



Медийна грамотност в действие

Пропагандни техники, когнитивни
изкривявания и манипулация.
ИИ-генерирано съдържание –
дигитален фейк, синтетичен текст,
клонирани гласове.

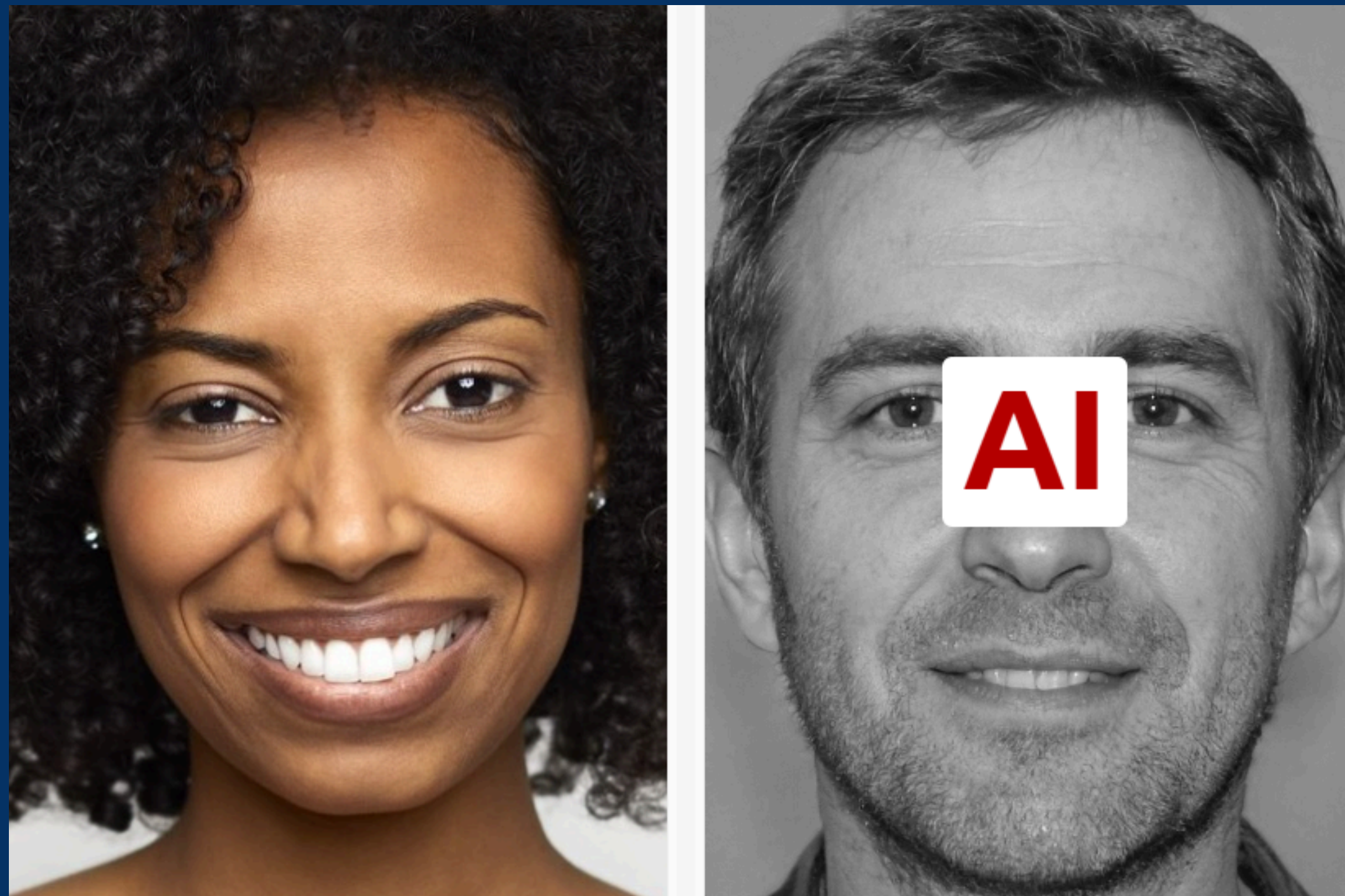
Истинско или генерирано с ИИ?

Ще разгледаме няколко примера на
истинско и генерирано с ИИ съдържание.
Можете ли да познаете кое е генерирано?

Гласуваме с вдигане на ръка



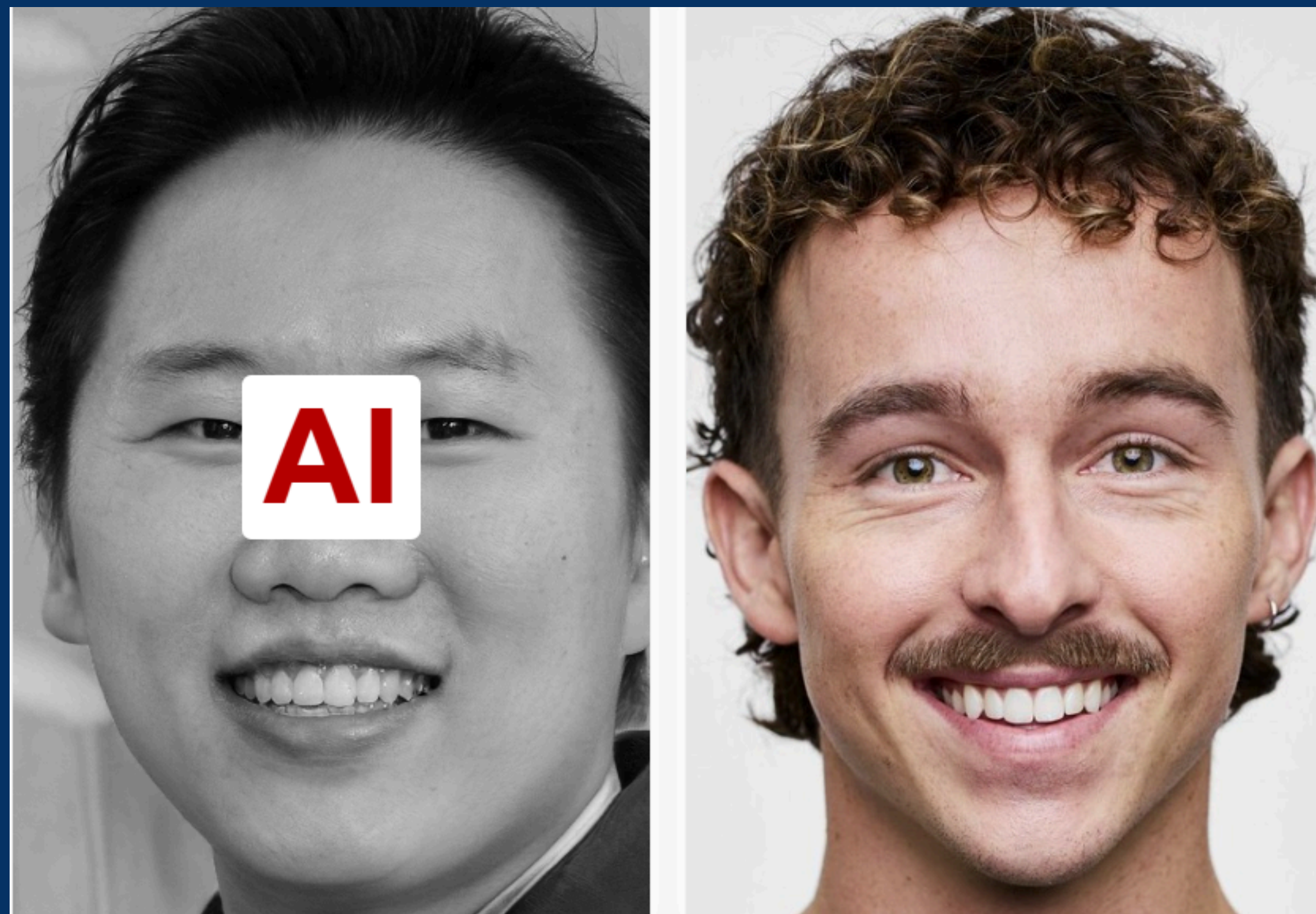
Източник: [BBC.com](https://www.bbc.com) | Getty (Real images) and Nightingale (AI images)



Източник: [BBC.com](https://www.bbc.com) | Getty (Real images) and Nightingale (AI images)



Източник: [BBC.com](https://www.bbc.com) | Getty (Real images) and Nightingale (AI images)



Източник: [BBC.com](https://www.bbc.com) | Getty (Real images) and Nightingale (AI images)



Източник: [BBC.com](https://www.bbc.com) | Getty (Real images) and Nightingale (AI images)



Източник: [BBC.com](https://www.bbc.com) | Getty (Real images) and Nightingale (AI images)



Източник: CBC News National - примерите са от 15 до 45 секунда

**Става все по-трудно да
разпознаем генерираното
от истинското
съдържание.**

**Затова днес ще учим за
манипулацията и как и защо това
съдържание може да ни влияе**



**Най-голямата платформа с практични и качествени обучения и ресурси
за учители и директори**

Инструкция:

- Разделяте се на три групи.
- Всяка група получава работен лист с описание на един тип манипулация.
- Прочетете го внимателно.
- След това опитайте да намерите по един пример от реалния живот.
- Имате 5 минути за работа.
- После – 90 секунди да обясните темата на класа.



**Манипулацията работи,
когато **не сме осъзнати** за нея.**

**А вие вече знаете доста
начини, по които можете
да я различите.**



90 секунди за
споделяне от
всяка група

Най-голямата платформа с практични и качествени обучения и ресурси
за учители и директори

Група 1: КОГНИТИВНИ ИЗКРИВЯВАНИЯ

Преки пътища на мозъка, които манипулацията използва

Понятие	Същност
Потвърдително пристрастие	Вярваме на информация, която потвърждава убежденията ни
Ефект на ореола	Харесваме ли някого, вярваме на всичко, което казва
Ефект на тълпата	„Щом всички споделят – сигурно е вярно“
Пристрастие към авторитета	По-лесно вярваме на уверено звучащото
Ефект на котвата	Първото твърдение оцветява всичко следващо

Група 2: ПРОПАГАНДНИ ТЕХНИКИ

Конкретни похвати за заобикаляне на критичното мислене

Техника	Как работи
Апел към страха	Страхът блокира анализа
Фалшива дилема	Само две крайности – нюансите изчезват
Емоционален език	Силни думи → силна реакция → без мислене
Повторение	Познатото звучи истинско
Слагане на етикети	Думи вместо аргументи
Апел към авторитет	Позоваване без реален контекст

Група 3: ИИ-ГЕНЕРИРАНО СЪДЪРЖАНИЕ

Нови форми на манипулация, достъпни за всекиго

Тип	Какво е
Дийпфейк	Видео/аудио/изображение с реален човек в измислена ситуация
Синтетичен текст	Статии и коментари, написани от ИИ
Клониран глас	Копие на реален глас от кратък запис
Астротърфинг	Изкуствена масова подкрепа чрез генерирани профили

**След като вече
знаете видове
манипулации,
е време да ги
откриете**

**Най-голямата платформа с практични и качествени обучения и ресурси
за учители и директори**

Инструкция:

- Разделяте се на 6 групи.
- Всяка група получава по два медийни примера – от социалните мрежи, в имейли, в коментари.
- За всеки пример открийте техниките, изкривяванията и конкретните думи за манипулация.
- Използвайте речника от предишното упражнение.
- 15 минути за работа



Всяка група споделя само две неща:

- най-силната техника, която откри
- конкретната дума или изречение, които са сигналят
- 90 секунди на група



Вече анализирахме манипулацията.
Сега ще създадем послание срещу нея.

Но не за всички, а за конкретна
аудитория.

И това е разликата между
добра кампания и плакат с
надпис: „**Не вярвайте на
фалшиви новини.**”



Най-голямата платформа с практични и качествени обучения и ресурси
за учители и директори

Защо ще работим за различни аудитории?

Най-голямата платформа с практични и качествени обучения и ресурси
за учители и директори



Манипулацията **не работи еднакво за всички.**
5-годишното дете е уязвимо към различни
техники от баба ви. Учителят – към различни от
съученика ви.

Вашата задача е да разберете коя техника е най-
опасна за вашата аудитория – и да ѝ обясните
точно нея, по начин, по който ще я разбере.

Послание на кампанията:

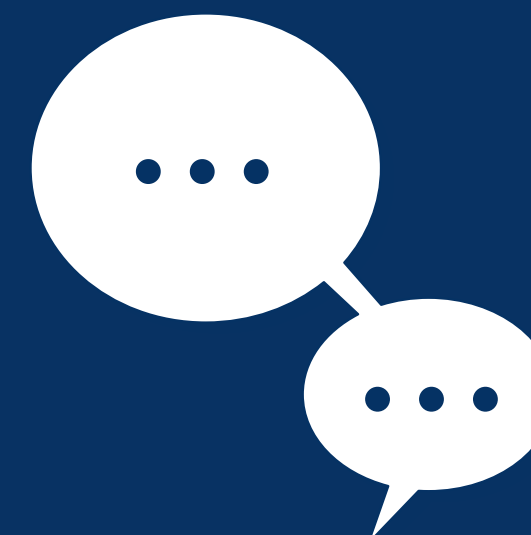
Ние сме поколението,
което отказва да бъде
манипулирано.

Адаптирайте го към
вашата аудитория.



Инструкция:

- Използвайте работния, за да структурирате кампанията си.
- Всяка група разработва кампания за своята аудитория.
- Може да направите дигитална или офлайн кампания.
- 30 минути за работа.





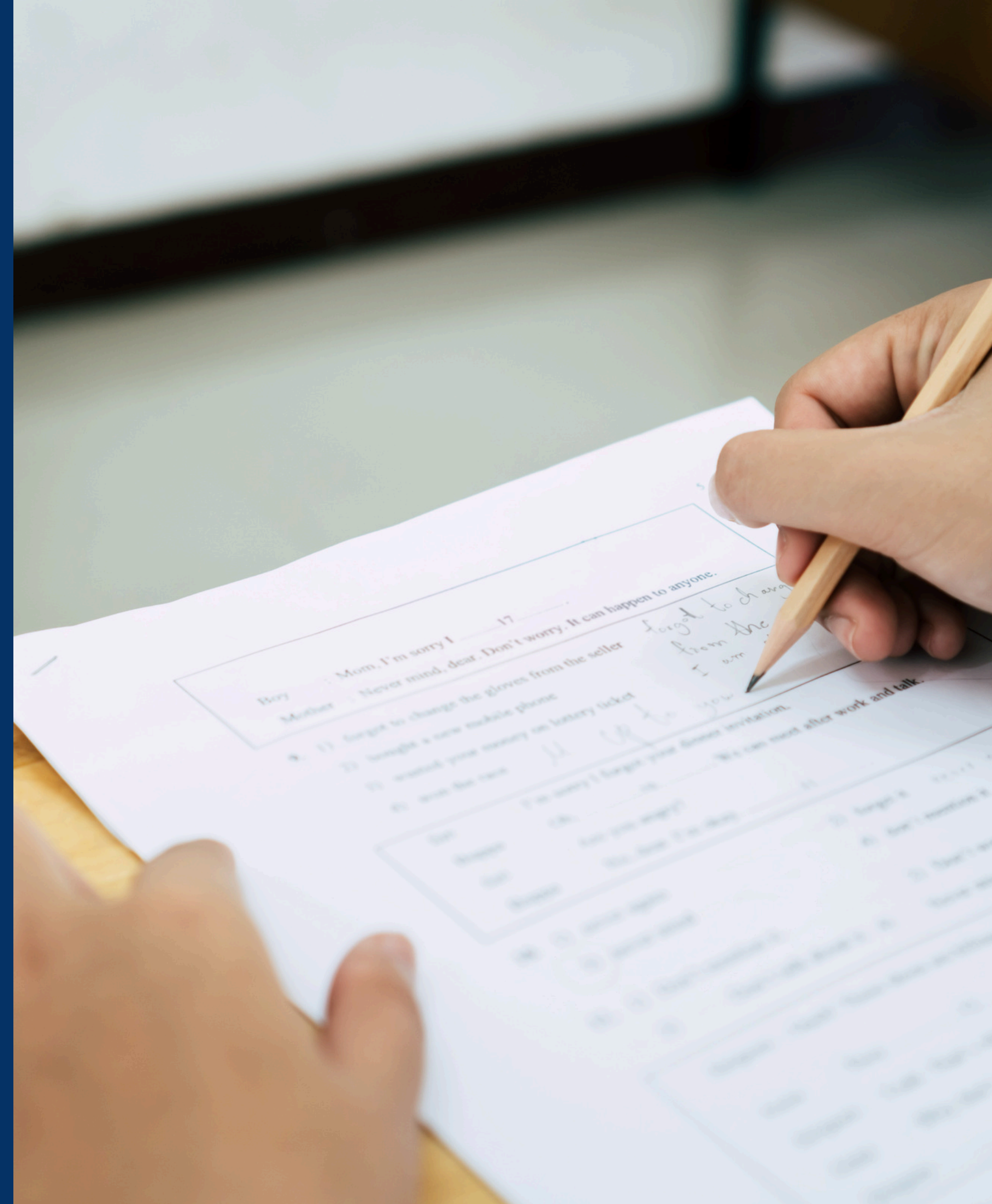
90 секунди за
споделяне от
всяка група

Най-голямата платформа с практични и качествени обучения и ресурси
за учители и директори

За финал:

Довършето изречението:

„След днес, когато видя
нещо в социалните
мрежи, ще...”





**Манипулацията разчита на бързината.
Разчита на емоцията преди мисленето.**



**Всяка пауза, всеки загаден въпрос, всяко
проверено твърдение е противодействие.**

**Вие вече знаете как да я различавате,
а това е началото.**

Благодаря!

