални и влиятелни фактори; въпреки това липсата на достъп до качествена информация не е задължително да е основният предшественик. В повечето случаи същите процеси, които създават верни убеждения, могат да създадат и неверни такива. Хората са склонни да приемат достоверността на информацията и да разчитат на интуицията си и на "интуитивните" си реакции, а не на обмисляне при вземането на решения.

Конспиративните теории за произхода на вируса със сигурност са били представяни на обществеността неведнъж и това излагане може да е довело до масовото възприемане на тези теории като верни. Силата на периферни сигнали като познатост (сигнал, че съобщението е било срещано преди), плавност на обработката (сигнал, че съобщението се кодира или извлича без усилие) и кохезия (сигнал, че елементите на съобщението имат референции в паметта, които са вътрешно съгласувани) като сигнали за истинност се увеличава с повторението, което поражда ефекта на илюзорната истинност. По този начин както лъжата, така и провереното знание печелят от повторението. Месеци след първоначалното излагане на илюзорни истини те могат да се задържат, без да се влияят от когнитивния капацитет или от наличието на противоречив съвет от надежден източник или от минали знания. Човек би могъл да използва и "краткия път", като просто приеме собствените си предубеждения за верни. Когато новинарските заглавия съответстват на гледната точка на читателя, вероятността да им се довери е по-голяма. Партийните пристрастия могат да доведат и до разкрасяване на спомените за политически скандали. Вярно е, че мирогледът на човека може да окаже влияние върху способността му да разпознава дезинформационни или мисинформационни заглавия, но интуитивното (или "мързеловото") мислене също може да изиграе роля.

По същия начин даването на време на хората да обмислят нещата може да им помогне да вземат по-добри решения. Вярата във фалшиви новини, но не и в истински новини, намалява, ако първоначалните впечатления могат да бъдат преразгледани след допълнително обмисляне. По подобен начин обучението на хората да "мислят като проверяващи на факти" ги мотивира да използват собствения си опит, а не предположения.

Убежденията се формират отчасти от източника на знание поради социалните сигнали, които той предава. Като цяло хората са по-склонни да повярват и да бъдат убедени в дадено съобщение, ако вярват, че то идва от надежден източник. Когато хората възприемат човешкия източник на информация като привлекателен, влиятелен и близък, те са по-склонни да се доверят на това, което той има да каже. Хората са по-склонни да се доверяват на мненията на хората от своята социална група, отколкото на тези извън нея, да придават еднаква тежест на всички мнения, независимо от експертния опит на говорещия, и погрешно да приемат, че убежденията им са широко споделяни, когато всъщност има само малка степен на припокриване. Тъй като много хора се доверяват на експерти и политически лица от елита и тъй като те имат

способността да променят общественото мнение, може да се нанесе значителна вреда, когато лидерите правят неверни твърдения.

Освен това признаците за достоверност на даден източник на информация често се пропускат, пренебрегват, забравят или объркват.

Погрешните убеждения могат да бъдат повлияни и от емоционалния тон на разпространяваната информация. Емоционалните призови са често срещани в подвеждащото съдържание, което често се споделя (популярно) в интернет.

По някаква причина, когато се опитват да убедят някого в нещо, хората автоматично преминават към по-емоционален език, защото знаят, че той действа по-добре. Когато се използва ефективно, емоцията може да повлияе на аудиторията, като отклони вниманието ѝ от други, вероятно по-диагностични признаци, като например надеждността на източника.

Емоционалното състояние на човека може да повлияе и на способността му да прави изводи от информацията. Насърчаването "да разчитат на емоциите си" прави хората по-отворени към дезинформация, тъй като им се внушава, че чувствата им са надежден източник на знания. По същия начин, ако човек е настроен много оптимистично, може да стане по-податлив на измами и илюзия за истина. Следователно тъгата може да служи на полезна цел, като прави хората по-малко доверчиви. Дезинформацията, която съвпада с политическите убеждения на човека, както и мисинформацията, свързана с COVID-19, се подсилват от гнева. И накрая, социалната изолация, която обикновено предизвиква негативно настроение, може да засили чувствителността към конспиративни материали.

## Пречки пред преосмислянето на дадено убеждение

Теорията за информационния дефицит приема индиректно, че неправилните убеждения могат да бъдат разсеяни, след като се предостави правилната информация. Въпреки това, дори и след като получим корекция и я приемем за реална, погрешната информация все още може да окаже влияние върху убежденията на хората. Терминът "ефект на продължаващото влияние" описва това трайно въздействие. Дори след като бъде коригирана, погрешната информация може да повлияе на готовността на потребителите да платят за даден продукт или да споделят публикация в социалните медии.

## Стратегии за коригиране на невярна информация

Интервенциите за противодействие на дезинформацията трябва да преодолеят психическите, междуличностните и емоционалните пречки. По-голямата част от корекциите са фактологични аргументи, които се отнасят до грешките в първоначалната публикация и ги заменят с правилната информация. Може да се противодейства и на логическите несъответствия, които са характерни за някои форми на дезинформация; например чрез предоставяне на отговори, които посочват очевидните противоречия между твърдения като "глобалната температура не може да



бъде измерена точно" и "температурните записи показват, че се охлажда". Такива логически корекции биха могли да осигурят по-широка защита срещу кампаниите за дезинформация, които използват същите логически недостатъци и измамни стратегии. Третият метод е да се дискредитира източникът на материала или да се направи така, че невярната информация да изглежда по-малко правдоподобна. Коригирането на невярна информация може да включва комбинация от стратегии, като например посочване на грешките в аргументацията, както и на грешките в самата информация. В по-широк смисъл може да се направи разграничение между проактивни ("предварително опровергаване") и реактивни ("разобличаване") техники. Целта на предварителното опровергаване е да се предоставят на хората инструментите, от които се нуждаят, за да откриват и отхвърлят нови форми на дезинформация, когато се сблъскат с тях. При развенчаването фокусът е върху противопоставянето на отделни неверни твърдения, след като те са били разкрити.

## Последици за практикуващите

Има много възможности за избор на най-добрата стратегия за противодействие на дезинформацията. Противодействието на фалшивата информация изисква първо да се определят източниците и произходът на фалшивата информация. Традиционните новинарски медии могат да разпространяват дезинформация чрез материали с мнения, платено съдържание или некритично повтаряне на твърдения на политици, въпреки значимостта на социалните медии като носител на дезинформация. Професионалистите трябва да могат предварително да опровергават или бързо да разобличават общите теми на дезинформацията, като имат подготвени надеждни алтернативни истории. За постигането на тази цел често се създават коалиции от организации като Международната мрежа за проверка на фактите и Световната здравна организация. Практикуващите трябва да осъзнаят, че обикновените опровержения няма да са достатъчни, за да се намали въздействието на невярната информация, и че интервенциите обикновено губят своята ефикасност с течение на времето. Ето защо практикуващите трябва да са готови да предприемат действия многократно. Умението да се разказват убедителни истории, подкрепени с доказателства, е от решаващо значение за ефективната корекция. Анекдотите и историите могат да бъдат заблуждаващи, но структурата на разказа не е задължителна. Умението да се прави разлика между факт и мнение също е умение, което може да бъде научено. По-видимото обозначаване може да подтикне читателите да променят съответно разбирането и тълкуването на статиите, въпреки факта, че повечето потребители на новини не забелязват и не разбират етикетите на съдържанието, които предупреждават, че даден материал е новина, мнение или реклама. Така например обозначаването може да накара читателите да се отнасят с подозрение към спонсорираните материали. Предупрежденията са полезни, но те не са безотказни, за да предотвратят въздействието на съдържанието. Ако превантивните мерки се провалят, практикуващите трябва да преминат към реактивна стратегия. Въпреки това не всички грешки в информацията трябва да бъдат отстранявани. Поради ограниченията на ресурсите и алтернативните разходи усилията за отстраняване на вредната дезинформация следва да се насочат

приоритетно към широкото ѝ разпространение. Тези, които не са били наясно с погрешната информация, преди да чуят поправката, е малко вероятно да я възприемат, след като я чуят. Въпреки това, ако потенциалът за вреда е нисък, не е необходимо да се опровергава невярна информация, която е известна на малко хора, тъй като това би могло да доведе до по-голямо обществено внимание към източника.

## Последици за потребителите на информация

Разпространението на фалшива информация може да бъде забавено или спряно, ако потребителите на информация се въздържат да споделят фалшиви истории с други хора. Например аудиторията трябва да знае, че може да се натъкне не само на относително безобидна дезинформация като грешки в репортажите, остарели материали и сатира, но и на усилия за дезинформация, които целят да посеят съмнения, да дискредитират личности и да предизвикат конфликти. Впоследствие е важно обществеността да разбере, че кампаниите за дезинформация могат да използват психологическа манипулация чрез манипулиране на алгоритмите на социалните медии и продажба на лична информация на потребителите чрез брокери на данни, които допълнително манипулират тези алгоритми. Непредпазливото разпространяване на информация може да увеличи вероятността други хора да бъдат подведени. Като разпространявате невярна информация, може да помогнете на тези, които я създават, да спечелят желаните от тях финансови облаги, като същевременно разширявате идеологическите пропасти, които възпрепятстват хората да гласуват, подстрекават към насилие и подкопават демокрацията. Ето защо, докато са погълнати от съдържанието, хората трябва да спрат, да обмислят мотивите си и да проучат емоционалната си реакция. Използването на латерални умения за четене, внимателното вглеждане в източника и мисленето за легитимността и мотивацията на източника може да помогне на читателите по-лесно да разпознават фалшивите материали. Всеки трябва да бъде насърчаван да коригира внимателно, съзнателно и обмислено онлайн дезинформацията, когато я срещне (освен ако не прецени, че тя е безобидна маргинална позиция), като се имат предвид ползите от влиянието върху наблюдателите чрез корекция по време на наблюдение. Всички тези предложения са опорни точки и на медийната грамотност. Всъщност един от основните принципи на медийната грамотност е, че тя предпазва хората от негативното въздействие на медийното излагане, като например изкушението да възприемат определени убеждения или действия, като им позволява да разберат целите на медиите.



## 1.6 Избор, употреба и злоупотреба с думи в информацията

---

### Изборът на думи е важен

Комуникацията се основава на думи, а думите играят съществена роля в информационната област, когато осмисляме света. Изборът, употребата и злоупотребата с думи могат да окажат голямо влияние върху начина, по който хората разбират посланията, предавани в различни материали - от новини и научни статии до публикации в социалните медии и рекламни кампании.

Предаването на смисъл чрез езика изисква умения. Умелите оратори са наясно, че избраните от тях думи имат силата да повлияят на чувствата и разбирането на читателя. Едно запомнящо се заглавие може да направи всичко - от това да привлече интереса на читателя до това да повлияе на мнението му. По същия начин, ако използвате ясен и подробен език, може да създадете образ в главата на читателя, което ще му помогне да разбере и запомни по-добре съдържанието.

Но не забравяйте, че с властта идва и задължението. Изборът на думи е важен, защото прекалената им употреба или злоупотребата с тях може да подкопае надеждността на представяните данни. Подвеждащият или сензационният език е често срещан метод на некоректно отношение. За привличане на читатели и зрители в днешната епоха на "clickbait" заглавия и "фалшиви новини" често се използва сензационност. Такива привличащи вниманието заглавия често заблуждават и объркват читателите поради преувеличаването или изопачаването на истината.

Евфемизмите и двусмислието са друг компонент на езиковия избор, който може да доведе до лошо отношение. Тези стратегии често се използват от правителства, фирми и дори хора, за да се смекчат последиците от неблагоприятна информация или да се повлияе на общественото мнение. Евфемизмите се използват, за да се смекчи ударът на неприятните реалности, за да станат те по-лесно смилаеми или социално приемливи. Умишленото манипулиране на езика може да попречи на откритата комуникация и да подкопае доверието.

Грешките в играта на думи могат да се проявят в умишлено разпространение на невярна информация или пропаганда. Днес, поради обхвата на интернет и социалните медии, мисинформацията може да се разпространява със скоростта на светлината. Отделни лица и групи могат да повлияят на общественото мнение, да създават разногласия и да дискредитират надеждни източници на информация чрез целенасочено използване на подвеждащ език, пристрастни разкази и откровени лъжи.

Както читателите, така и писателите трябва да участват в спирането на злоупотребата с езика в медиите. Всички професионалисти в областта на журналистиката, литературата, науката и образованието носят отговорност за опазване на истинността на своята работа. Тези създатели на информация могат да помогнат за изграждането

на по-информирано общество, ако спазват професионалните норми, проверяват източниците си и запазват неутралитет.

Например конвенционалното значение на заявителните и въпросителните изказвания е свързано с илокутивните сили на съобщението и искането за информация, което означава, че това, което някой казва, има ефекта на действие, например даване на заповед или обещание. Повелителните изречения често се свързват със значението на подмамване, те убеждават да се направи нещо, като предлагат нещо приятно. Използването на езикови форми за показване на илокутивни сили, които нямат нищо общо с прякото им словообразователно значение, е непряк начин да предадете посланието си. Истинските намерения на говорещия не се изясняват, докато се използват непреки форми.

## Защо мозъкът ни вярва на лъжи?

Човешкият мозък е невероятен орган с възможности за сложна мисъл, памет и правене на избор. Той обаче не е 100% точен. Способността ни да мислим критично невинаги ни предпазва от това да се поддадем на измама. По-доброто разбиране на причините за това явление може да ни помогне да оценим по-добре сложността и крехкостта на човешката мисъл.

Когнитивните предразсъдъци са основен фактор за това колко лесно съзнанието ни се подвежда да приема невярна информация. Ние използваме тези предразсъдъци, известни още като мисловни съкращения или евристики, за да вземем бързи решения и оценки в ежедневието си. Въпреки че са полезни в много случаи, те могат да замъглят преценката ни, когато трябва да оценим информацията обективно. Примери за такъв вид предразсъдъци са утвърждаване на предубеждението (confirmation bias), което кара хората да търсят и приоритизират информация, която подкрепя предишните им идеи, като пренебрегват или отхвърлят доказателства за обратното. Поради ефекта на ехото, предизвикан от предубеждението за потвърждаване, трудно приемаме информация или идеи, които противоречат на предварителните ни представи за света.

Емоционалната ни реакция към информацията е друг компонент, който ни прави податливи на лъжи. Когато правим избор, емоциите често надделяват над логиката. Когато сме изправени пред силно въздействащ материал, мозъкът ни може да се откаже от логиката в полза на незабавна, интуитивна реакция. В резултат на това можем по-лесно да бъдем повлияни от онези, които играят на нашите емоции, като се позовават на нашия страх, гняв или други силни чувства.

Съзнанието ни също е склонно да запълва празните места и да измисля истории там, където няма такива. Това може да доведе до погрешно припомняне или приемане на обяснения, които звучат разумно, но всъщност са погрешни. Склонността ни да търсим модели и връзки в околната среда, което може да ни доведе до заблуда, когато се сблъскаме с неяснота или липсващи данни.

Важно е да се вземе предвид и ролята на обществото. Като социални същества ние позволяваме на мненията и действията на хората около нас да формират нашите собствени. Склонността да поставяме под въпрос или да оценяваме критично информацията може да бъде повлияна от груповото мислене, социалния конформизъм и нуждата от социално одобрение. Ако една лъжа съответства на идеите на нашите социални групи или е подкрепена от хора, които уважаваме и харесваме, е по-вероятно да я приемем. В резултат на това е по-вероятно да повярваме на мисинформацията, да я запомним и по-късно да си я припомним - дори след като научим, че е била невярна.

Освен това разпространението на цифровите медии и скоростта, с която информацията може да се разпространява чрез социалните мрежи, улесниха разпространението на лъжи и погрешни убеждения. Претоварването с информация, съчетано с алгоритмите за персонализация, може да доведе до изграждането на "филтърни балони" и "ехо камери", които служат само за укрепване на вече съществуващия мироглед. Затрупани с данни, може да се окаже трудно да се разграничат фактите от измислиците, което увеличава вероятността хората да вярват и да разпространяват мисинформация. Колкото повече виждаме нещо да се повтаря, толкова по-вероятно е да повярваме, че то е вярно. Този "ефект на илюзорната истина" възниква, защото използваме познатостта и лекотата на разбиране като съкращение на истината; колкото повече се повтаря нещо, толкова по-познато и лесно се чувства то, независимо дали е мисинформация или факт. По-нататък в насоките ще бъдат дадени допълнителни обяснения за филтърните балони и ехокамерите.

И така, как да намалим изкушението да вярваме на невярна информация? Осъзнаването е отправната точка. Като осъзнаваме собствените си когнитивни и емоционални слабости, можем по-добре да анализираме информацията. Важно е да сме отворени за нови идеи и да сме готови да променим мнението си, когато ни бъдат представени убедителни доказателства. Опровергаването или показването, че нещо не е вярно, не е достатъчно, за да се борим с мисинформацията - трябва да бъдем и проактивни чрез "преопрровергаване", което по същество означава да подготвим мозъка си да разпознава мисинформацията, преди да се сблъскаме с нея. Подобно на начина, по който ваксината подготвя имунната ви система за борба с чужд нашественик, предварителното опровергаване може да ваксинира и укрепи психологическата ви имунна система срещу вирусната мисинформация.

## Хипотезата за езиковия детерминизъм

Способността за общуване и споделяне на идеи чрез езика е от съществено значение за човешкото съществуване. Той формира идеите ни, насочва отношенията ни и ни дава възможност да предаваме информация. Хипотезата на Сапир-Уорф, или идеята за езиковия детерминизъм, предполага, че мисълта и възприятието на хората, говорещи даден език, се формират от структурата, лексиката и граматическите модели на езика. Тази теория предполага, че хората са ограничени до мислите и идеите, които техният език им позволява да изразяват, защото различните езици

дават различни концептуални рамки. Това означава, че способността ни да наблюдаваме и осмисляме света около нас е ограничена и оформена от структурата на езика, който използваме.

Съществуват различия в категоризацията и описанието на вселената между езиците, а оттам и между начините, по които хората, говорещи тези езици, виждат и разбират различни ситуации.

Някои езици могат да имат по-сложен речник за цветовете, което позволява на хората, говорещи този език, по-лесно да правят разлика между нюанси и цветове. По подобен начин в алпийските райони се използват повече от дузина различни термини за сняг. Влиянието на граматичните структури върху когнитивните процеси е друга тема на изследвания в рамките на лингвистичния детерминизъм. Например от лицата, говорещи някои езици, обикновено се изисква да посочват рода на съществителните имена в дадена фраза, докато от лицата, говорещи други езици, може да не се изисква. Това граматическо различие може да повлияе на начина, по който хората, за които тези езици са родни, класифицират и обозначават нещата, като им придават родови качества и конотации. Друг пример: В словенската граматика освен единствено и множествено число се използва и "двойствено число" с различни окончания в зависимост от броя на лицата, за които се говори.

Критиците на лингвистичния детерминизъм твърдят, че езикът не е единственият фактор, който определя начина, по който хората мислят и чувстват. Те предполагат, че елементи извън генетиката и околната среда играят роля в оформянето на нашето съзнание и поведение. Заслужава да се отбележи също, че теорията за детерминизма в лингвистиката не предполага, че езикът има монопол върху ума или ограничава творческия ни потенциал. Напротив, тя предполага, че езикът оказва значително влияние върху мисловните ни процеси и начина, по който виждаме света.

## Двусмисленост

Съществуват няколко начина, по които двусмислената комуникация представлява заплаха. Дори когато не е предназначена за това, двусмислеността може да накара другите да разберат погрешно или да приложат неправилно казаното.

Неразбирателството между хора или групи може да се дължи на използването на двусмислен език или изпращането на смесени послания. Объркването, несъгласието и срывът в ефективната комуникация могат да възникнат, когато предвиденото значение на съобщението не е разбрано правилно от получателите му. Неадекватна или невярна информация също може да бъде предадена поради двусмисленост. Лесно е да се изтълкува погрешно дадено съобщение или да се пропуснат ключови моменти, когато ключовите елементи са неясни. Това е особено притеснително в области, в които фактическата точност е от съществено значение, като например медицината, спешната помощ и правото.

Конфликтите и недоразуменията могат да възникнат, когато думите останат неизказани. Спорове и несъгласия могат да възникнат, когато хора с различно разбиране на едно и също послание настояват, че са прави. Възможни са проблеми във взаимоотношенията, по-ниска производителност и трудности при екипната работа. Хората може да не поемат отговорност за работата си или да не изпълнят очакванията, ако не са сигурни в ролята си, в резултатите, които се очакват от тях, или в начина, по който да ги постигнат. Поради това производителността може да намалее, сътрудничеството да се разпадне и да се появят други нежелани резултати.

Двусмислието може да има и етични и правни последици. Правните спорове и разногласия могат да възникнат например в резултат на твърде неясен договор или споразумение. По подобен начин наранявания или неетично поведение могат да произтекат от неяснота в комуникацията относно мерките за безопасност или етичните принципи.

Дипломатическите ситуации и преговорите са идеалното място за умело използване на двусмислието. Като оставят някои неща неизказани, преговарящите създават възможност за гъвкавост и компромис. Тя позволява на страните да преговарят по деликатни въпроси, без да заемат непреклонни позиции, което може да проправи пътя към компромис.

Подсказващата двусмисленост е тактика, която позволява на говорещия да изрази това, което иска, като същевременно позволява на аудиторията да направи своите изводи. Широкият диапазон на думите на оратора прави това възможно. Ситуационните и междуличностните фактори се съчетават със значението на езиковите твърдения, за да създадат двусмислена обстановка, в която слушателите могат да направят положителни или отрицателни заключения. В тази обстановка за ораторите е по-лесно неусетно да вмъкнат собствените си възгледи, твърдения, обвинения, призови към насилие и т.н.

Политическите речи често използват загадъчен език и двусмислие, за да променят нагласите на избирателите и да представят опонентите си в негативна светлина. Може да се твърди, че този вид двусмислие се използва умело за решаване на международни проблеми чрез договаряне на компромиси, които са приемливи за всички участващи страни. Понякога двусмислието става по-изразено, тъй като контекстът предоставя правдоподобно алтернативно тълкуване. Това е често срещано явление, когато хората, участващи във взаимодействието, имат различни нива на предварителни знания.

Като цяло двусмислието може да доведе до разлика между тълкуването и първоначалния смисъл на даден текст, реч или статия. Поради тази разлика някои хора могат да разпространят своята неточна интерпретация на информацията (информационно разстройство). Двусмислието може да бъде създадено случайно, което води до погрешни тълкувания и следователно увеличава вероятността за възникване на мисинформация, или може да бъде целенасочено използвано за създаване на дезинформационен разказ сред получателите на двусмисления език.

Ето защо е важно да се избягват обърквания и погрешни тълкувания, като се подхожда възможно най-конкретно и ясно. Опасността от двусмислие може да бъде намалена чрез използване на ясен език, даване на точни указания, искане на разяснения, когато е необходимо, и проверка дали смисълът е изразен правилно.

## Езикова манипулация

Езикът е мощен инструмент, който хората използват за общуване, изразяване на идеи и формиране на разбирането ни за света. Езикът обаче може да бъде манипулиран и използван за различни цели. Езиковата манипулация, съзнателното и стратегическо използване на езика за въздействие върху мислите, убежденията и поведението, е явление, широко разпространено в историята. Техниките на езиковата манипулация и тяхното въздействие върху хората и обществото са показани по-долу.

Техниките на езиковата манипулация:

1. **Емоционално натоварен език:** Използването на емоционално натоварени думи и фрази, за да се повлияе на мнението и да се предизвикат определени реакции. Тази техника има за цел да предизвика силни емоционални реакции у хората, като замъгли рационалното мислене и насърчи пристрастните интерпретации. *Пример: "Нелегални чужденци" срещу "имигранти без документи": Употребата на термина "нелегални чужденци" носи негативна конотация, предполагайки престъпност и различие.*
2. **Евфемизми:** Замяната на негативни или груби термини с неутрални или положителни. Евфемизмите се използват, за да се смекчи въздействието на определени думи или понятия, като ги направят по-приемливи или по-малко заплашителни. Те могат да манипулират възприятията и да повлияят на начина, по който хората възприемат и реагират на определени идеи или действия. *Пример: "Съкращаване" вместо "уволнения".*
3. **Двусмислие:** Употребата на езика за умишлено замъгляване или изопачаване на смисъла, често използвана от политици или организации. Двусмислието може да включва преднамерена двусмисленост, прекомерна сложност или използване на жаргон, за да се объркат или заблудят хората, като същевременно се поддържа впечатлението за достоверност. *Пример: "Засилени техники за разпит" вместо "изтезания".*
4. **Рамкиране:** Стратегическият подбор и представяне на информация с цел формиране на възприятия и влияние върху интерпретациите. Чрез подчертаване на определени аспекти на даден проблем, като същевременно се омаловажават или пропускат други, рамкирането може да насочи разбирането на хората и да подкрепи определени гледни точки. *Пример: "Опазване на околната среда" срещу "ограничаване на икономическия растеж". Едната страна може да формулира даден проблем като "защита на околната среда", подчертавайки положителните му аспекти, докато противоположната страна го формулира като "ограничаване на*

*икономическия растеж”, подчертавайки потенциалните отрицателни последици.*

5. **Фалшиви дихотомии:** Представянето на сложен проблем като имащ само две противоположни възможности, което принуждава хората да избират между тях. Тази техника ограничава критичното мислене и насърчава поляризираната гледна точка, като не се вземат предвид нюансите и алтернативните гледни точки. *Пример: "Или си с нас, или си против нас".*
6. **Слогани и лозунги:** Запомнящи се фрази или лозунги, които се използват многократно за формиране на обществено мнение и затвърждаване на определени убеждения. Те опростяват сложни идеи в лесно смилаеми "звукови хапки", като въздействат на емоциите и създават чувство за идентичност или лоялност. *Пример: "Да направим Америка отново велика".*



## 1.7 Ехокамери и засилване на дезинформацията

---

По-рано в тази глава беше използван терминът "ехо камера". В тази подглава се задълбочаваме в това какво е "ехо камера", как възниква и защо е важна, когато говорим за мис- и дезинформация.

През последните двадесет години са настъпили значителни промени в разпространението на мисинформацията, най-вече благодарение на технологичното развитие и разрастването на социалните медийни платформи. През това време информационното разстройство се разпространява със застрашителни темпове. Сравнително бързото разпространение на невярна информация и вярата в нея бяха подпомогнати от появата и широкото използване на социалните медии, както на основните платформи като Facebook и Tiktok, така и на алтернативните платформи като 4chan и 8kun. Поради отворения характер на тези мрежи фалшивата информация и истории могат да се разпространяват бързо по целия свят. За да се постигне максимална ангажираност и споделяния, алгоритмите на платформите за социални медии са склонни да насърчават спорните или зрелищните теми. И тъй като хората обичат да консумират и разпространяват информация, която потвърждава собственото им мнение (confirmation bias), в интернет започнаха да се появяват ехо камери. В тези затворени общности фалшивата информация може да се разпространи бързо, без да бъде критично разгледана или коригирана. Освен това дезинформацията може да се разрасне и да стане още по-невярна, вредна и по-изкривена от действителността. Това се случва благодарение на ехокамерите и фунията на алгоритмите на социалните медии. Повече за алгоритмите на социалните медии ще бъде обяснено по-нататък в насоките в рамките на темата "технологии и инструменти".

Терминът "ехо камера" се използва за описание на ситуация, в която хората са изложени само на данни, идеи и гледни точки, които подкрепят техния вече съществуващ мироглед. Хората в тези ехо камери са склонни да подсилват и засилват мненията си, като почти не взаимодействат с противоположни мнения. Затова те най-често игнорират или отхвърлят всичко, което оспорва този мироглед. Тази положителна обратна връзка може да създаде впечатление за съгласие, но всъщност потиска търсенето на нови гледни точки.

Наименованието "ехо камера" идва от името на акустичната ехо-камера, която представлява затворено, кухо пространство, в което се отразяват звуци. Това е чудесна метафора за това, което се наблюдава в тези камери за ехо: хората със сходно мислене отразяват собствените си мнения и идеи в собствената си обособена зона без никакво "шумово замърсяване" отвън (**прочетено**: различни мнения).

Тази среда е идеална за развитие на дезинформацията и крайните възгледи за света. В ехо камерите се засилва пристрастието към потвърждаване или склонността да се търси и приема информация, която подкрепя вече съществуващи мнения. Хората са по-склонни да приемат и разпространяват информация без съмнение, когато са в компанията на хора, които споделят тяхната гледна точка, и когато са изложени на



съдържание, което подкрепя този мироглед. В ехо камерите хората предпочитат да чуват и виждат само информация, която потвърждава собственото им мнение. Като чуват само това, с което вече са съгласни, информационната среда е ограничена, което дава по-добър шанс на заблудата да се разпространи неконтролируемо. Дезинформацията може да се разпространява, да се обсъжда и да се затвърждава в ехо камерите, където се събират хора със сходни предразсъдъци. Мисинформацията изгражда легитимност и става по-трудна за разобличаване, когато хората споделят и разпространяват заблуждаващи твърдения помежду си.

Поради липсата на взаимодействие с противоположни мнения и идеи ехото вероятно ще бъде преувеличено и ще се изкриви в по-крайни мнения, които са по-далеч от реалността. Това е така, защото хората са по-склонни да приемат и разпространяват информация без въпроси, когато са в компанията на хора, които споделят тяхната гледна точка, и когато са изложени на съдържание, което подкрепя този мироглед. Мненията на хората в ехо камерата се усилват и трансформират във възгледи, които най-вероятно са невярна представа за реалния свят. Тези изкривени идеи могат да се разпространят в пространствата извън тези ехо камери, тъй като хората в тях са склонни да възпроизвеждат изкривените идеи, които са създадени там. Това е един от начините за създаване на дезинформация. Как тези подсилени идеи се разпространяват извън тези ехо камери, ще бъде обяснено в *Глава 3: Технологии и инструменти*.

Тъй като ехо камерите играят голяма роля в разпространението на информационното разстройство, те играят важна роля и в онлайн радикализацията. Един от механизмите в процеса на радикализация е ехото, което се отнася до начина, по който постоянното взаимодействие с други хора, които имат същите крайни идеи и убеждения, може да оформи и засили собствените убеждения на човека, като потенциално дори легитимира насилието. "Ехо камерите", които могат да се формират онлайн, допринасят за затвърждаване на убежденията на хората, тласкат ги към по-радикално мислене и действия и насърчават повишеното недоверие към водещите новини. Освен това в тези "ехо камери" екстремистките идеологии се нормализират, което затруднява хората да им се противопоставят. Това може да доведе до изключване на членовете, които се опитват да внесат нюанси. Важно е да се отбележи, че алгоритмите, използвани от социалните медийни платформи, също могат да допринесат за ескалацията на все по-екстремистки идеологии.

Важно е да насърчаваме хората да проверяват източниците, преди да споделят информация. Информирането на обществеността за надеждни организации и ресурси за проверка на фактите ги подготвя да преценяват достоверността на материалите, преди да ги споделят. Трябва да се насърчават гражданският диалог и откритият дебат отвъд идеологическите граници, за да се премахнат бариерите, да се премахнат ехо камерите и да се насърчи взаимното разбиране. Склонността към затваряне в ехо камери може да бъде намалена чрез култивиране на атмосфера, в която се оценяват различните мнения.

Социалните медийни платформи са от решаващо значение в борбата с разпространението на невярна информация. Влиянието на ехокамерите върху

разпространението на дезинформация може да бъде намалено чрез по-строг контрол на съдържанието, прозрачност на алгоритмите и отговорни системи за препоръки.

## 1.8 Когнитивен дисонанс

---

Както вече беше обяснено, съвременното ни общество се сблъсква с постоянен поток от информация. Докато се ориентираме в този лабиринт от информация, се сблъскваме с когнитивния дисонанс: психологическо явление, което възниква, когато нашите убеждения и нагласи се сблъскват с противоречиви доказателства или когато срещаме противоречиви гледни точки.

В тази подглава се разглежда любопитната връзка между когнитивния дисонанс и повсеместното разпространение на мисинформация и дезинформация. Проучваме как тази вътрешна борба може неволно да накара хората да се поддадат на съблазънта на фалшивите разкази, превръщайки се неволно в жертви или проводници на лъжливи информационни кампании. Като разбираме сложността на когнитивния дисонанс в контекста на информационното разстройство, ние получаваме критични прозрения за човешката податливост на манипулация, което ни позволява да укрепим съзнанието си срещу вълната от лъжливи твърдения в цифровия пейзаж.

### История

Леон Фестингер (1919-1989) е първият, който предлага теорията за когнитивния дисонанс, която се фокусира върху това как хората се стремят към вътрешна съгласуваност. Той изказва предположението, че хората имат вродено желание да поддържат съгласуваност между своите убеждения и действия. Несъгласуваните или противоречиви убеждения водят до несъгласие, което хората се стремят да избягат.

Теорията му се основава на изследване, проведено чрез наблюдение на култ, който вярва, че земята ще бъде унищожена от потоп, и какво се случва с членовете му - особено с най-отдадените членове, които са се отказали от домовете си и от работата си, за да работят за култа - когато потопът не настъпва. Преданите членове са били по-склонни да интерпретират доказателствата по нов начин, за да покажат, че през цялото време са били прави (Земята не е била унищожена благодарение на верността на членовете на култа).

Според неговата теория ние имаме вродено желание да поддържаме хармония в нагласите и действията си и да избягваме дисонанса (или разногласията). Това е известно като принцип на когнитивната съгласуваност. Когато нагласите или действията са непоследователни (дисонансни), нещо трябва да се промени, за да се премахне дисонансът.

## Какво представлява когнитивният дисонанс?

***Когнитивният дисонанс** е психическо разстройство, причинено от наличието на две убеждения, ценности или нагласи, които са в противоречие. Този конфликт предизвиква неприятно чувство на безпокойство или дискомфорт, тъй като хората са склонни да търсят последователност в своите нагласи и възприятия. Несъответствието между това, в което хората вярват, и начина, по който действат, ги мотивира да предприемат действия, които да облекчат тяхното безпокойство. Хората се опитват да облекчат това напрежение по различни начини, включително като отхвърлят, оправдават или избягват новата информация. Когнитивният дисонанс може да бъде предизвикан от чувството, че сте принудени да направите нещо, като придобиването на нови знания или вземането на решение между две сходни възможности.*

Когнитивният дисонанс може да предизвика безпокойство и дискомфорт у хората. Това е особено вярно, ако несъответствието между убежденията и действията им засяга основен аспект от **самочувствието им**.

Например поведението, което не е в съответствие с личните ви ценности, може да доведе до силно чувство на дискомфорт. Поведението ви противоречи не само на убежденията, които имате за света, но и на убежденията, които имате за себе си.

Този дискомфорт може да се прояви по различни начини. Човек с когнитивен дисонанс може да чувства:

- Безпокойство
- Смущение
- Съжаление
- Тъга
- Срам
- Стрес

Когнитивният дисонанс може дори да повлияе на начина, по който хората се чувстват и възприемат себе си, което води до негативни чувства за самооценка и самоуважение.

## Причини за когнитивния дисонанс

Когнитивният дисонанс се среща в някаква степен при всеки, но невинаги е лесно да се идентифицира. Някои признаци, че емоциите ви може да са свързани с дисонанс, включват:

1. Чувство на безпокойство преди да направите нещо или да вземете решение.
2. Опит за оправдаване или рационализиране на взето решение или действие.
3. Чувствате се смутени или засрамени от нещо, което сте направили, и се опитвате да го скриете от другите.
4. Чувство на вина или съжаление за нещо, което сте направили в миналото.
5. Правене на неща поради социален натиск или страх от пропускане (FOMO), дори ако не сте искали да ги правите.

Съществуват множество ситуации, които могат да породят несъответствия, водещи до когнитивен дисонанс.

**Принудително подчинение:** Поради външни очаквания на работното място, в училище или в социалната среда, понякога може да се окаже, че сте ангажирани с поведение, което противоречи на собствените ви убеждения. Това може да включва съобразяване с натиска на връстници или извършване на нещо, за да се избегне уволнение от работа.

**Решения:** Хората вземат решения всеки ден, както големи, така и малки. Тъй като и двете възможности са еднакво привлекателни, често оставаме с чувство на дисонанс, когато се сблъскаме с две сходни възможности.

След като веднъж е взето решение обаче, хората трябва да намерят метод за облекчаване на този дискомфорт. Постигаме това, като демонстрираме защо нашият избор е бил най-добрият вариант, за да имаме увереност, че сме взели правилното решение.

**Нова информация:** Понякога придобиването на нови знания може да доведе до когнитивен дисонанс. Например, ако се отдадете на поведение, което по-късно откриете, че е вредно, може да изпитате дискомфорт. Този дискомфорт може да бъде особено изразен, когато новата информация противоречи на дълбоко заложените убеждения или вярвания, които са от основно значение за личността на човека. Хората често реагират на това, като се опитват да оправдаят действията си или като дискредитират или игнорират новата информация, или като търсят информация, която съответства на техните вече съществуващи убеждения (пристрастие към признание).

В контекста на дезинформацията тази склонност към търсене на когнитивно съгласуване може да бъде особено проблематична. Мисинформацията често се възползва от тези когнитивни процеси, тъй като може да бъде проектирана така, че да съответства на вече съществуващи убеждения или да използва емоционално наситени разкази. Това прави по-вероятно хората да приемат и разпространяват мисли и дезинформация, тъй като тя предоставя удобно решение на дискомфорта, причинен от противоречивата информация.

## Разрешаване на когнитивния дисонанс

Дисонансът може да бъде намален по един от трите начина: промяна на съществуващите убеждения, добавяне на нови убеждения и/или намаляване на важността на убежденията. Когато има конфликти между когнитивните убеждения (мисли, вярвания и мнения), индивидите ще предприемат мерки за намаляване на дисонанса и стреса по тези начини:

1. **Придобиване на нова информация**, която да надделее над дисонантните убеждения. Например: хората, които научат, че парниковите емисии водят до глобално затопляне, може да изпитат чувство на дисонанс, ако карат

автомобил, който харчи много гориво. За да намалят този когнитивен дисонанс, те могат да потърсят нова информация, която да противоречи на схващането, че емисиите на парникови газове допринасят за глобалното затопляне.

2. **Намаляване на важността на убежденията:** Повишаването на привлекателността на избраната алтернатива и намаляването на привлекателността на отхвърлената алтернатива е често използван метод за намаляване на когнитивния дисонанс. Това се нарича "разделяне на алтернативите". Човек може да убеди себе си, че е по-добре да "живее за днес", отколкото да "спестява за утре". По този начин той би намалил значението на дисонансното когнитивно състояние.
3. **Промяна на съществуващите убеждения:** Променете една или повече нагласи, поведения, убеждения и т.н., за да създадете съгласувана връзка между двата елемента. Когато един от дисонантните елементи е поведение, човек може да промени или премахне поведението. Този метод за намаляване на дисонанса обаче често представлява трудност за хората, тъй като често е трудно да се променят вкоренените поведенчески реакции.

Промяната на противоречивите познания е една от най-ефективните стратегии за преодоляване на когнитивния дисонанс, но също така и една от най-трудните, особено в случай на дълбоко заложили ценности и убеждения, като например религиозни или политически възгледи.

Хората намаляват дискомфорта от когнитивния дисонанс, като се стремят към информация, която съответства на настоящите им убеждения и ги подкрепя, като намаляват значението на противоречивото убеждение и като променят убежденията си, за да намалят чувството за конфликт.

## Когнитивен дисонанс, медии и информационно разстройство

Медиите играят важна роля за формирането на убежденията и нагласите на хората. Те имат силата да влияят на общественото мнение, да популяризират определени твърдения и да оформят разбирането ни за света. През последните години възходът на социалните медии и изобилието от онлайн източници на новини засилиха влиянието на медиите върху хората.

Както вече беше споменато, мис- и дезинформацията обхващат невярна или подвеждаща информация, представена като фактическа, често под формата на измислени истории, манипулирани медии или пристрастни репортажи. В цифровата епоха нейното разпространение поражда опасения, тъй като тя може да манипулира общественото мнение, да сее объркване и да подкопае доверието в медиите. Доминиращото положение на интернет като източник на информация, особено чрез социалните медии, поставя предизвикателства пред проверката и контрола на качеството, което налага усилия за насърчаване на критичната оценка на новинарското съдържание.

Продължава да се обсъжда необходимостта от регулиране на съдържанието на новините, за да се предотврати информационното разстройство в социалните медии. От съществено значение е да се разработят стабилни механизми, които да гарантират ефективна комуникация и благоприятна атмосфера за конструктивен дебат. Последните изследвания се опитват да заемат критична позиция по отношение на съществуващите знаци за информационно разстройство (дезинформация, мисинформация) и тяхното потенциално въздействие върху достоверността на публикациите в социалните медии. Индикаторите за фалшиви новини следва да насърчават потребителите да оценяват по-внимателно информацията, която получават и споделят в социалните мрежи. Когнитивният дисонанс при откриването на информационно разстройство е централен механизъм, който е в основата на сигнализирането на фалшиви новини.

**Когнитивният дисонанс** и информационното разстройство могат да бъдат тясно свързани помежду си. Когато хората се сблъскат с информация, която противоречи на техните съществуващи убеждения или ценности, може да възникне когнитивен дисонанс. Хората могат да изпитат дискомфорт, когато се сблъскат с противоречива информация, особено ако противоречи на дълбоко заложените убеждения или съответства на техните предварително изградени представи. В отговор на това хората могат да използват стратегии за намаляване на когнитивния дисонанс, като например да отхвърлят или игнорират противоречивата информация, да имат склонност за потвърждаване, като избирателно консумират новини, които съответстват на съществуващите им убеждения, или да рационализират несъответствието.

Информационното разстройство може да се възползва от когнитивния дисонанс, като представя информация, която потвърждава съществуващите убеждения на лицата, дори ако тя е невярна или подвеждаща. Хората са по-склонни да приемат и споделят информация, която съответства на техните предварителни представи, тъй като тя помага за намаляване на когнитивния дисонанс и затвърждава техните убеждения. Този феномен може да допринесе за разпространението на мисинформация и да затрудни справянето с неверни твърдения.



## 1.9 Примери за информационно разстройство

### Горски пожари в Амазонската дъждовна гора (август 2019 г.)

През август 2019 г. в Амазонската дъждовна гора възникват големи пожари. Много известни личности и хора с много последователи в социалните мрежи (като Логан Пол, Еманюел Макрон, Джъстин Трюдо и Леонардо ди Каприо) споделят снимки на тези горски пожари в социалните мрежи, за да изразят своята загриженост и да предизвикат дискусия за изменението на климата и обезлесяването на Амазонската дъждовна гора.



Emmanuel Macron  
@EmmanuelMacron

Our house is burning. Literally. The Amazon rain forest - the lungs which produces 20% of our planet's oxygen - is on fire. It is an international crisis. Members of the G7 Summit, let's discuss this emergency first order in two days! #ActForTheAmazon

Tweet vertalen



9:15 p.m. · 22 aug. 2019 · Twitter for iPhone



Logan Paul  
@LoganPaul

amazon rainforest: how can i help? need advice on how i can actually make a change here; these pictures are breaking my heart... this is one of the most important ecosystems on earth. is there a fundraiser, a call to action, anything i can leverage my audience for on this?

Tweet vertalen



8:38 a.m. · 21 aug. 2019 · Twitter for iPhone



Justin Trudeau  
@JustinTrudeau

I couldn't agree more, @EmmanuelMacron. We did lots of work to protect the environment at the #G7 last year in Charlevoix, & we need to continue this weekend. We need to #ActForTheAmazon & act for our planet — our kids & grandkids are counting on us.

Tweet vertalen



leonardodicaprio  
35.4m followers

View Profile



View More on Instagram

3,828,701 likes

leonardodicaprio

#Ragam #IG @iamNickRose: Terrifying to think that the Amazon is the largest rain forest on the planet, creating 20% of the earth's oxygen, basically the lungs of the world, has been on fire and burning for the last 16 days running, with literally NO media coverage whatsoever! Why?

view all 77,465 comments

Add a comment...



Въпреки че някои части на Амазонската дъждовна гора са били в пламъци, снимките, споделени в Twitter и Instagram от хората по-горе, не са от тези конкретни пожари, а от по-ранни такива. Следователно снимките, които са били широко споделяни в социалните мрежи, са били използвани извън първоначалния им контекст. Използването на такива шокиращи, въздействащи снимки може да придаде повече сила на историята и на тяхната страна в дискусията за изменението на климата и опазването на околната среда. Освен това такива снимки увеличават взаимодействието с публикациите в социалните медии чрез харесвания, коментари и споделяния.

Горските пожари в дъждовните гори на Амазонка не са нещо ново. Поради обезлесяването чрез изгаряне на части от гората с цел разработване на почвата за земеделски цели, горските пожари вече са възниквали многократно. Въпреки това, поради голямото внимание към този конкретен случай в социалните медии, хората създават впечатлението, че това е първият толкова голям горски пожар.

Въпреки че за тази новина се споделят неверни снимки, изглежда, че става въпрос за мисинформация, при която хората, публикували грешните снимки, нямат намерение да заблуждават хората. Вместо това те имат за цел да се опитат да окажат натиск върху политиките да направят нещо по въпроса за обезлесяването на дъждовните гори в Амазонка. Изглежда, че не е имало намерение да се навреди на никого, а грешните снимки са били използвани случайно.

## Русия обучава орли за улавяне на безпилотни самолети (май 2023 г.)

Този пример се основава на [проверка на фактите](#), извършена от VRT NWS (фламандската обществена телевизия).

След като в началото на май два безпилотни самолета удариха Кремъл, в социалните медии започнаха да се разпространяват съобщения, че Русия обучава орли за улавяне на безпилотни самолети, които атакуват Русия. По-конкретно, в социалните медии се чуваха гласове, че формации от тези орли ще бъдат използвани за защита на Москва по време на честването на Деня на победата на 9 май. Много от тези публикации в социалните мрежи са придружени от видеоклипове на орел, който засича бял дрон, които са гледани повече от милион пъти. Твърди се, че военен специалист пръв е публикувал видеото.



Различни новинарски агенции (например фламандският популярен вестник [Het Laatste Nieuws](#) и нидерландската обществена телевизия [NOS](#)) отразиха историите за тези орли, които се появиха в социалните медии.

Различни проверки показват, че в миналото различни държави наистина са експериментирали с обучение на орли за прихващане на безпилотни летателни апарати. Тъй като обаче тези проекти не са дали желаните резултати, инициативите за обучение са били прекратени. Видеоклипът, който се разпространява в социалните медии, не е скорошен и вместо това идва от проект за обучение на холандската полиция с орли през 2016 г. Този видеоклип е качен в YouTube от Би Би Си през септември 2016 г., които отразяват този проект за обучение на холандската полиция.

## Световният икономически форум иска да въведе режим на водоснабдяване (април 2023 г.)

Този пример се основава на [проверка на фактите](#), извършена от фламандското списание за новини Knack.

Снимка на новинарска статия се разпространява в социалните мрежи през април 2023 г. Заглавието на тази статия гласи: "Водата не е човешко право. WEF нарежда на правителствата да започнат да разпределят водата по домовете". Тази снимка идва от американския уебсайт "The People's Voice", който е уебсайт, за който и преди е било известно, че споделя невярна информация. В статията се твърди, че Световният икономически форум заявява, че водата не е основно човешко право и че правителствата трябва да разпределят водата по домовете.



В статията в "The People's Voice" се споменава доклад за конференцията на ООН за водата, организирана през март, като източник на тази информация за предложените данъци за вода. Докладът за тази конференция обобщава дискусиите по време на конференцията и пише за Целите за устойчиво развитие (ЦУР) на ООН, но не говори за конкретни политики в областта на водата.

Бързо различни инициативи за проверка на фактите проучиха твърденията в статията. Те стигнаха до заключението, че твърденията са неверни: В доклада за конференцията по въпросите на водата не се споменава нищо за разпределяне на водата.

## 1.10 Препратки

---

- Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211–236.  
<https://doi.org/10.1257/jep.31.2.211>
- Bauer, M., & Zirker, A. (2022). Political obfuscation and literary ambiguity. *Lilienzeitschrift Fur Literaturwissenschaft Und Linguistik*, 52(4), 613–630.  
<https://doi.org/10.1007/s41244-022-00271-1>
- Bull, P. (2003). *The microanalysis of political communication: claptrap and ambiguity* (1st ed.). London Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203417843>
- Cherry, K. (2022, November 7). *What Is Cognitive Dissonance?* Verywell Mind.  
<https://www.verywellmind.com/what-is-cognitive-dissonance-2795012>
- Cotter, K., & Thorson, K. (2022). Judging Value in a Time of Information Cacophony: Young Adults, Social media, and the Messiness of do-it-Yourself Expertise. *The International Journal of Press/Politics*, 27(3), 629–647.  
<https://doi.org/10.1177/19401612221082074>
- DiFranzo, D., & Gloria-Garcia, K. (2017). Filter Bubbles and Fake News. *XRDS*, 23(3), 32–35. <https://doi.org/10.1145/3055153>
- Ecker, U. K. H., Lewandowsky, S., Cook, J., Schmid, P., Fazio, L. K., Brashier, N. M., Kendeou, P., Vraga, E. K., & Amazeen, M. A. (2022). The psychological drivers of misinformation belief and its resistance to correction. *Nature Reviews Psychology*, 1(1), 13–29. <https://doi.org/10.1038/s44159-021-00006-y>
- Festinger, L. (1957). A theory of cognitive dissonance. In *Stanford University Press eBooks*. <https://doi.org/10.1515/9781503620766>
- Figl, K., Kießling, S., Rank, C., & Vakulenko, S. (2019). *Fake News Flags, Cognitive Dissonance, and the Believability of Social Media Posts*. International Conference on Information Systems, Munich, Germany.  
[https://aisel.aisnet.org/icis2019/cyber\\_security\\_privacy\\_ethics\\_IS/cyber\\_security\\_privacy/27](https://aisel.aisnet.org/icis2019/cyber_security_privacy_ethics_IS/cyber_security_privacy/27)
- Frau-Meigs, D. (2022). How disinformation reshaped the relationship between journalism and media and information literacy (MIL): Old and new perspectives revisited, *Digital Journalism*, 10:5, 912-922,  
<https://doi.org/10.1080/21670811.2022.2081863>

- Harmon-Jones, E., & Mills, J. (1999). Cognitive dissonance: Progress on a pivotal theory in social psychology. *American Psychological Association eBooks*.  
<https://doi.org/10.1037/10318-000>
- Kanoh, H. (2018). Why do people believe in fake news over the Internet? An understanding from the perspective of existence of the habit of eating and drinking. *Procedia Computer Science*, 126, 1704–1709.  
<https://doi.org/10.1016/j.procs.2018.08.107>
- Lanier, J. (2018). *Ten Arguments for Deleting Your Social Media Accounts Right Now* (1st ed.). Henry Holt and Co.
- Lazer, D. M. J., Baum, M. A., Benkler, Y., Berinsky, A. J., Greenhill, K. M., Menczer, F., ... Zittrain, J. L. (2018). The science of fake news. *Science*, 359(6380), 1094–1096. <https://doi.org/10.1126/science.aao2998>
- Levy, G., & Razin, R. (2019). Echo Chambers and Their Effects on Economic and Political Outcomes. *Annual Review of Economics*, 11, 303–328.  
<https://doi.org/10.1146/annurev-economics-080218-030343>
- Martel, C., Pennycook, G., & Rand, D. G. (2020). Reliance on emotion promotes belief in fake news. *Cognitive Research: Principles and Implications*, 5(1).  
<https://doi.org/10.1186/s41235-020-00252-3>
- Mcleod, S. (2023). What Is Cognitive Dissonance Theory? *Simply Psychology*.  
<https://www.simplypsychology.org/cognitive-dissonance.html>
- Mølmen, G. N., & Ravndal, J. A. (2021). Mechanisms of online radicalisation: how the internet affects the radicalisation of extreme-right lone actor terrorists. *Behavioral Sciences of Terrorism and Political Aggression*, 1-25.  
<https://doi.org/10.1080/19434472.2021.1993302>
- Muhammad, M. J. (2021). A pragma-linguistic study of suggestive ambiguity in selected political texts. *Journal of Language and Linguistic Studies*, 17(4), 2154–2165. <https://doi.org/10.52462/jlls.156>
- Page, B. I. (1976). The theory of political ambiguity. *American Political Science Review*, 70(3), 742–752. <https://doi.org/10.2307/1959865>
- Security, C. C. F. C. (2022, February 23). *How to identify misinformation, disinformation, and malinformation (ITSAP.00.300)* - Canadian Centre for Cyber Security. Canadian Centre for Cyber Security.  
<https://www.cyber.gc.ca/en/guidance/how-identify-misinformation-disinformation-and-malinformation-itsap00300>

- Sharma, S. (2021, July 9). *List Of 10 Basic Emotional Needs In A Relationship & Their Importance*. Calm Sage - Your Guide to Mental and Emotional Well-being. <https://www.calmsage.com/basic-emotional-needs-in-a-relationship/>
- Sima, R. (2022, November 3). Why do our brains believe lies? *The Washington Post*. <https://www.washingtonpost.com/wellness/2022/11/03/misinformation-brain-beliefs/>
- Sullivan, M. (2017). It's time to retire the tainted term "fake news." Retrieved from [https://www.washingtonpost.com/lifestyle/style/its-time-to-retire-the-tainted-term-fake-news/2017/01/06/a5a7516c-d375-11e6-945a-76f69a399dd5\\_story.html](https://www.washingtonpost.com/lifestyle/style/its-time-to-retire-the-tainted-term-fake-news/2017/01/06/a5a7516c-d375-11e6-945a-76f69a399dd5_story.html)
- The Poynter Institute. (n.d.). *International Fact-Checking Network - Poynter*. Poynter. <https://www.poynter.org/ifcn/>
- Van Wonderen, R. (2023). *Rechts-extremistische Radicalisering op Sociale Media Platformen*. Verwey-Jonker Instituut.
- Van Wonderen, R. (2023). *Richtlijn / onderbouwing Radicalisering*. Verwey-Jonker Instituut.
- Van Wonderen, R. & Peeters, M. (2021). *Werken aan weerbaarheid tegen desinformatie en eenzijdige meningsvorming. Evaluatie lesprogramma Under Pressure*. Utrecht: Verwey-Jonker Instituut. [https://www.verwey-jonker.nl/wp-content/uploads/2022/04/120550\\_Werken-aan-weerbaarheid-tegen-desinformatie-eenzijdige-meningsvorming.pdf](https://www.verwey-jonker.nl/wp-content/uploads/2022/04/120550_Werken-aan-weerbaarheid-tegen-desinformatie-eenzijdige-meningsvorming.pdf).
- Wardle, C. (2019). *Understanding information disorder*. New York: First Draft. Retrieved from [https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2019/10/Information\\_Disorder\\_Digital\\_AW.pdf?x32722](https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2019/10/Information_Disorder_Digital_AW.pdf?x32722)
- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*. Strasbourg: Council of Europe. Retrieved from <https://edoc.coe.int/en/media/7495-information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research-and-policy-making.html>
- Watson, A.: Fake news worldwide - statistics & facts, 2022. Retrieved from: <https://www.unesco.org/en/world-media-trends/fake-news-worldwide-statistics-facts> (May 2023)
- Watzlawick, P. (1993). *The Language of Change: Elements of Therapeutic Communication*. W W Norton & Company.

Watzlawick, P., Bavelas, J. B., & Jackson, D. D. (2011). *Pragmatics of human communication: A study of interactional patterns, pathologies and paradoxes*. W W Norton & Company.

World health Organization. (n.d.). *Fact sheets*. <https://www.who.int/news-room/fact-sheets>

Zuckerman, E. (2017). Stop saying “fake news”. It’s not helping. Retrieved from <https://ethanzuckerman.com/2017/01/30/stop-saying-fake-news-its-not-helping/>