

Фалшивите новини

*КАТО ГЕНЕРАТОР НА АГРЕСИЯ,
СТРАХ И ЕЗИК НА ОМРАЗАТА*



ФАЛШИВИТЕ НОВИНИ

*КАТО ГЕНЕРАТОР НА
АГРЕСИЯ, СТРАХ
И ЕЗИК НА ОМРАЗТА*

ФАЛШИВИТЕ НОВИНИ КАТО ГЕНЕРАТОР НА АГРЕСИЯ, СТРАХ И ЕЗИК НА ОМРАЗАТА



Книгата е реализирана по проект „Фалшивите новини като генератор на агресия, език на омразата и страх, който руши здравето и имунитета в пандемия и как младите хора да им противостоят“ по Национална програма за изпълнение на младежки дейности по чл. 10а от Закона за хазарта за 2021 г. на Министерството на младежта и спорта

Екопрограма
София, 2021 г.

ФАЛШИВИТЕ НОВИНИ КАТО ГЕНЕРАТОР

НА АГРЕСИЯ, СТРАХ И ЕЗИК НА ОМРАЗТА

„Ако смяташ, че не си манипулиран, значи си в ръцете на добър манипулатор“.

„Няма здраве без психическо здраве – то не е само отсъствие на болест“.

Марк Бартон

„Демодирано е да се изобличават лъжите. Когато обясняваме, че определена статистика е подправена, че дадена клевета е недостойна и че не съществува световен заговор, имаме вид на стари глупаци. Докато някой експерт изправи грешките, аудиторията вече е съвсем другаде. Няма време да си спомни“.

„Колкото повече разсейваме простолудието от неговото робско положение, толкова по-лесно го мачкаме. Една страна се контролира по-добре, като превръщаме гражданите ѝ в деца, които гледат марионетна клоунада“.

Фредерик Бегбеде

Съдържание

Предговор	11
Глава 1 Как информацията става оръжие за масово поразяване и защо фалшивите новини са нейните снаряди и куршуми?	15
Глава 2 96% от хората в света не разпознават фалшивите новини, а как е в България?	20
Глава 3 Как да разпознаем манипулацията?	26
Глава 4 Как да разпознаем пропагандата?	34
Глава 5 Какво е мотивираното / преднамереното четене и разбиране, и защо е индикатор за фалшиви новини?	43
Глава 6 Страхът контролира 90% от имунитета, как да го елиминираме?	49
Данни	58

Предговор

„Съзнателната и интелигентната манипулация на организиранияте навици и мнения на масите е важен елемент в демократичното общество. Тези, които манипулират незабележимите механизми на обществото, съставляват невидимо управление, което е действителната властваща сила в нашата страна.

Ние сме управлявани, умовете ни са моделирани, вкусовете ни са формирани, идеите ни са внушени предимно от хора, за които никога не сме чували. Това е логически резултат от начина, по който нашето демократично общество е организирано. Огромен брой човешки същества трябва да си взаимодействат в този дух, ако искат да живеят в гладко функциониращо общество...

Каквото и становище да заемем по някой въпрос, това не променя факта, че почти при всяко действие в нашето ежедневие – независимо дали в сферата на политиката или бизнеса, в социалното ни поведение или в етичното ни мислене – ние сме доминирани от сравнително малък брой лица...

На теория всеки гражданин може да дава мнение по обществени въпроси и проблеми от частната сфера. На практика, ако всички трябва да изучават неясните икономически, политически и етични аспекти на всеки въпрос, те ще открият, че е невъзможно да се стигне до

общо заключение за каквото и да било.

Ние доброволно се съгласяваме невидимото управление да пресее данните и да формулира въпросите за решаване по такъв начин, че полето ни на избор да се ограничи до практически размери.

От нашите лидери и медиите, които те използват, за да достигнат до обществеността, възприемаме доказателствата и разграничението на проблеми, касаещи обществените въпроси; ние възприемаме стандартизиран кодекс за социално поведение, към който се придържаме през повечето време...

Вероятно би било по-добре да има – вместо пропаганда – комисия от мъдреци, които да избират нашите управници, да диктуват нашето поведение – лично и обществено, да определят най-добрите дрехи, които да носим и най-добрата храна, която да ядем. Но ние сме избрали обратния метод – откритата конкуренция.

За да се постигне това, обществото се е съгласило да позволи свободната конкуренция да бъде организирана чрез лидерство и пропаганда.

Някои от проявите на този процес са критикувани – манипулацията на новините, създаването на изкуствена аура около личности и всеобщата врява, с която политици, търговски продукти и социални идеи достигат до съзнанието на масите. С инструментите, с които общественото мнение е организирано и фокусирано, може да се злоупотребява...

Тъй като цивилизацията става все по-сложна и необходимостта от невидимото управление все по-често изпъква, са измислени и са разработени технически средства, чрез които мненията могат да бъдат направлявани...Мненията, които един човек възприема, ще бъде склонен да разпространява и в други групи, в които може да има влияние.

Тази невидима, преплетена структура от групирания и асоциирания е механизмът, чрез който демокрацията е организирала груповия разум и е опростила масовото мислене.

Да осъждаме съществуването на такъв механизъм е все едно да искаме общество, каквото никога не е имало и никога няма да има...

Каквото и действие от обществено значение да се предприеме днес, независимо дали в политиката, финансите, производството, селското стопанство, благотворителността, образованието или друга област, то трябва да стане с помощта на пропагандата. Тя е изпълнителната ръка на невидимото управление.

Всеобщата грамотност имаше за задача да направи обикновения човек способен да контролира своята среда. Веднъж научил се да чете и да пише, той би придобил разум и да управлява. Поне така твърди демократичната доктрина.

Но, вместо разум, всеобщата грамотност му даде гумени щампи, напоени с рекламни лозунги, с вестни-

карски статии, с публикувани научни данни, с тривиалностите на таблоидите и баналностите на историята, но съвсем лишени от оригинална мисъл.

Гумените шампи за всеки човек са дубликати на милиони други, така че, когато тези милиони са изложени на едни и същи стимули, всички получават едни и същи шамповки...

Механизмът, чрез който идеите се разпространяват в голям мащаб е пропагандата. Тази дума провокира у множество умове негативна конотация. Но във всеки случай, добра или лоша, зависи от значението на преследваната кауза и коректността на публикуваната информация.

В истинския си смисъл пропагандата е напълно легитимна форма на човешка дейност. Всяко общество практикува пропаганда...

Истината е могъща и трябва да надделее, и всяка група от хора, вярващи, че са открили ценна истина, имат не само привилегията, но и задължението да разпространят тази истина”.

Едуард Бернайс, създател на PR – връзките с обществеността, 1928 г.

Глава Първа

КАК ИНФОРМАЦИЯТА СТАВА ОРЪЖИЕ ЗА МАСОВО ПОРАЗЯВАНЕ И ЗАЩО ФАЛШИВИТЕ НОВИНИ СА НЕЙНИТЕ СНАРЯДИ И КУРШУМИ?

„Една лъжа, повторена сто пъти, става истина“.

Гьобелс

Информацията е оръжие за масово поразяване – с нея в момента се води истинска война и целта ѝ е постигането на информационна зависимост.

Започналото с тази година ново десетилетие ще бъде декада на изкуствения интелект.

А той се храни именно с информация – с данни. Чрез които от една страна ще улеснява, а от друга страна ще контролира живота ни – процес, който тепърва навлиза, но който ще се развива необозримо време напред, за да промени изцяло цивилизацията, каквато я познаваме.

Всички ние сме в „мрежа“, глобалната мрежа, която

ФАЛШИВИТЕ НОВИНИ КАТО ГЕНЕРАТОР

като всяка друга – например онези, мятани, за да пленят гладиаторите в древноримските игри, цели да пленят.

Със създаването на смарт устройствата – умните машини, от Стив Возняк, при които образът доминира над смисъла, 90% от хората възприемат подсъзнателно постъпващата информация, а едва 10% следят за нейното качество и конкретност на съзнателно ниво, доказват международните научни изследвания.

Смятате, че това са легенди и митове?

Помислете дали ви се е случвало да звъннете или да ви звънне нов телефонен номер и после веднага Фейсбук да ви предложи съответния човек от другата страна на линията за „приятел“? Виртуален приятел, разбира се, защото само такава е дружбата в мрежата – имитация.

Помислете дали ви се е случвало да говорите с някого дълго на някаква тема – например за маратонки от съответна марка и дали е случайно, че после, без да сте търсили в мрежата, фейсбук ви предлага изгодни оферти именно с такива обувки?

Помислете също какво знаете за социалните мрежи? Вероятно, най-вече името на техните основатели, които бяха превърнати от медиите в своеобразни звезди.

Фейсбук и свързаният с него Инстаграм са търговски предприятия, също като алтернативния Телеграм.

НА АГРЕСИЯ, СТРАХ И ЕЗИК НА ОМРАЗАТА

Даже Бинг – варианта да избягате от Гугъл пак и да имате добра търсачка, е комерсиален, част от група с други мрежи, като семантично думата може да се преведе като нещо, което ни хваща, държи ни в плен.

Единствено Сигнал е организация с идеална цел, която твърди, че живее и осигурява непроследена връзка чрез дарения.

Дали е така? И кой би го правил, при положение, че както се казва: „Каквото и да ви говорят, става дума за пари“?

Голямата идея на свързаните в мрежа смарт устройства е, като събират информацията и притежават съответните данни за нас, да направляват потребителските, но също икономическите и политическите ни решения. Тоест, целите са бизнес, разузнаване и пропаганда.

Последното става чрез създаването на т.нар. „алтернативни факти“, както ги беше определила в качеството си на държавен секретар на САЩ Хилари Клинтън.

Това е най-прекият път за манипулация чрез постъпващата информация, в това число чрез фалшивите новини.

Те биват два типа:

– **misinformation** или погрешната информация, която се дължи на прекомерната бързина за поднасяне на новини, в това число и на първо място в социалните мрежи, където всеки човек е медия, докато качеството

на професионалните медии непрекъснато се снижава. Погрешната информация може да бъде също от недостатъчното проверяване на сведенията. По професионалното журналистическо правило те следва да се контролират през 2 независими един от друг източника, а в съвременния свят е редно това да се прави и чрез 5. Защото много от медиите са свързани в тайни или явни групи, като целта на подобни мрежи от осведомителни източници е т.нар. „препиране на информация“.

- **disinformation** или лъжливата информация се смята, че възниква като термин в съветските, днес руските тайни служби – КГБ - ФСБ, които чрез нея управляват обществото и осъществяват отбрана от насрещната невярна информация, пускана първо при нацисткото настъпление, а после при Студената война от „идеологическия противник“. Тя е съставна част на пропагандата. Факт е обаче много по-старата мъдрост, че „на война се лъже най-много“. Какво да кажем за епоха на непрестанна информационна война като тази, в която живеем?

Целта на тази книга е да даде ориентир как да бъдат разпознавани фалшивите новини, манипулацията и пропагандата, как да не се поддаваме на тяхната основна цел – управлението чрез страх, защото той руши не само психиката. Но руши и организма със стимули-

рането на неговата програма за саморазрушение, като влияе негативно върху имунитета даже и на чисто физическо, освен на психологическо ниво.

Водени сме от разбирането, че жертвата е бъдещ агресор, а агресорът също е жертва на лъжливата информация, на манипулацията и на пропагандата. И искаме да помогнем читателите да не влизат в тези роли, които са свързани, често дори са обединени в отделна личност и в мнозина от нас.

Според британско изследване по темата $\frac{3}{4}$ от съвременните хора се чувстват самотни, а половината от населението страда от тревожност и страхове – психологически проблеми, които отключват агресията, езика на омразата, здравословните последствия, свързани с понижения имунитет.

Ще се опитаме да помогнем на нашите читатели да попаднат сред добрата част в класацията, щастливата незасегната $\frac{1}{4}$, и да бъдат защитени от информационната война, за да не страдат и да не бъдат проводник на страхове, агресия и език на омразата – новите зависимости или генератори на зависимости на 21-ви век.

Глава Втора

96% ОТ ХОРАТА В СВЕТА НЕ РАЗПОЗНАВАТ ФАЛШИВИТЕ НОВИНИ, А КАК Е В БЪЛГАРИЯ?

*„В изгубила ориентири страна човек
трябва да умее да избере лагера си“.*

Безбеде

Според актуално американско изследване от 2020 г., когато фалшивите новини изобилстваха във времето на повсеместен локдаун заради коронавируса, а над 60% от всички циркулиращи фалшиви новини и преди това бяха посветени на здравните теми, процентът на хората, които са способни да различат неистинските информации от правдивите е отчайващо нисък.

96% от населението на света не разбира коя новина е „фейк“.

За целите на книгата направихме представително за София проучване, което дава интересни резултати и показва, че и у нас проблемът е голям.

Първият въпрос към запитаните 502 души беше откъде се информират.

Все още основен източник на новини са традиционните медии: телевизии, вестници, списания и сайтовете с 32%.

Семейството е основен канал за информация за 24,07%.

22,93% се информират от социалните мрежи.

19,98% разчитат на информация от приятели, колеги, съученици. Друг канал, различен от горните, са посочили 0,76% от анкетираните.

Интересно е да се види голямата разлика между данните от теренното запитване чрез попълване на карти лице в лице с анкетиращите и онлайн проучването, в което анонимността е осигурена от липсата на пряк контакт. Гласуването там ставаше като едно айпи има право на един вот.

Офлайн данните са напълно сходни с общия сбор на резултатите. Докато в онлайн анкетата 58,82% са посочили, че се информират от традиционните, а 38,24% от социалните медии. 2,94% получават новините от семейството си.

На актуалното питане дали хората са намерили достатъчно информация за Ковид19 – за пандемията, за ваксините и за останалите свързани теми, офлайн и онлайн проучването дават сходни резултати.

43,43% смятат, че са достатъчно информирани, а сравнително равен брой не се смятат за достатъчно ос-

ФАЛШИВИТЕ НОВИНИ КАТО ГЕНЕРАТОР

ведомени или се оценяват като отчасти осведомени по въпроса – съответно 29,48% и 27,09%. Това е и отчетливо мнозинство, което рисува една недобра информационна картина на българското общество, още повече - обрисувана в столицата, където и нивото на грамотност, и масовата комуникация са значително по-широкообхватни, отколкото в другите населени места на страната.

Което дава показателна обратна връзка: при информационния поток, който ни заля по всички възможни канали през последните 14 месеца във връзка с коронавируса, повече от половината хора не се смятат за добре и качествено информирани.

Което пък е идеалната почва за фабрикуване и разпространяване на фалшиви новини, за манипулация, за пропаганда и за управление чрез страх, както определя този комплекс от фактори психологическата наука.

Интересна представа дават и отговорите на въпроса кои са надеждните източници на информация според хората.

В онлайн анкетата с огромно мнозинство за най-качествени са смятани интернет медиите – сайтовете - 54,55%. Като прибавим и социалните мрежи с 18,88%, се получава дял от около три – четвърти.

На този фон печатните медии, на които повечето популярни онлайн издания са дъщерни, печелят 0% одобрение, телевизията – нищожните 4,55%.

НА АГРЕСИЯ, СТРАХ И ЕЗИК НА ОМРАЗАТА

Лидерите на мнения – независимо дали категорията „семейство“, или „приятели/колеги/съученици“ имат общ дял около 15 на сто – съответно 9,09% и 4,55%.

Това е знак за тенденция, която изцяло променя таргетите на маркетинга, политиката и пропагандата.

В онлайн проучването на терен отговорите са по-престижни, както ги наричат социолозите – това често се получава в анкетите лице в лице, в които хората дават отговора, който според тях се очаква от тях. Сигурно затова водеща по надеждност се явява телевизията, но само с 27,62%, следвана с малки разлики помежду им – почти наравно – от сайтовете, печатните медии и социалните мрежи. Лидерите на мнение отново са на опашката в доверието по отношение на информацията.

Което поставя интересен въпрос за объркването на нацията – тя хем се информира главно от семейството, хем не вярва много на тази информация.

Тоест, хората имат съзнание, че биват манипулирани и не вярват особено в качеството на получаваните от тях известия и данни.

На този фон са интересни процентите в отговорите на въпроса: „Можете ли да различите фалшивите новини“?

Мнозинството признава, че не успява. Общо това са 69,43% срещу 30,57%, които смятат, че умеят да се информират надеждно. Тук интересно е да се види, че при

ФАЛШИВИТЕ НОВИНИ КАТО ГЕНЕРАТОР

отговорите, получени теренно – лице в лице, които не са прикрити зад виртуалната анонимност на нета, процентът на призналите се за жертви на фалшивите новини е още по-висок: 72,43%.

Интересно е на този фон, че освен осъзнаването на липсата на качествена информация, която получават, българите осъзнават и негативното влияние на фалшивите новини като източник на страх, стрес, здравословни проблеми и агресия.

В онлайн допитването 90% са убедени в това, докато офлайн – там са голямата част от далите отговор на въпроса анкетираните – процентът е 43,09 на сто.

Много голяма разлика в полза на потребителите на информация, получавана главно онлайн, се вижда и в отговорите на въпроса дали хората проверяват повече източници, за да се предпазят от фалшиви новини – това е всъщност първото и най-ефективното оръжие срещу тях.

57,58% от запитаните интернет потребители проверяват поне 2, другите – повече от 2 източника, докато непроверяващите са едва 6,06%.

Трагични са данните от офлайн проучването – анкета на терен с попълване на карти и затворени въпроси. Почти половината – 45, 90% не проверяват повече от един източник, т.е. сами се превръщат в жертви на фалшивите новини, манипулацията и пропагандата. Класическият начин да проверяват поне 2 източника

НА АГРЕСИЯ, СТРАХ И ЕЗИК НА ОМРАЗТА

е спазван от 28,48%, а само една-четвърт проверяват чрез повече от 2 канала.

Трябва да се отбележи, че това сверяване е много важно, тъй като гражданите твърде често не осъзнават, че един на пръв поглед „независим източник“, може да е част от явна или тайна група от множество информационни канали.

Не е случайно, че големите телевизии например, а и вестникарските групировки у нас създадоха през последните години цели мрежи от сайтове, чрез които е лесно да бъдат контролирани повече хора, които получили информация от един източник, търсят само още 1.

И често попадат в мрежата – в буквален и в преносен смисъл, т.е. в плен на фалшиви новини, внушения и манипулации с политическа или икономическа цел.

Глава Трета

КАК ДА РАЗПОЗНАЕМ МАНИПУЛАЦИЯТА?

„Всеки път, когато човекът е измислял нови медии, са се появявали нови форми на фашизъм“.

Безбеде

Манипулацията е основната цел на фалшивите новини. България е на дъното на европейската класация по медийна грамотност, както и по функционална грамотност и дигитална грамотност. Именно по тази причина още в началото на книгата посвещаваме глава на темата как да различим манипулатора и манипулацията от чистата информация и пълноценния контакт.

„Ако смяташ, че ни си манипулиран, значи си в ръцете на умел манипулатор“, твърдят психоаналитиците!

Както прокурорите казват, че няма невинни хора, а само с недоказана вина, а лекарите – че няма здрави, а нелекувани, така политиците и журналистите знаят: няма неманипулирани, само неразбрали, че ги манипулират.

Що е то манипулация?

Психологическо въздействие, което цели да натисне болезнена точка на мишената – човек, група хора или цялото общество.

Не е задължително манипулацията да бъде лъжа, защото тя може да провокира не само емоционално, но и рационално възприятие.

За да се осъществява, човекът, който го прави, трябва да бъде добър манипулатор и да е изчислил предварително мишената като човек/група и като очаквана реакция.

Първият начин да се справим е да разберем какво най-често целят манипулаторите. Според руско изследване с 37 000 участници манипулативните мишени са подредени по честота на използване така:

1. Чувството на вина – то е най-деструктивно за човека/групата и може да действа психосоматично – чисто физически – например като болка. Или като сваляне на имунитет чрез всяване на вина и страх, когато българите са наричани „тулупи“, „диванна армия“, и са обвинявани, че са отговорни за недостига на легла и линейки, за чийто достатъчен брой всъщност са платили с данъците си. Или заради естественото желание за свободно дишане, общуване и движение.

Всичко това поражда хроничен стрес, който активира програмата за саморазрушение на организма, оттам се срива имунитетът и хората се разболяват.

2. Чувство за жалост – то отново има връзка с чувството за вина – гледай човека, болен, контузен, преморен как ден и нощ се трепе за нас, а ние сме неблагодарни и не му даваме, каквото ни иска, не му прощаваме непроситното – често се среща като начин на въздействие между родители и деца, власт и електорат.

3. Чувство за страх – какво ще правим, ако Х не се грижи за нас – ако няма правителство например, при положение, че то нито бие ваксини – правят го лекари, нито произвежда национален доход - правят го работещите.

4. Джендърни или сексуални стереотипи – това е игра на нерви и самоопределение от типа „защо не си като другите“, разбирано като „ти си никой“. Тя бе формулирана прекрасно във филма „Дами канят“ от умелия сценарист Георги Мишев с поредицата реплики: „Един мъж трябва да...“, вариращи от „да яде много“ до „да изкарва много пари“.

5. Чувство за собствено достойнство – свързано с по-горната манипулация и популярно в българския стереотип със заядливия въпрос: „Кой си ти, бе“. Експлоатира страхове от загуба на статус или неналичието му, личностно представяне за повече, отколкото всъщност сме и за по-добри, отколкото сме.

90% от манипулациите са с прагматичен характер. Те имат ясна и точна цел. Най-често това е лична изгода

за манипулатора – власт, доминиране и пари във всеки смисъл на думите.

10% от манипулациите са от т.нар. хедонистичен тип, свързани с начина на живот и удоволствията.

Важното е как да разпознаваме манипулациите по принцип и как да им се противопоставяме.

Най-елементарната, но и една от най-ефективните манипулации е чрез ласкателство. Тя е примитивна, но простият принцип действа така: „отключване“ чрез комплимент, последвано от даване на кодирана или пряка команда.

Как се работи срещу това?

Също просто – приемаме комплимент, но отхвърляме командата.

Много често родителите, без да осъзнават, превръщат децата си в жертви на манипулативните практики за цял живот, като ги възпитават именно по този модел: „Ти си много добро дете, изяж си всичко“. Доста хора получават и физически проблеми като наднормено тегло, защото им е внушено, че има знак за равенство между одобрението и поглъщането на храна. Формулата им е: „Дебел човек – добър човек“, докато в очите на другите често е: „Дебел човек – мързелив/неволеви човек“, а те не го осъзнават. Страдат, че остават неразбрани или осмяни и какво им остава да направят – тъпчат се повече.

Когато човек от дете е бил жертва на родителски манипулации, за да изпълнява едно или друго желание,

може да се стигне до девиации – достигане или минаване на границата на лудостта. Тук е включен садо-мазо режим, дори родителите да не искат да си го признаят. Когато го правят, вече е много късно, защото са изградили характер на жертва, а това като психотип поставя децата им в изключително лошо положение за цял живот и ги обрича на страдания.

В какво избива това?

В стремеж към компенсация под формата на неистово желание за налагане и управляване на другите, включително чрез манипулации, пропаганда и фалшиви новини.

Този тип хора от малки си правят сценарии, влизат „във филми“, както казваме на жаргон, борят се на всяка цена като възрастни да осъществят тези сценарии и филми, да се порадват на своята доминация. Много е типично като реакция за децата на униформени и на учители – хора, свикнали да издават разпореждания. А при децата на родителска комбинация униформен – учителка, ефектът е двоен.

Най-лесно е да се манипулират хора с ниска комуникационна култура, а България е не просто последна в ЕС по медийна грамотност, а е наполовина от средния показател за Съюза в това отношение, както показаха последните данни.

Това е неразривно свързано и с лошото образование – по неговото качество за последните 10 години

страната падна с 19 места и достигна 83-та позиция в световния рейтинг.

Как най-често действа манипулаторът, независимо дали на лично или на обществено ниво?

Ако ласкателството не сработи, а след него и удрянето на чувството за вина, той отива към провокиране на чувство за жалост. Ако и това не мине, следва създаването на страхове.

Как ние да му се противопоставим?

С формиране и ясно обозначаване на лични граници: „Ако искаш нещо от мен, кажи го нормално. Иначе не става/няма да стане“. Това е начинът да действаме с човек, който ни е близък. За по-далечни на сърцето ни хора, на манипулацията се реагира с тотално игнориране.

Как практикува манипулаторът?

Задава въпрос, който кодира или направо съдържа отговора. Това е лесно разпознаваемо, ако приемаме общуването рационално, а не емоционално – второто е грешка, която може да ни струва скъпо.

Рано или късно, дори най-небрежните и най-неинформирани жертви на манипулация се осъзнават.

Затова се смята, че манипулацията не е добра дългосрочна стратегия в отношенията: независимо дали лични или примерно на политик/партия/институция с обществото.

Тук е редно да напомним библейската мъдрост, че

ФАЛШИВИТЕ НОВИНИ КАТО ГЕНЕРАТОР

всичко скрито става явно от Евангелието на Лука 8:16-17: „Няма нищо тайно, което да не стане явно, нито пък скрито, което да не стане известно и да не излезе наяве.“

Манипулаторите свършват зле. Двете неща, които се случват неминуемо дори на най-ловките от тях, са все неприятни.

Манипулаторите развиват параноя, включително клинична, защото моделът им на разсъждение е: „Ако аз манипулирам, всички го правят“.

Манипулаторите рано или късно биват разкрити първо от един, после от друг, накрая от всички хора, което ги води до реална, често болезнена самота.

В случая с Хитлер и Гьобелс (легендарен с фразата си, че лъжата, повторена 100 пъти се превръща в истина – основата на концепцията за фалшивите новини) като велики манипулатори изходът е самоубийство. Като Гьобелс – министърът на пропагандата на Третия Райх, преди това убива децата и съпругата си. А в случая с професионалист – кариерата му тръгва като журналист, като Мусолини изходът е обесване – примерите са безброй.

Най-важният извод е да си създадем минипрограма за противодействие на тези токсични хора.

Първата стъпка е да имаме пълноценна саморефлексия – да осъзнаем коя е болезнената ни точка и да бъдем защитени от атаки срещу нея по този начин.

НА АГРЕСИЯ, СТРАХ И ЕЗИК НА ОМРАЗАТА

Втората е, на тази база, да разбием сценария на манипулатора. Ако той ни зададе един от характерните си въпроси: „Да не би да не си чел/гледал/посещавал/носил/купил...?“, да отговорим: „Да, не съм“ или просто: „Не съм“!

„Никога не се обяснявай, никога не се оправдавай“, както гласи британският кралски девиз.

Третата е, като сме наясно със себе си и с манипулативните техники, които могат да се използват срещу нас, да останем неуязвими, а значи – щастливи.

Глава Четвърта

КАК ДА РАЗПОЗНАЕМ ПРОПАГАНДАТА?

„Винаги се вслушвам в гласа на народа – глас, който се поддава на пресмятане“.

Наполеон

За да се научим да различаваме фалшивите новини, трябва да гледаме „не дърветата, а гората“.

Ако знаем какво е пропаганда и се научим да я различаваме от първите секунди/редове от истинската информация, ние лесно ще елиминираме и фейковете.

Първото, по което личи пропагандата е, че тя е хипер емоционална. Достатъчно е да сте гледали първите заседания на априлския парламент у нас, за да прецените на какво разчитаха повече депутатите: на смисъла или на удрянето на чувства, специални ефекти и сравнения, доста неловко при това, защото е нужна култура, включително психологическа, за такава игра.

Второто, по което пропагандата си личи е, че тя винаги има нужда да посочи и да развива образа на Врага – вътрешен или външен – елементарен маркер за опит за психологическо въздействие.

Третото, по което личи пропагандата е използването на думи – етикети. Представете си като хаштагове прозвища от типа на „тулупи“, „ваксъри“, „антиваксъри“, „протестъри“, „жълтопаветници“, „умнокрасиви“...

Това е елементарно продължение на управленската максима на Карл Велики, на когото се приписва девизът: „Разделяй и владей“, макар той да е стигнал до нас, формулиран на латински език: „Divide et Impera“, което може да говори, че е наследен от римските императори, а може би дори още от Филип Македонски.

Когато правят пропаганда, политиците непрекъснато се стремят да разширяват границите на възприемането на тяхната воля от хората, което може да става по метода проба – грешка, а може и чрез просто налагане на дадени мерки, които после да се отказват или пък допълнително да се разпространяват.

В психологията този процес се нарича „Прозорец на Овертън“. И маркира нещо, което в по-мека форма се определя като „нарцисизъм“, а в по-тежка като „вождизъм“. Не е случайно, че започнахме тази глава с цитат на Наполеон, чиято смърт преди 200 години е в

самота и изгнание, след като е бил император 12 г. и е овладял почти цяла Европа. А я завършваме с Хитлер – друг човек със сходна съдба – своеобразен първо немски, а после и европейски император за 12 г., преди да се самоубие с жена си в подземен бункер, изгубил най-голямата война в историята на човечеството, ако не броим информационната, в която живеем през 21-ви век. „Това, което бяха владетелите, днес са лидерите“, както прозря още преди век Бернайс.

Обикновено за хората, които стават лидери, това е бунт срещу доминацията или липсата на бащата или майката, от които са получили травми. Това е характерно не само за държавните, но и за опозиционните лидери, особено за вечните опозиционери.

Компенсацията за проблеми в детството е основното обяснение за лидерската психопатия, което дава класикът Адлер.

Най-успелият политически водач е психопат, смятат и учените от миналото, и съвременните умове в психологията.

Това е и логично следствие на факта, че властта е абсолютната самота.

Това е огромно психологическо напрежение.

Вманиачени във властта и лидерството си, водачите водят своята политика в зависимост от така наречения „Прозорец на Овертън“, както споменахме.

Той най-общо дава представа докъде може да стиг-

не един политик, докъде да се разпростре „с постъпателен дискурс“ - с натиска си върху обществото.

„Доколко обществото може да допусне да изгуби свободата си, като му я даде“, както описва положението Джо Картър.

Ситуацията с коронакризата в цял свят е идеален пример за изследване на това поведение, особено с последните идеи като ваксинационните паспорти след всички изолационни мерки, които са неприемливи за нормалността от психологическа гледна точка. Защото е категорично доказано, че „обществото формулира лидера/диктатора“, както казва Светлана Комиссарук.

Тя посочва, че „тълпата е сбор от неврози, при които падат прагове и се образува зависимост - граници, които сами никога не бихме прескочили“.

Карантирирането и „страхуването“ на обществото повече година по света и у нас чрез медиите играе на практика тази роля.

Такава ситуация е много удобна за разгръщането на границите по „Прозореца на Овертън“.

Нещата се правят просто:

- налага се филтър на информацията
- притъпява се чувството за манипулация
- поднасят се повече фалшиви новини

Неутешителното е, че според социалните психолози - класици и съвременни, един силен лидер / диктатор, се сменя от друга фигура / режим от този тип, както и да се представя публично такава промяна.

В политиката, също като в бизнес маркетинга, максималната цел, която си поставя пропагандата е да постигне „Безапелационна оценка“ или иначе казано „Легална измама“, както обяснява Михаил Лабковски.

В психологията на маркетинга това го наричат „продажба на ценности“, което трябва да замени в съзнанието на зрителите, на публиката, на потребителите самия продукт, чиято стойност обикновено е незначителна.

Какво имаме предвид?

„Когато ви продават кисело мляко, го наричат „здраве“. Когато ви продават шампоан, го наричат „красота“. Когато пък политиците ви предлагат корупция, го наричат как ли не...“, обяснява теорията си на практика Лабковски.

Най-лесният пример за „Легалната измама“ според него е изравняването продукт с ценност при Кока-Кола. Тя създаде символ със своите корпоративни цветове – червено и бяло, за да грабне визуално цял един световен, отдавна вече не само християнски, празник

– Коледа, чрез измислянето на Дядо Коледа.

Замислете се, че в Съветския съюз, където „Пепси Кола“ беше изпреварила конкурента си и завзе първа и изцяло пазара, същият брадат старец под кодовото име Дядо Мраз, вместо в червено и бяло, беше облечен в синьо и бяло, та да напомня за „другата“ Кола.

Даже експресивно в езика – нали се уточнихме, че пропагандата продава чувства, защото не е убедителна в реалностите, се казва „да посинееш от студ“, което е усещането и превода на думата „мраз“.

В съвременна Русия, вече с либерализиран пазар, за разлика от някогашния си предшественик – Съветския съюз, нещата са по-различни. И все пак, за класически се води синият Дядо Мраз. А червеният е принуден там да носи това име, което имаше и у нас до 1989 г.

Пропагандата използва всякакви оръжия, за да владее масовото съзнание.

Част от тях са социологическите и астрологическите прогнози, които създават обществено мнение, като представят желаното за действително или поне за възможно – винаги с уговорката, че всичко е приблизително и важи за няколко дни. Което обаче огромната част от публиката не чува.

В началото на политическата му кариера, около Хитлер се завърта астрологът Ханусен. Той първи предсказва канцлерство на неуспелия художник Адолф – прогноза, която мнозина смятат за лудост.

Минават избори и втори, но тя не се сбъдва. Ханусен дава точната дата на идването на Хитлер на власт. Познава. Но скоро прави фатална грешка. Не само предвижда, но и публикува прогноза за пламването на Райхстага – ето ви българска връзка, която му струва живота. Нацистите смятат, че той е имал и е издал вътрешна информация. И предпочитат да го погубят, вместо да разкрие цялата истина – не българите Димитров, Попов и Танев с холандеца Ван дер Любе, които са съдени за погрома, а самите нови управници на Германия стоят зад пожара.

Така астролозите се провалят в очите на Хитлер, но поради икономическата криза населението продължава да им вярва. Тогава Гьобелс – неговият „пиар“, решава да се възползва от тях като ги кара да правят пропагандни прогнози.

Лидер на тази астропропаганда е Крафт, който спечелва доверието на фюрера с успешно предсказан атентат.

Когато започва войната, а премиер на Великобритания е станал Чърчил, той прави план как да превърне онова, което нацистите смятат за свое тайно оръжие в тяхна ахилесова пета.

Англичаните започват да пускат чрез свои астролози контрапропаганда.

Самият Чърчил, който е увлечен много по езотериката, е смятан за последовател на мистика Алис-

тър Кроули и дори се смята, че от него е взета идеята за знака V, който смятаме за символ на победата. А се оказва, че това е внушена на британския премиер мярка „против зли сили“, както българските лидери си носят вързан на китката червен конец „срещу уроки“.

Чърчил не спира дотам. Вербувани са немски астролози, които да работят за Англия. Те успяват да внушат на втория човек в Германия след Хитлер – Хес, че трябва да полети до Острова и да донесе мир на човечеството, което ще го направи Първи в партията и държавата за всички времена. Хес, който не е интелигентен, но е отдаден със сърце и душа на астрологията, приема и ненадейно за своите се озовава кацнал и арестуван във Великобритания.

Хитлер, който открай време няма особено доверие на астролозите – още от казуса с Райхстага, нарежда всички да бъдат задържани и тикнати в затвори и концлагери.

Едва след около година шефът на тайните служби СС Химлер спасява някои от тях, които не са евреи, защото смята, че при обърналия се междуременно ход на войната чрез техните прогнози ще може да се внушава на населението вяра в победата.

Така продължава и до последните дни на войната, когато звездобройците се надпреварват да предричат нов обрат в полза на нацистите и тези прогнози се ретранслират медийно. Дори, когато руснаците влизат в

Берлин и светкавично го превземат, развявайки червеното знаме над немската столица, астропропагандата продължава.

Глава Пета

КАКВО Е МОТИВИРАНОТО / ПРЕДНАМЕРЕНОТО ЧЕТЕНЕ И РАЗБИРАНЕ И ЗАЩО Е ИНДИКАТОР ЗА ФАЛШИВИ НОВИНИ?

*„Луксът, наречен свобода на словото,
загива, откакто гражданите бяха
заменени с консуматори, а журналистите
– с митомани“.*

Безбеде

Motivated Reasoning или мотивираното, сиреч преднамереното, разбиране и разсъждаване на тази база, когато четем, е фокусът, чрез който фалшивите новини се харесват и биват повтаряни от 96% от хората, докато само 4 на сто от нас - четирима на сто души, успяват да ги уловят и да не се залъжат по тях. Повечето хора не се замислят върху същността им, а ги възприемат „по дифолт“, по подразбиране.

Както изяснихме още в началото на нашата книга,

голяма част от хората дори не си правят труда да проверят информацията, която получават поне с още 1, а най-добре – с още 4 или повече източника. Така се превръщат доброволно в жертви на фалшивите новини, на манипулацията и на пропагандната.

По логиката на Гьобелс за лъжата, повторена сто пъти, която се превръща в истина, и по учебника на КГБ, според който настояването върху легендата, която се харесва повече от истината, през последните години информацията се поднася нарочно, преднамерено изкривена, за да създава преднамерени разсъждения по подразбиране като първа реакция на мозъците на хората.

Всеки от нас е свидетел как, вместо да проверяваме източниците, ние търсим уж алтернативни, а всъщност потвърждаващи убеждението ни мнения.

А в интернет за всичко, което сме си навили на пръста, ще намерим потвърждение.

Особено, ако не осъзнаваме как действат медийните групи - много често четем уж различни източници, а собственикът им и неговата политика е един и същи, ако ще по нищо да не си приличат.

Най-често точно това е целта на войната за умовете и тяхното вкарване в матрицата на преднамереното четене и оттам - разбиране.

Ефектът е, че се налагат полуистини или истински лъжи, които приемаме за своя чиста монета и ни слу-

жат за база за наблюдение на света чрез дълбока убеденост.

Забавно е, но хората, които се имат за „умни и красиви“ най-често стават жертви на тази психотехника.

Някои държави като Швейцария и Италия работят много усилено десетилетия наред за репутацията си като брандове, така че всичко, което произвеждат, даже да бъде „боклук“, да се смята за прекрасно, само защото носи етикет от тях, независимо фалшив или истински.

Малцина например знаят, че и най-скъпите дрехи на Долче и Габана са произведени в Китай. Срещу който пък усилено се работи като бранд, за да бъде внушено, и то е мотивирано разбиране на огромна част от хората по света и у нас, които смятат китайското за лошо. И за неравностойно на нещо италианско. Или швейцарско.

Ето такава ситуация се получи с ваксините срещу Коронавирус 19: надеждността им се определяше от воденето на общественото мнение не според научните им качества, дори доказани, а поради престижността в очите на широките народни маси. В това число и на база на страната на произход.

Тази работа особено си пролича покрай пускането на различните ваксини напоследък. Най-много атаки, ако не броим най-евтината „АстраЗенека“, получи руската „Спутник“, на която Си Ен Ен посвети десетки репортажи, за да докаже, че е измама и няма да се появи никога. Англичаните я обявиха за открадната от Окс-

ФАЛШИВИТЕ НОВИНИ КАТО ГЕНЕРАТОР

фордската – „АстраЗенека“, даже легендарният руски опозиционер Навални я прокле. Сега американските кореспонденти в Москва се ваксинират с нея и я хвалят. А „АстраЗенека“ подобрява на базата на нарочен договор собствената си с нея. Дори Навални вече мълчи по този повод. Това обаче не попречи на военния министър на Германия г-жа Каренбауер да я обяви за „тайно оръжие на Москва“, докато канцлерът Меркел заяви, че иска да я произвежда в страната си.

Ваксината на „АстраЗенека“, британско-шведска, също стана, както производителят ѝ в Италия сам се оплака, обект на атаки - не само на информации, обявявани за фейкове, т.е. за фалшиви новини, но и на хакване на фирмените компютри. Повечето информации за нея всъщност се потвърдиха - закъснението, малката в сравнение с конкурентите ефективност, които фирмата отричаше дори след като Швейцария я отхвърли напълно и не разреши да се използва на нейна територия.

Ваксината на „Пфайзер“ също си изпати още преди да е готова. Тя пък бе обявена за „чипиране“, понеже ръководна позиция във фирмата заемат роднини на Бил Гейтс. Впоследствие бе използвана политически срещу президента Тръмп, като обявяването ѝ за готова и регистрацията на препарата се забавиха, за да станат веднага след изборите за президент, на които основно обвинение срещу него беше, че не бил направил достатъчно срещу коронавируса. Накрая авто-

НА АГРЕСИЯ, СТРАХ И ЕЗИК НА ОМРАЗАТА

ритетният парижки вестник „Монд“ разкри, че лично председателката на Европейската Комисия Урсула фон дер Лайен е натискала за скоростното одобряване на медикамента в Европейския Съюз, а френският всекидневник твърди в разследване, че продаването в ЕС не е одобрено от агенцията по лекарствата ЕМА. Зад което, разбира се, няма как да не прозират и интересите на френските производители на ваксини, които бавят или се отказват от пускането на своята. От която пък, от своя страна, ЕС е поръчал най-голямо количество. Това някои коментатори си обясняват с факта, че президентът Макрон наложи Урсула фон дер Лайен за премиер на Евросъюза.

А мотивираното четене и разбиране, според което българската наука „по дифолт“ е неспособна, доведе до липса на скромното финансиране, което се изисква за българската ваксина. За което, при това нелепо развитие на ситуацията, помогна ... Франция.

Каква част от тези противоречиви известия, появили се по най-актуалната тема на последните две години е истина, а каква е манипулация на фактите и прераства в пропаганда, всеки трябва да прецени сам.

Това е изборът на информиране. То не е добре да започва с преднамереност, която не позволява да се вникне в съдържанието, да се провери то впоследствие през друг осведомителен канал, а да не се отрича или да се приема априори.

Съветът ни е, когато вие искате да имате свое истинско мнение за ваксините или по друг въпрос, потърсете информация не от 2, а от 5 източника.

И имайте предвид, че такива като Гугъл и Уикипедия изобщо не са нещо, на което да се доверите по изброените по-горе причини. И заради факта, че ви се поднася най-отгоре нещо, което искат да мислите и да вярвате, а не нещо, което задължително, „по дифолт“ е правдиво.

Търсете противна на вече оформената ви гледна точка. Така ще балансирате погледа си и няма лесно да се хванете на океана от фейкове, в който ни дават по всички въпроси.

Глава Шеста

СТРАХЪТ КОНТРОЛИРА 90% ОТ ИМУНИТЕТА, КАК ДА ГО ЕЛИМИНИРАМЕ?

„Пропагандата е навсякъде около нас и променя представите ни за света“.

Бернайс

Времето на Коронавирус може да се определи и като време на управлението чрез страх, което предприеха политиките в целия Европейски съюз. Много често за допълнително внушаване на катастрофичност бяха използвани не само езикови хиперболи, но също новини и статистики, които са преувеличени (например представянето на броя позитивни тестове като брой хора - „заболели“, а 20% от пробите са поредни, т.е. не са „случаи“ или смесването на PCR и антигенни тестове за третата вълна за удвояване на броя). Това беше оправдано с налагането на непознати мерки за ограничаване на свободното движение, което е основна ценност на Съюза като общност от 27 държави, но и на изолация,

каквато според специалистите е нормална за човешката психика в период до 10 дни.

Има две гледни точки от информационна и психологическа основа дали това е правилно или не.

Ако следваме максимата на известния френски мислител, писател, маркетинг и интелектуалец Фредерик Бегбеде: „Условието за оцеляване по време на апокалипсис е изолирането“.

Според италианско научно изследване последиците от карантините и локдауните по време на корона вирусната пандемия ще ни съпътстват психологически дълги 3 години напред. Като особено тежко е отражението на тези измерения на управлението чрез страх върху две групи от населението – младите хора, особено тийнейджърите, и най-възрастните хора в пенсионна възраст. Именно те, осъзнато или подсъзнателно, най-много страдат от изолацията, доказват експертите.

Като всяко лекарство, и за това важи древната максима, че „само дозата е отрова“. Т.е. предозирането води до недобри резултати. И за това си има научни факти.

Учените доказват, че стресът, страхът, насаждан с медийната кампания и реплики като „Яко ще се мре“, са пряко свързани: могат да намалят имунитета с 40% и с толкова да увеличат риска от тежка форма на Корона вирус.

Според руския професор Алексей Ситников не само 40%, а до 90% от имунитета на съвременния чо-

век е психически - защитата на организма е основно в главата, в мозъка на човека.

Всичко си има чисто биохимическа обосновка, макар експертът да е психолог и психоаналитик, той я цитира.

Стресът стимулира образуването на глюкоза, от което идва учестено дишане, което освен рязко вдигане на кръвното, може да предизвика и задушаване, заедно с паник-атаки.

Тях лекарите дори у нас вече споменават като чести психосимптоми, които хората приемат за корона вирусни и викат линейки, което бави поемането на реалните случаи и струва още човешки животи.

Вдигането на кръвното не е безобидна работа, тъй като над 70% от смъртните случаи с Корона вирус са на хора със сърдечни заболявания и хипертония - от тях всяка година у нас умират над 65 000 души.

Задушаването пък може да убие астматиците съвсем без Корона вирус.

Цялата картина, която рисува професорът може да бъде разказана и с по-кратка връзка: стрес - адреналин - рязък срив на имунитета. Каквото и да прием за него.

Адреналинът е наричан от учените „хормон на жертвите“.

Когато той се появява в прекомерно количество в нетренирани хора, реакцията е пагубна за организма - включва програмата му за саморазрушаване именно

чрез рязкото снемане на имунитета.

Точно по тази причина лекарите винаги препоръчват занимания със спорт, защото при редовните тренировки човек балансира и приучава организма си на отговор на внепазпния стрес и адреналина.

Едно от нещата, които можем и е добре да упражняваме е спокойното дишане. Просто е: дълбоко вдишване - поне 10 секунди, и също толкова дълбоко и продължително издишване. Хем се проверяваме за симптоми на Коронавирус, хем успокояваме целия организъм и елиминираме стреса.

Според учените още по-добре е да практикуваме усмихнато дишане. Усмивката, даже изкуствена, даже изпод маска, води до същия добър ефект за организма, както естествената и смеха. Няма нищо по-добро за повдигане на имунитета поне с 40%. Особено, ако намираме време да практикуваме това всеки ден.

Ако не работим ефективно срещу него, стресът се развива в страх и хормонът на жертвата включва програмата за самоунищожение на организма чисто физически.

Всички знаем за поне няколко попаднали в медиите случая на самоубили се от страх от Ковид19, които бяха вписани като жертви на вируса. Но никой не е изследвал придобитите вследствие на това насаждане на страх от властите и медиите други заболявания.

Психосоматично се пораждаат най-видимо кожни

проблеми. Те могат да се развият при неспадещи нива на стреса и страховете в сериозни дерматологични проблеми.

Другата група, вече невидими, но усещани остро заболявания, са свързаните със стомаха. Често те вървят успоредно с видимите кожни проблеми. Най-често се изразяват в остри язви.

Безсънието, което също се поражда от психологическо претоварване и стракове, може да доведе до цял ред заболявания или да им бъде симптом.

Може да бъде успоредно с получаване на паник атаки, чието често проявление е задушаването, тълкувано от мнозина като признак за Коронавирус, както вече споменахме.

Доста хора попаднаха и в болница с такъв проблем, там вече бяха заразени с Коронавирус19 и влязоха в статистиката като поразени от него.

Най-тежките случаи на поражения, предизвикани от стреса и страховете, свързани с прекомерното психологическо натоварване, съзнателно провеждано покрай коронавируса, са с инфаркти. Сърдечните удари също влизат в графата на починалите от Коронавирус, макар физически да нямат общо с него.

Ако подобни тревоги и стракове се трупат дълго време, а почти цялата 2020 г. и първото тримесечие на 2021 г. минаха под тази доминация, се „отключват“ много случаи на рак и на автоимунни заболявания, каквито

немалко специалисти прогнозираат и във връзка с ваксините, отново насочени срещу коронавируса.

Основният начин за справяне с тези проблеми е намаляването на медийното претоварване с информация, която е и нискокачествена, особено на големите български телевизии, намирането на странично занимание за всекидневна разтуха в областта на прекрасното или на трудоемкото. Също четенето, но на различни гледни точки, не само на текстове, потвърждаващи вашата, слушането на симфонична музика, спортът или поне дългите разходки - прочутите 10 000 крачки.

Както казахме, за всичко има две гледни точки. Има учени, според които стресът е необходимост!

Те са категорични за това и уверено твърдят - именно той е двигателят на нашето развитие, на цялата ни еволюция, защото тя е подтиквана от адаптацията към условията, които са ни стресирали.

Важно е обаче той да не се превръща в страх, който буквално ни убива, като го прави първо през нашия имунитет.

Има ли добър и лош стрес?

Няма, категорични са психолозите - ние си правим стреса положителен или отрицателен за самите нас.

Зависи от начина, по който приемаме т.нар. стресови ситуации - дали с позитивни или с негативни емоции.

Известно е, че нормалното състояние на човешката

психика е отрицателната настройка, което сме наследили от най-древни времена, когато всичко е заплашвало живота на хората. Но развитието ни е направило по-позитивни.

Добрата функция на стреса е да мобилизира организма. Така той се адаптира, справя се с предизвикателствата на средата - природна, социална, ако щете и виртуална. Но най-вече, и особено в период на пандемия, в която ни стряскат всекидневно, информационна среда.

Чрез балансирането на стреса настъпва и хомеостазата - онова, което наричаме спокойствие.

Съвсем според актуалното клише за кризата, много важно е дали приемаме стреса като опасност или като възможност.

Ако у нас се породи страх, това предизвиква постоянен стрес, който ни кара освен с реалните, да се занимаваме с хипотетични заплахи, което води до психосоматични последици.

Ако не овладеем това с тренировка - на съзнанието или още по-добре и на духа, и на тялото, разболяваме и двете и изтощаваме до максимум организма. Което води до сриване на имунитета и включване на програмата за самоубийство - първо психологическо, впоследствие и физическо.

Какъв е начинът да се справим, ако нямаме време, възможности или навици за занимания със спорт?

С гимнастика за ума, на първо място - филтриране на информацията, особено на стресиращата информация.

Сериозните изследвания и научни разработки по проблемите със стреса започват едва през 70-те години и са свързани с травматичния ефект от голямата криза 1973-77 година, която е първата след бума на икономиката и благосъстоянието от края Втората световна война - 40 години мир и просперитет в целия свят.

Какво препоръчват оттогава и досега за лек срещу стрес специалистите?

Поставяне на ГРАНИЦИ.

Изключването или намаляването до минимум на новините от информационното ни меню, което без друго е преситено, е само първата крачка.

В средата си е добре да изключваме конфликти от всякакъв вид и характер.

Да игнорираме всякакъв вид дразнителни - реални и виртуални, не да се обясняваме, да ги поучаваме, да се опитваме да ги победим.

Ако се налага, трябва да игнорираме потребностите на организацията за сметка на личните си потребности - да поставяме себе си на първо място пред когото и да било.

Така ще съумеем да се предпазим от съвсем реални дълбоки проблеми и рани.

Защото дълбоките рани са именно душевни много повече, отколкото физически.

ФАЛШИВИТЕ НОВИНИ КАТО ГЕНЕРАТОР

ОФЛАЙН И ОНЛАЙН ОБЩО

ОТКЪДЕ СЕ ИНФОРМИРАТЕ?

	Брой отговори	% от всички
от семейството	253	24,07
от приятелите/съучениците/колегите	210	19,98
от телевизия, сайтове, списания, вестници	339	32,25
от социалните медии	241	22,93
друго	8	0,76
ОБЩО:	1051	100

УСПЯХТЕ ЛИ ДА НАМЕРИТЕ ДОСТАТЪЧНО ИНФОРМАЦИЯ ЗА КОВИД 19?

	Брой отговори	% от всички
да	218	43,43
не	148	29,48
отчасти	136	27,09
ОБЩО:	502	100

КОИ ОТ ИЗБРОЕНИТЕ ИЗТОЧНИЦИ НА ИНФОРМАЦИЯ СА НАЙ-НАДЕЖДНИ?

	Брой отговори	% от всички
семейството	107	11,54
приятели/съученици/колеги	123	13,27
телевизия	256	27,62
онлайн медии	168	18,12
списания, вестници	145	15,64
социалните медии	113	12,19
друго	15	1,62
ОБЩО:	927	100

НА АГРЕСИЯ, СТРАХ И ЕЗИК НА ОМРАЗАТА

МОЖЕТЕ ЛИ ДА РАЗЛИЧИТЕ ИСТИНСКИТЕ ОТ ФАЛШИВИТЕ НОВИНИ?

	Брой отговори	% от всички
да	162	30,57
не	219	41,32
Не мога да преценя	149	28,11
ОБЩО:	530	100

ВЪЗМОЖНО ЛИ Е ФАЛШИВИТЕ НОВИНИ ДА ПРОВОКИРАТ СТРАХ, СТРЕС, ЗДРАВΟΣЛОВНИ ПРОБЛЕМИ, АГРЕСИЯ?

	Брой отговори	% от всички
да	246	46,77
не	150	28,52
Не мога да преценя	130	24,71
ОБЩО:	526	100

ПРОВЕРЯВАТЕ ЛИ И ДРУГИ ИЗТОЧНИЦИ, КОГАТО ПОПАДНЕТЕ НА ПОДОЗРИТЕЛНА ИНФОРМАЦИЯ?

	Брой отговори	% от всички
да, поне два	158	30,44
да, поне три	91	17,53
да, поне четири	44	8,48
не	226	43,55
ОБЩО:	519	100

ФАЛШИВИТЕ НОВИНИ КАТО ГЕНЕРАТОР

ОНЛАЙН

ОТКЪДЕ СЕ ИНФОРМИРАТЕ?

	Брой отговори	% от всички
от семейството	1	2,94
от приятелите/съучениците/колегите	0	0,00
от телевизия, сайтове, списания, вестници	20	58,82
от социалните медии	13	38,24
друго	0	0,00
ОБЩО:	34	100

УСПЯХТЕ ЛИ ДА НАМЕРИТЕ ДОСТАТЪЧНО ИНФОРМАЦИЯ ЗА КОВИД 19?

	Брой отговори	% от всички
да	6	40,00
не	3	20,00
отчасти	6	40,00
ОБЩО:	15	100

КОИ ОТ ИЗБРОЕНИТЕ ИЗТОЧНИЦИ НА ИНФОРМАЦИЯ СА НАЙ-НАДЕЖДНИ?

	Брой отговори	% от всички
семейството	2	9,09
приятели/съученици/колеги	1	4,55
телевизия	1	4,55
онлайн медии	12	54,55
списания, вестници	0	0,00
социалните медии	4	18,18
друго	2	9,09
ОБЩО:	22	100

НА АГРЕСИЯ, СТРАХ И ЕЗИК НА ОМРАЗАТА

МОЖЕТЕ ЛИ ДА РАЗЛИЧИТЕ ИСТИНСКИТЕ ОТ ФАЛШИВИТЕ НОВИНИ?

	Брой отговори	% от всички
да	28	63,64
не	7	15,91
Не мога да преценя	9	20,45
ОБЩО:	44	100

ВЪЗМОЖНО ЛИ Е ФАЛШИВИТЕ НОВИНИ ДА ПРОВОКИРАТ СТРАХ, СТРЕС, ЗДРАВΟΣЛОВНИ ПРОБЛЕМИ, АГРЕСИЯ?

	Брой отговори	% от всички
да	37	90,24
не	4	9,76
Не мога да преценя	0	0,00
ОБЩО:	41	100

ПРОВЕРЯВАТЕ ЛИ И ДРУГИ ИЗТОЧНИЦИ, КОГАТО ПОПАДНЕТЕ НА ПОДОЗРИТЕЛНА ИНФОРМАЦИЯ?

	Брой отговори	% от всички
да, поне два	19	57,58
да, поне три	5	15,15
да, поне четири	7	21,21
не	2	6,06
ОБЩО:	33	100

ФАЛШИВИТЕ НОВИНИ КАТО ГЕНЕРАТОР

ОФЛАЙН

ОТКЪДЕ СЕ ИНФОРМИРАТЕ?

	Брой отговори	% от всички
от семейството	252	24,78
от приятелите/съучениците/колегите	210	20,65
от телевизия, сайтове, списания, вестници	319	31,37
от социалните медии	228	22,42
друго	8	0,79
ОБЩО:	1017	100

УСПЯХТЕ ЛИ ДА НАМЕРИТЕ ДОСТАТЪЧНО ИНФОРМАЦИЯ ЗА КОВИД 19?

	Брой отговори	% от всички
да	212	43,53
не	145	29,77
отчасти	130	26,69
ОБЩО:	487	100

КОИ ОТ ИЗБРОЕНИТЕ ИЗТОЧНИЦИ НА ИНФОРМАЦИЯ СА НАЙ-НАДЕЖДНИ?

	Брой отговори	% от всички
семейството	105	11,60
приятелите/съученици/колеги	122	13,48
телевизия	255	28,18
онлайн медии	156	17,24
списания, вестници	145	16,02
социалните медии	109	12,04
друго	13	1,44
ОБЩО:	905	100

НА АГРЕСИЯ, СТРАХ И ЕЗИК НА ОМРАЗАТА

МОЖЕТЕ ЛИ ДА РАЗЛИЧИТЕ ИСТИНСКИТЕ ОТ ФАЛШИВИТЕ НОВИНИ?

	Брой отговори	% от всички
да	134	27,57
не	212	43,62
Не мога да преценя	140	28,81
ОБЩО:	486	100

ВЪЗМОЖНО ЛИ Е ФАЛШИВИТЕ НОВИНИ ДА ПРОВОКИРАТ СТРАХ, СТРЕС, ЗДРАВΟΣЛОВНИ ПРОБЛЕМИ, АГРЕСИЯ?

	Брой отговори	% от всички
да	209	43,09
не	146	30,10
Не мога да преценя	130	26,80
ОБЩО:	485	100

ПРОВЕРЯВАТЕ ЛИ И ДРУГИ ИЗТОЧНИЦИ, КОГАТО ПОПАДНЕТЕ НА ПОДОЗРИТЕЛНА ИНФОРМАЦИЯ?

	Брой отговори	% от всички
да, поне два	139	28,48
да, поне три	86	17,62
да, поне четири	39	7,99
не	224	45,90
ОБЩО:	488	100

Авторски и редакционен екип:

Борис Ангелов
Любомир Петров

Дизайн:

Лилия Иванова
Юлиян Зарев

Сдружение Екопрограма

София, май 2021 г.

FAKE
NEWS

FA



С финансовата подкрепа
на Министерството на младежта и спорта
НПМД по чл. 10а от Закона за хазарта за 2021 г.

Изпълнителят на проекта носи отговорност за тук представената информация.

Сдружение Екопрограма, 2021 г.