



# 1.2 Оценяване на данни, информация и дигитално съдържание

ЛЕКЦИОНЕН МАТЕРИАЛ

В тази тема ще научите:

- Как да разпознавате автентични източници на информация.
- Какво са фалшивите новини.
- Как да правите критичен подбор на информация.



## СЪДЪРЖАНИЕ

---

1	Въведение .....	1
2	Фалшиви новини и дезинформация.....	1
2.1	Фалшиви новини с цел печалба.....	1
2.2	Фалшиви новини с цел пропаганда .....	3
2.3	Сатирични фалшиви новини .....	3
3	Добри практики за проверка на информация.....	4
4	ИЗТОЧНИЦИ .....	7



## 1 ВЪВЕДЕНИЕ

---

Благодарение на Интернет и развитието на комуникационните технологии, в наши дни имаме почти неограничен достъп до информация. Интернет се използва от различните потребители по различен начин – за комуникация, търсене и предлагане на стоки и услуги, участие в социални мрежи, развлечения, обучение, създаване и качване на собствено съдържание, потребяване на медийно съдържание. Все повече потребители използват Интернет като предпочитан източник на информация и на новини, който измества на заден план телевизия, радио и печатни медии.

Днес всеки може да се научи да създава дигитално съдържание, което да публикува онлайн, а потребителите, които четат и разпространяват това съдържание, са още повече. Това обаче не винаги означава, че дигиталното съдържание предлага качествена и достоверна информация, и неминуемо води до въпроса как да я разпознаваме и отличаваме от недостоверните твърдения.

## 2 ФАЛШИВИ НОВИНИ И ДЕЗИНФОРМАЦИЯ

---

Дезинформацията чрез фалшиви новини далеч не е съвременен феномен, но в 21-ви век начините за разпространението ѝ, независимо дали умишлено или неволно, са повече от когато и да било през човешката история. Особен принос за това имат социалните мрежи, които играят роля на усилватели – фалшивите новини попадат в тях и се разпространяват лавинообразно сред потребителите. Самата същност на социалните мрежи е такава, че да се стимулира споделянето на информация. Фалшивите новини имат обикновено свойството да звучат сензационно и това сериозно подхранва споделянето им от хиляди и хиляди потребители. Мнозина публикуват връзки към статии, които дори не са прочели, само на базата на атрактивността на поставеното заглавие. Това дава допълнителен тласък на разпространението на дезинформация в мрежите.

Нарицателното „фалшиви новини“ обединява всеки вид информация, който съзнателно е създаден с претенцията, че е достоверен, докато в действителност, не е такъв. Разглеждат се три основни категории в зависимост от целта им – печалба, пропаганда или забавление.

### 2.1 ФАЛШИВИ НОВИНИ С ЦЕЛ ПЕЧАЛБА

Користните фалшиви новини носят приходи на създателите си директно или индиректно. Директни приходи генерират сайтове, които публикуват невярна и манипулирана информация за продукти и услуги, които предлагат. Такива сайтове обикновено са рекламни, макар че това не винаги е очевидно, защото рекламите в тях са маскирани като новини. Целта им е да заблуждават потребителите да купуват предлаганите стоки, които в най-добрия случай не отговарят на описанието или не вършат работа, а в най-лошия – могат да нанесат сериозни



Финансирано от  
Европейския съюз

NextGenerationEU

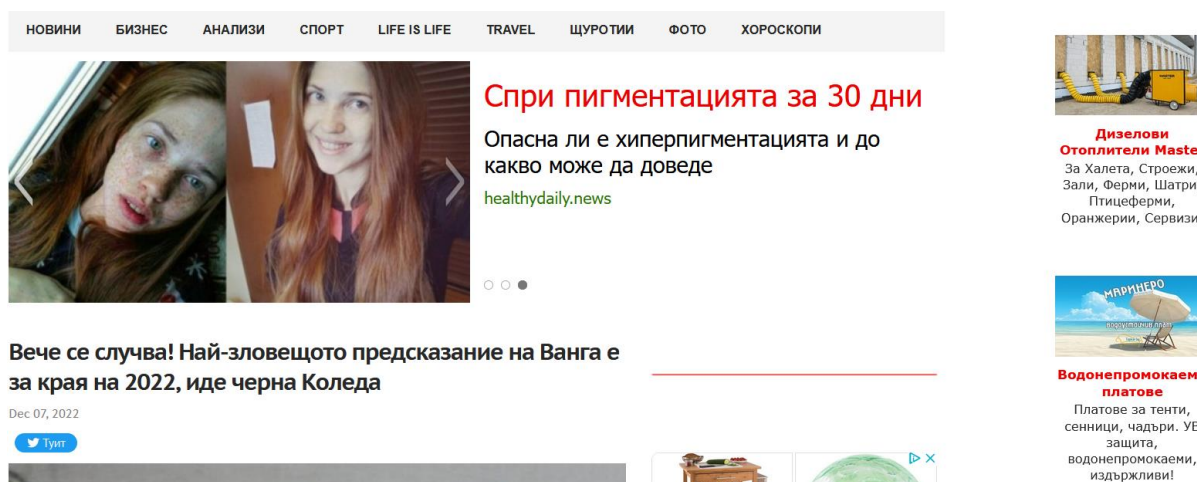
увреждания на здравето, когато са рекламирани за лечение на медицински състояния.

Типичен пример за такива новини е уебсайтът със заглавие [WorldInfo24](#), който външно прилича на медиен портал (фигура 1):



Фигура 1: Начална страница на WordlInfo24, пример за фалшив медиен портал

Индиректната печалба от фалшиви новини се осъществява чрез привличане на трафик (посещения, последвания на връзки и др.) към сайта, който ги публикува. По този начин собствениците на сайта печелят от рекламодатели, които плащат, за да публикуват реклами на сайта паралелно с основното му съдържание. За привличане на посетители и генериране на трафик обикновено се използва т. нар. кликбейт – привличащи вниманието заглавия, често придружени от картинка, които целят предизвикването на силна емоция или любопитство. Макар че този тип фалшиви новини не вредят пряко на потребителите както предходните, проблемът при тях е лавинообразното им разпространяване. Много български медийни портали и новинарски блогове също използват активно този метод, независимо че съдържанието им не включва само фалшиви новини. Примерите на фигури 2 и 3 са именно такива:



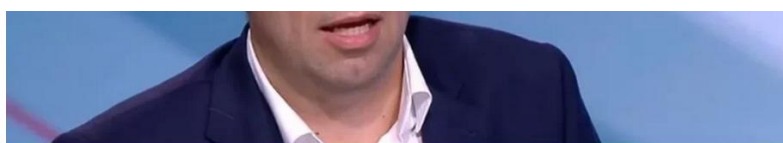
Фигура 2: Пример за фалшива новина с кликбейт заглавие и три видими рекламни карета.



## 2.2 ФАЛШИВИ НОВИНИ С ЦЕЛ ПРОПАГАНДА

Друга категория фалшиви новини са тези от пропаганден тип. Те използват дезинформация, за да повлияят на общественото мнение и да променят гледната точка и убежденията на потребителите, обикновено с политически цели. В известна степен този тип новини оказват по-сериозна вреда от новините с цел печалба, тъй като противоречивата информация кара потребителите да започват да се съмняват във всичко, дори и в достоверните факти.

Много от сайтове, които са създадени с цел приходи от реклама, като например медийни портали, разпространяват и пропагандни новини. Такъв е и примерът, избран за илюстрация на тази категория (фигура 3):



Петков за българите: В душите си те още носят потурите, пояса и цървулите на своите предци, вмирисани на лук и вкиснато

20.02.2023 Петя П. България

Не бди безразличен, сподели статията с твоите приятели:



„Макар да карат S-класи, да ходят до МОЛ-а с анцузи „Армани“ и „Версаче“ и да оглавяват балканските класации по употреба на ботокси, филъри, импланти и други постижения на естетиката, в душите си те още носят потурите, пояса и цървулите на своите предци, вмирисани на лук и вкиснато!



Широка гама на достъпни цени  
Electronic Star

Фигура 3: Пример за фалшива новина с цел пропаганда. Прави впечатление и голямото рекламно пространство на сайта.

## 2.3 САТИРИЧНИ ФАЛШИВИ НОВИНИ

Сатиричните фалшиви новини са относително отделен подвид. Те са базирани на хумора и сатирата и целта им е изцяло развлекателна. Нещо повече – за разлика от предишните две категории, тази няма зловредни или користни цели, а тъкмо обратното. Сайтовете и журналистите, които създават подобни текстове, по дефиниция, обозначават еднозначно и ясно действията си. Техните намерения са пародийни и обикновено материалите им са толкова очевидно недостоверни, че не би трябвало да заблудят читателя. Липсата на медийна грамотност, обаче, често води до там, че сатиричните фалшиви новини се разпространяват от онлайн потребители, които не успяват да съзрат хумора и ги приемат за истина.

Пример за сатирични новини в българското медийно пространство е сайтът [He!Новините](#). Както е видно от фигура 4, сайтът също печели от предоставяне на рекламно пространство, но в дъното на страницата е указано, че става въпрос за сатирично съдържание.



Финансирано от  
Европейския съюз

NextGenerationEU

НЕ!НОВИНИТЕ



Фигура 4: Начална страница на сатиричния сайт He!Новините

### ЗАДАЧА 1 Упражнете разпознаването на недостоверно съдържание.

1. Отворете връзките към посочените примери за сайтове с недостоверна информация:
  1. [WorldInfo24](#)
  2. [He!Новините](#)
2. Към коя от трите категории спадат и дали могат да бъдат причислени само към една?
3. Можете ли да разпознаете коя част от информацията е недостоверна?
4. Предложете и разгледайте и други примери за фалшиви новини.

## 3 ДОБРИ ПРАКТИКИ ЗА ПРОВЕРКА НА ИНФОРМАЦИЯ

Недостоверната информация, особено под формата на текст, е относително лесна за създаване и разпространяване – няма проверка на източници и факти, имената на личности, събития и организации могат да са измислени... Нужно е само крайният резултат да звучи сравнително достоверно. Създаването на фалшиви новини е евтино като ресурс, но много печелившо (привличане на публика и клиенти, реклами, пропаганда...).

От друга страната, опровергаването на една фалшива новина отнема часове, дори дни. Недвусмисленото доказване на невярна информация изисква проследяване на всички твърдения и предполагаемите им източници, аргументиране и представяне на доказателства защо дадено твърдение или новина не са верни. Това изисква влагане на значителен ресурс, често без финансова полза.

Има редица добри практики, които позволяват проверка на съдържанието за достоверност, и са достъпни за широката публика:

- Проверка на автора



- Има ли посочен автор – физическо или юридическо лице с имена? Потърсете с търсачката името, за да научите повече. Ако съдържанието е анонимно, отнесете се с повишена критичност към него.
- Има ли ясно указани данни за контакт със собственика на сайта – имена, телефон, имейл адрес, пощенски адрес, или само формуляр за обратна връзка?
- Проверете датата – понякога се рециклира старо съдържание и се представя като актуално
- Проверка на източника
  - Има ли цитиран източник на публикуваната информация?
  - Този източник компетентен ли е по темата?
  - Потърсете оригинала в посочения източник.
  - Потърсете с търсачката информация за репутацията на източника.
- Проверка на съдържанието
  - Научете какво казват други по темата, за да разберете достоверно ли е съдържането
  - Потърсете в търсачката повече информация за съдържанието. Проверете дали споменатите имена са истински или не.
  - Проверете новинарски източници с международна и национална репутация, за да намерите скорошна информация
  - Проверете дали дадено изображение е извадено от контекста
  - Използвайте инструменти за проверки на фактите

С помощта на тези препоръки ще бъдат разгледани примерите<sup>1</sup>, дадени във фигури 1 и 3:

#### Източник от фиг. 1 - [WorldInfo24](#).

- Проверка на автора
  - Има ли посочен автор

Като автор на статията е посочена Ана Мария Петрова. Търсенето в Интернет за такова лице връща много съвпадения, но нищо конкретно, което да свързва с журналистика. Прави впечатление, че името от банера на уебсайта (WorldInfo24) не е отразено по никакъв начин в URL адреса:

<https://yourprofit24now.com/359/mbtbue1/?ac=desktop&aid=620013&cid=3-braceletbro&clickid=MN1mwaEYG6wuKuNmmw56DK&frm=1&req-id=sWRbCtXV>

Самият URL адрес е твърде дълъг за обичайна начална страница. Търсенето в Интернет за името на уебсайта не открива такъв новинарски портал.

---

<sup>1</sup> Възможно е някои от посочените като примери уебсайтове вече да не се отварят, тъй като са свалени или засечени от браузъра или антивирусната програма като проблемни. Това важи особено за уебсайтовете, създадени с цел продажба на фалшиви лечебни или козметични продукти и услуги. Ако случаят е такъв, опитайте да изключите временно антивирусната си защита или отворете произволна друга кликбейт реклама на козметичен/лечебен продукт.



При опит за последване на която и да е от връзките (Вход, Търси, Новини, България...) се отваря съвсем различен уебсайт (wellnesswaypro.com) с една-единствена страница, която рекламира и приканва към закупуване на „лечебен“ продукт.

- Има ли ясно указани данни за контакт

На сайта няма никаква контактна информация – липсва секция „За нас“, „Контакти“ или подобна. Липсва физическо или юридическо лице, посочено като собственик на сайта. Липсва телефон за връзка, имейл адрес.

- Проверете датата

Датата е винаги днешната или скорошна. Това прави впечатление, ако сайтът бива отворен няколко пъти в различни дни.

- Проверка на източника

Към статията няма посочен източник.

- Проверка на съдържанието

Търсенето на ключови думи и фрази от заглавието, както и на цялото заглавие, не дава като резултат подобни статии.

В съдържанието са посочени следните имена и твърдения:

- „проф. Соня Петкова“ - Проверка в [регистъра](#) на Националния център за информация и документация, както и в [регистъра](#) на Българския лекарски съюз, не открива такова лице.
- „Миналата сряда обяви фалит концернът "Месаро"" – Проверката по ключова дума не открива такъв концерн, нито информация за фалита му.
- MagniCharm гривна – Търсенето по ключова дума връща над 1 милион резултати, включително уеб сайта <https://magnicharmbracelet.com/>. Сайтът е преведен на 17 различни езика, включително български. Всички те, както и резултатите от други сайтове, пряко или косвено водят към един и същи уебсайт – вече споменатият wellnesswaypro.com, с идентично съдържание. В гръцката версия „проф. Соня Петкова“ фигурира като „prof. Dido Syrigou“, в немската, италианската и унгарската – „Prof. Anna Schiller“

Изводите от проверката показват, че разглежданият източник разпространява фалшива новина с цел директна печалба.

### Източник от фиг. 3 – [Informiran.net](http://Informiran.net)

- Проверка на автора

- Има ли посочен автор

Като автор на статията е посочена Петя П. Тази информация е недостатъчна за търсене по имена. Ако се натисне върху името, прави впечатление, че това е единствената статия на този автор в уебсайта.

- Има ли ясно указани данни за контакт със собственика на сайта





В секцията „Контакти“ на сайта има посочени имена, телефон, пощенски и имейл адрес за контакт със собственика. Прави впечатление, че номерът и адресът са извън България.

- Проверете датата

Датата на съдържанието е от 20.02.2023 г. Няма посочени дати в статията.

- Проверка на източника

Към статията не е посочен източник.

- Проверка на съдържанието

Търсенето на ключови думи и фрази от заглавието, както и на цялото заглавие, връща около 60 резултата, в които присъстват дословно точни цитати от заглавието. Повечето резултати са от уебсайта-източник, с дата 20.02., или от социалната платформа Facebook. Другите резултати включват статия със същия текст, но без твърдението, че е изказана от цитирания български политик, бивш министър-председател:

[Източник 1 \(19.02.\)](#), посочва като източник Флагман.бг

[Източник 2 \(18.02.\)](#), посочва като източник Флагман.бг

[Източник 3 \(17.02.\)](#), сатирична статия в медийния портал Флагман.бг, посочена като авторска. Датата ѝ на публикуване е преди тази на всички останали.

Изводите от проверката показват, че разглежданият източник разпространява фалшива новина с вероятна цел пропаганда и печалба от рекламно пространство.

**ЗАДАЧА 2** С помощта на изброените препоръки и подходи разгледайте и опровергайте примерите от [източник 2](#).

Борбата с дезинформацията, макар и изискваща време и усилия, е изключително необходима, защото неверните данни и фалшивите новини вредят на всички, дори и ако е само с това, че ни карат да се съмняваме в правилното. Противодействието им в глобален мащаб е само едно – повишаване на нивото на образование и развиване на критичното мислене. В локален мащаб и в личен план всички ние можем да допринесем – като просто не споделяме съдържание, в което се съмняваме, или като вложим време и усилия да го опровергаем.

## 4 ИЗТОЧНИЦИ

Google.com. *Преценяване на информацията, която намирате с Google.* 2023

<https://support.google.com/websearch/answer/12003459>

Иванова, Десислава. *Каква е целта на фалшивите новини и как да се борим с тях?*

Uspelite.bg, 2022. <https://uspelite.bg/kakva-e-tselta-na-falshivite-novini-i-kak-da-se-borim-s-tyah-1>

Марков, Стефан. *Фалшиви новини и социални мрежи – защо и как дезинформацията процъфтява онлайн.* Newmedia21, 2020.



Финансирано от  
Европейския съюз

NextGenerationEU

<https://www.newmedia21.eu/analizi/falshivi-novini-i-sotsialni-mrezhi-zashto-i-kak-dezinformatsiyata-protsaftyava-onlajn/>

Ташкова-Качарова, Росица. Здравето ни е в опасност: 17 начина да разпознаем фалшивата информация. Sanat.io, 2020.

[https://www.sanat.io/bul/p/zdravieto-ni-je-v-opasnost-17-nachina-da-razpoznaiem-falshivata-informatsiia-5a170eb2-5bb9-4975-a3dc-aaf25af43989?fbclid=IwAR1\\_MkOZs0-bws2TDpScyu2Mwir7phyuc30PpC5uJHXBCGrK\\_8G8mAvxBsI](https://www.sanat.io/bul/p/zdravieto-ni-je-v-opasnost-17-nachina-da-razpoznaiem-falshivata-informatsiia-5a170eb2-5bb9-4975-a3dc-aaf25af43989?fbclid=IwAR1_MkOZs0-bws2TDpScyu2Mwir7phyuc30PpC5uJHXBCGrK_8G8mAvxBsI)