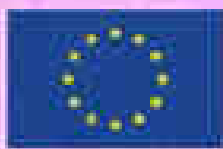


ГРИЖА ЗА ИСТИНАТА –

СРЕЩУ ФАЛШИВИТЕ НОВИНИ И АНТИРОМСКАТА ДЕЗИНФОРМАЦИЯ



Тази книга е съфинансирана от програма
„Права, равенство и гражданство“ (2014-2020)
на Европейския съюз.

Тази публикация е разработена за целите на проекта ГРИЖА ЗА ИСТИНАТА Преодоляване на антиджипсизма чрез овластяване на ромите за противодействие на дезинформацията и фалшивите новини в България (REC-RDIS-DISC-AG-2019-881923) по координацията на Фондация С.Е.Г.А. и с партньорството на Центъра за изследване на демокрацията, Фондация Рома-Лом и Фондация „Приложни изследвания и комуникации“.

Книгата е продукт на съвместната работа на експертен екип от четирите партньорски организации с принос като автори и съавтори.

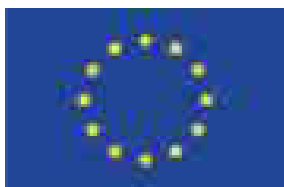
Издание на Фондация С.Е.Г.А.; Всички права запазени

София, 2022

Дизайн и предпечат: Росица Каламова

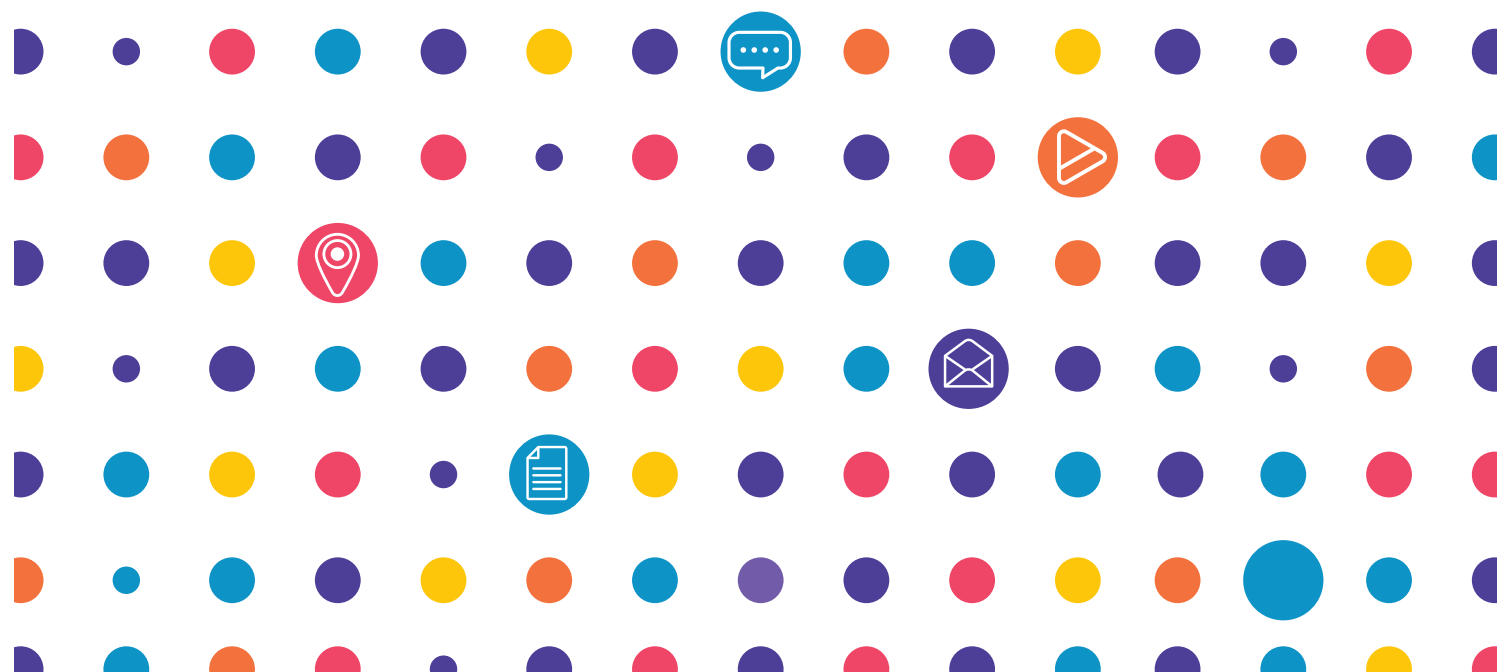
ISBN: 978-954-9630-67-1

Публикация по проект **Грижа за истината: Преодоляване на антиджипсизма чрез овластяване на ромите за противодействие на дезинформацията и фалшивите новини в България(REC-RDIS-DISC-AG-2019-881923)**



Тази книга е съфинансирана от програма „Права, равенство и гражданство“ (2014-2020) на Европейския съюз. Съдържанието на книгата представя вижданията на авторите и отговорността за изразените мнения се носи единствено от тях самите. Европейската комисия не носи отговорност за съдържанието на книгата или за начина, по който информацията в нея може да бъде употребена.

ГРИЖА ЗА ИСТИНАТА – СРЕЩУ ФАЛШИВИТЕ НОВИНИ И АНТИРОМСКАТА ДЕЗИНФОРМАЦИЯ



Тази публикация е разработена за целите на проекта ГРИЖА ЗА ИСТИНАТА Преодоляване на антиджипсизма чрез овластяване на ромите за противодействие на дезинформацията и фалшивите новини в България (REC-RDIS-DIS-AG-2019-881923) под координацията на Фондация С.Е.Г.А. и с партньорството на Центъра за изследване на демокрацията, Фондация Рома-Лом и Фондация „Приложни изследвания и комуникации“.

Книгата е продукт на съвместната работа на експертен екип от четирите партньорски организации с принос като автори и съавтори:

Ралица Сечкова, Фондация С.Е.Г.А.	Цялостна редакция Ромите – хомогенна или разнородна общност?
Росалина Тодорова, Лилия Якова, Център за изследване на демокрацията	Резултати от качествено проучване в ромските общности – окончателен доклад С поглед напред
Румян Сечков, Фондация С.Е.Г.А.	Грижа за истината – проект и мисия Факти и аргументи – в отговор на най-разпространените митове за ромите Ромската общност срещу фалшивите новини – опитът от общностната работа С поглед напред
Люба Батембергска, Фондация С.Е.Г.А.	Факти и аргументи – в отговор на най-разпространените митове за ромите – секции образование, заетост
Емануил Георгиев, Фондация Приложни изследвания и комуникации	Подходи за противодействие на антиромската дезинформация Пилотен училищен модел за противодействие на фалшивите новини
Николай Кирилов, Фондация Рома-Лом	Ромската общност срещу фалшивите новини – опитът от общностната работа

СЪДЪРЖАНИЕ

ГРИЖА ЗА ИСТИНАТА – ПРОЕКТ И МИСИЯ 5

РЕЗУЛТАТИ ОТ КАЧЕСТВЕНОТО ПРОУЧВАНЕ В РОМСКИТЕ ОБЩНОСТИ. – ФИНАЛЕН ДОКЛАД 9

Контекст 11

Резултати от кабинетното проучване 15

Онлайн наблюдение на каналите за разпространение на антиромска медийна и онлайн враждебност 15

Специфични за каналите подходи за разпространение на антиромска дезинформация 18

Дискурсивен анализ на антиромски наративи, митове, образи 21

Изводи от проведеното кабинетно проучване 24

Резултати от фокус-групите 27

Основни информационни канали, използвани от ромските общности 27

Фалшивите новини и дезинформацията през перспективата на ромските общности 30

Видове дезинформация и фалшиви новини, засягащи ромските общности 32

Медийни подходи към разпространението на дезинформация относно ромските общности, които достигат до самите тях 41

Емоционално заредени аспекти на антиджипсизма 43

Изводи от проведените фокус групи 46

Библиография 48

ФАКТИ И АРГУМЕНТИ – В ОТГОВОР НА НАЙ-РАЗПРОСТРАНЕНИТЕ МИТОВЕ ЗА РОМИТЕ 52

Митове и фалшиви новини – малко за явлението и понятията 54

Ромите – хомогенна или разнородна общност? 56

Ромски общности и подгрупи 56

Съществени различия в степента на интегрираност 57

Вътрешно-общностна йерархия между семейства и родове в ромските общности 58

Обособени общности и маргинализация 58

Митове и реалност – какво показват фактите 60

Образование – „ромите са неграмотни, защото не искат и не могат да учат“ 60

Демографските процеси и страховете,
че „ромите ще ни превземат“ **66**
Заетост, доходи и митове,
че „ромите паразитират върху обществото“ **71**
Жилищна среда и начин на живот **75**
Митове за политиките към ромите:
„Милиарди се изсипват за интеграция на ромите“ **78**
Ромите и пандемията от КОВИД-19 **80**

ПОДХОДИ ЗА ПРОТИВОДЕЙСТВИЕ НА АНТИРОМСКАТА ДЕЗИНФОРМАЦИЯ 83

Базисен наръчник: Как да разпознаваме фалшивите новини 85

Тема 1: Разпознаване на фалшиви новини **85**

Тема 2: Медийни манипулации **88**

Наръчник за ромски лидери, активисти, медиатори, представители на ромски и про-ромски НПО 92

Тема 1: Фалшиви новини за ромите **93**

Тема 2: Медийни манипулации, представящи ромите
в неблагоприятна светлина **96**

Тема 3: Как да противодействаме на фалшиви новини и манипулации по
отношение на ромската общност **98**

Тема 4: Как да информираме ромските общности в махалите
за фалшивите новини - подходи и методи **104**

**Ромската общност срещу фалшивите новини –
опитът от общностната работа 106**

ПИЛОТЕН УЧИЛИЩЕН МОДЕЛ ЗА ПРОТИВОДЕЙСТВИЕ НА ФАЛШИВИТЕ НОВИНИ 109

**Наръчник за учители – как да развиваме критично мислене и
толерантно отношение сред учениците 111**

Дигитално-медийна грамотност **111**

Принципи и методи **113**

Планове за обучителни модули **117**

Развиване на нагласи за толерантност **125**

Развиване на нагласи за толерантност **128**

Добри практики на открити уроци в училище 130

С ПОГЛЕД НАПРЕД 131

ГРИЖА ЗА ИСТИНАТА – ПРОЕКТ И МИСИЯ



Тази публикация е разработена в рамките на проект ГРИЖА ЗА ИСТИНАТА – „Преодоляване на антигджипсизма чрез овластяване на ромите за противодействие на дезинформацията и фалшивите новини в България“, съфинансиран от Програма Права, равенство и гражданство (2014 – 2020) на Европейския съюз и реализиран в партньорство от Фондация С.Е.Г.А. – Старт за ефективни граждански алтернативи (водещ партньор), Фондация Приложни изследвания и комуникации, Фондация Рома-Лом и Центъра за изследване на демокрацията.

Проектът „Грижа за истината“

Фокусът на проекта ГРИЖА ЗА ИСТИНАТА е съсредоточен върху едно от най-явните и нелицеприятни проявления на анти-ромските нагласи и тенденции в българското общество – медийните дискурси, които разчитат на дезинформация и фалшиви новини при представянето на ромските общности и отразяването на събития, свързани с тях. Проектът подпомага общественото противопоставяне на засилващите се вълни от анти-гджипсизъм в България чрез включване на самите роми в този процес.

Идеята за проекта Грижа за истината не беше мислена и измислена в офиса на някоя от партньорските граждански организации за участие в конкурса по програмата на ЕС. Тя беше „натрапена“ от реалната ситуация, в която се намира българското общество, разделяно по различни признаци чрез целенасочени действия от политически формации и добре организирани групи. Новите технологии – електронните медии и социалните мрежи, много успешно подпомагат този процес, защото се развиха стремително през последните години и свариха неподготвени хората да боравят разумно с тях.

Участието на националистите в управлението на България катализира етническото напрежение, особено по отношение на ромските общности. Дезинформацията и фалшивите новини заеха по-голямата част от информацията в социалните мрежи. Ромите отново бяха най-потърпевши – освен че немалка част от фалшивите новини бяха насочени срещу тях, те по-трудно ги филтрираха и безкритично ги възприемаха за истина от първа инстанция. Необходимо беше да се направят стъпки към промяна на съществуващото положение, да се работи активно срещу езика на омразата и фалшивите новини, водещи до антиромски настроения. За да има траен ефект, агенти на тази промяна трябва да бъдат самите роми и хората, които работят с тях и близо до тях, каквито са учителите.

Какво постигнахме

За да бъдат постигнати тези цели беше необходимо партньорите по проекта да разработят съответните ресурси, всеки според натрупания опит и квалификация.

- **Центърът за изследване на демокрацията**, с опит в проучванията, разработи качествен анализ на възприятията на представителите на ромските общности за влиянието на враждебната медийна и онлайн обстановка върху техния живот. Наред с прегледа на литературата и

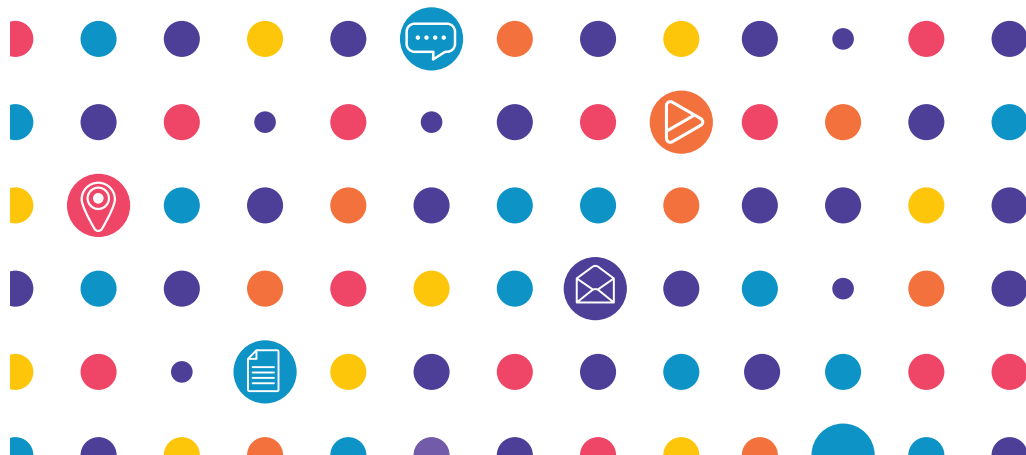
проучването на основните канали, подходи и наративи, чрез които антиромското говорене се проявява в българските медии, бяха проведени фокус групи с представители на ромските общности в България, чрез които беше проучено влиянието на фалшивите новини и дезинформацията върху представите на ромите и как това се отразява на нагласите им към автосегрегацията и интеграцията. Огромна помощ при реализацията на качествено проучване чрез фокус-групи по време на Ковид пандемията оказва фондация Рома-Лом.

- **Фондация С.Е.Г.А.**, с помощта на фондация Рома-Лом, които от десетилетия работят за развитие на ромските общности, разработиха доклад „Факти и аргументи – в отговор на най-разпространените митове за ромите“. Той е разработен на основата на проучвания и статистически данни, като целта му е да даде теми за размисъл и да провокира мисленето на хората за промяна на поведението и как аргументирано да отговорят на дезинформацията, произтичаща от митовете.
- **Фондация Приложни изследвания и комуникации** е координатор на Националния център за безопасен интернет и има натрупан сериозен опит в обучението на младежи и учители в тази сфера. Екипът на фондацията разработи инструментариум, който беше използван при обученията на ромските активисти и учителите, като впоследствие им беше предоставен да го ползват при последващите им дейности – работа в общностите, с учениците и техните родители.
- **Екипът на фондация Рома-Лом** активно подпомагаше работата по време на обученията и координира изцяло дейностите на ромските активисти при срещите им в общностите, в които живеят. В сложната Ковид обстановка експертите успяха да организират местните активисти за участие в обученията и последващата работа на място.

С разработените подходи и ресурси, в рамките на проекта беше изградена дигитална и медийна грамотност на ключови личности от ромските общности – активисти и медиатори, чрез която да откриват и оспорват антиромската дезинформация и фалшивите новини. Те, от своя страна, предават наученото на по-будните хора от кварталите, които пък да обясняват на останалите как да откриват фалшивите новини и дезинформацията. Учителите, след като преминаха през съответните обучения, учеха своите ученици как да разпознават фалшивите новини, да ги показват на останалите и така да намаляват етническото напрежение и формирането на негативни предразсъдъци към ромските общности. Да ги научат и как да се предпазват от опасностите в интернет пространството. Паралелно с това са предложени стратегически мерки срещу антиромската дезинформация и фалшивите новини и са поставени основите за преодоляване на отсъствието на ромски представители в публичните дебати по тази тема.

За книгата

В тази книга сме се опитали да съберем в синтезиран вид основната част на извършеното по проекта Грижа за истината. Разработените материали биха били от полза на всички, които пряко или непряко се занимават с темите за антиромската дезинформация, фалшивите новини, безопасен интернет. В съкратен вид са включени трите наръчника за разпознаване и противодействие на фалшивите новини и медийните манипулации, разработени от Фондация „Приложни изследвания и комуникации“ – един базисен, предназначен за по-широка аудитория, един за ромски лидери и активисти и здравни медиатори, и един, предназначен за учители, който включва и методика за развиване на критично мислене и толерантност у учениците, както и примерни уроци, които могат да се прилагат в клас. Публикуваните анализи, методики и ресурси ще помогнат най-вече на ромските активисти в конкретната им работа с общностите при разсейване на слухове и неверни твърдения, често водещи до допълнителна автосегрегация.



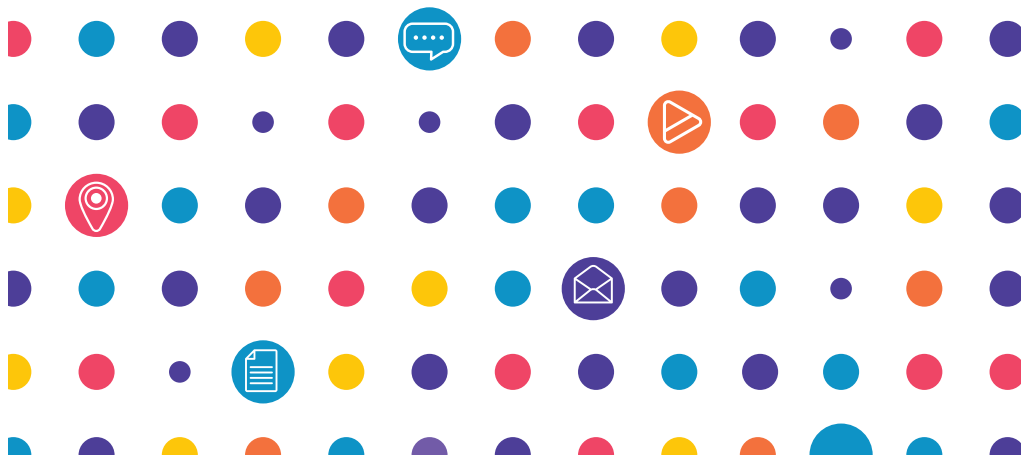
РЕЗУЛТАТИ ОТ КАЧЕСТВЕННОТО ПРОУЧВАНЕ В РОМСКИТЕ ОБЩНОСТИ – ОКОНЧАТЕЛЕН ДОКЛАД



В рамките на проекта, като първа стъпка за откриването на актуалните потребности на ромските общности, беше проведено качествено проучване „Медийни и онлайн наративи, фалшиви новини и тенденции за дезинформация, засягащи ромите в България“. Проучването имаше за цел да разбере по-добре враждебната връзка между медиите и ромските общности в България, като идентифицира компонентите, с които тя се проявява. Поместеният тук текст представлява съкратен вариант на детайлния Доклад от качествено проучване¹ и описва основните канали, похвати и проявления на антиромските наративи, митове и образи в България. Проучването е базирано на качествени данни, събрани на два етапа. Първият етап се състои от кабинетно проучване, целящо да идентифицира най-важните онлайн и медийни канали за разпространение на антиромска враждебност и наративите, чрез които тя се популяризира.

Втората фаза от изследването се състои от фокус-групови дискусии с роми и цели да отчете влиянието на антиромските медийни и онлайн наративи и послания върху самите ромски общности. 11 фокус групи бяха проведени онлайн през юли и август 2020 г. с представители на ромските общности от 10 различни населени места в България (Лом, Монтана, Септемврийци, Нови пазар, Пловдив, Сливен, Ямбол, Видин, София и Разлог). Респондентите във фокус групите, включват активисти, ромски медиатори, ромски лидери, ромски младежи, ученици от смесени и сегрегирани училища и обучители. Включени бяха респонденти с различен профил, отразяващ разнообразието на ромските общности по признаците произход, статус, етнокултурна и религиозна принадлежност, нива на образование, пол, възраст, самоидентификация, език, доходи и различна степен на включеност в микро- и макроикономическите процеси в България. Анализът отговаря на три основни въпроса: Кои са основните характеристики на ефективните канали за антиромска дезинформация? Какво е влиянието на антиромските наративи върху ромските общности? Каква е връзката между антиромската дезинформация и нагласите на ромските общности към интеграцията и автосегрегацията?

1. Пълен текст на доклада е публикуван онлайн на български и на английски език: https://cega.bg/wp-content/uploads/2021/05/CARE-4-TRUGH-Qualitative-Study-report-CSD_final-BG1.pdf и https://cega.bg/wp-content/uploads/2021/05/CARE-FOR-TRUTH-Qualitative-Study-Report_CSD_final-EN1.pdf и <https://csd.bg/bg/publications/publication/media-and-online-narratives-fake-news-and-disinformation-trends-in-relation-to-roma-in-bulgaria/>



КОНТЕКСТ

Проблемът със системната дискриминация на ромското малцинство в България е последователно извеждан на преден план при опитите за промяна в политическите подходи и в регулативната рамка по въпроса с интеграцията и равнопоставеността на етносите. Ромската общност е била постоянен обект на системно изключване и всекидневни актове на насилие, мотивирани от етническа омраза (Council of Europe, 2020:11). Расисткият характер на обществените и политически дискурси в България често са били критикувани в Европейската Комисия. Расизмът и нетолерантността са определяни като един от основните двигатели на непрекъснатите антиромски нагласи в страната (Council of Europe, 2014:15-16). Наскоро последният доклад на Комисаря по правата на човека към Съвета на Европа след посещението ѝ в България през ноември 2019, потвърди установената негативна тенденция, отчитайки високия брой на престъпления от омраза и преобладаващата реч на омразата, най-вече насочена към ромската общност (Council of Europe, 2020:4). Предишно изследване на Центъра за изследване на демокрацията (Центъра) и Фондация Приложни изследвания и комуникации (ARC Fund)² показва не само, че речта на омразата и враждебността към ромите е най-популярната и общоприета форма на изключване от обществения и гражданския живот, но и че именно към тази малцинствена група са проявени най-високите нива на предразсъдъци от младежи в социалните мрежи.

Речта на омразата се среща се в масовите медийни канали, както и в социалните мрежи (Даскалова, 2015:2). Тя е превърната в „нормалност“ чрез честата употреба от потребителите на социалните мрежи, политическите коментатори, експерти и дори уважавани и смятани за безпристрастни журналисти и водещи на новини (Даскалова, 2015:2). Предишни изследвания показват, че новинарските дискурси в традиционните печатни и телевизионни медии поддържат и затвърждават тенденцията на структурното изключване на ромското малцинство (Bahar, 2018).

Медийният фокус в печатните периодични издания е изградил образа на ромите в България около представата за „другия“, която се осланя на митове за ромската престъпност, за вродената примитивна природа на ромите, на твърдението, че ромите източват националните и европейските ресурси и на „демонизацията“ на определени членове на ромското малцинство (Инджов, 2012:25-30). Ромите остават най-негативно представяната малцинствена група в България (Спасов, 2017:13).

Тези идентифицирани негативни медийни тенденции в представянето на ромското малцинство в България и тяхната открита обвързаност с дискри-

2. Тези заключения са очертани в непубликуван доклад, разработен от Центъра за изследване на демокрацията за целите на проекта YouthRightOn, финансиран от Фонд за Вътрешна Сигурност на Генералната Дирекция по Миграция и Вътрешни Работи на Европейския съюз. Докладът е базиран на проучване чрез смесен метод на тема устойчивостта на младежите срещу крайнодесни екстремистки съобщения онлайн. Тези заключения са извлечени от данни, събрани чрез кабинетно проучване, количествен анализ (чрез детайлен въпросник) и качествен анализ (чрез фокус групи).

минационни нагласи и практики, са съчетани и с изключително ниски нива на докладване на случаи на дискриминация³ от българските роми (EU-MIDIS II:29). Изглежда, че е много по-малко вероятно ромите в България да докладват за случаи, в които са преживявали дискриминация или да определят конкретно поведение като дискриминативно спрямо тях (EU-MIDIS II:49). Тези тенденции може да идват от възприятието на ромите, че „нищо не би могло да се случи или да се промени в резултат на докладването на случай на дискриминация“⁴, което е белег за системно съмнение в наличието на социална солидарност и уважение към човешките и гражданските права.

Също така, този резултат би могъл да означава, че самите роми трябва да бъдат допълнително образовани да разпознават и да се противопоставят на дискриминацията и враждебните медийни и онлайн практики, насочени срещу етническите малцинства в България. Проектът ГРИЖА ЗА ИСТИНАТА адресира тази конкретна цел чрез обучения и образование на ключовите играчи на промяната: активисти и медиатори от ромските общности, застъпници и образователни специалисти. Стремещт към мултиплициращ ефект от увеличаването на осведомеността и овластяването на ромите е основополагащ за по-широкия структурен процес на противопоставяне на дискриминацията и антиромските настроения и реторики.

Понятия и определения

Качественото изследване анализира основните елементи и характеристики на разпространяваната от медиите антиромска враждебност в България. Към темата е подходено през рамката на структурния антиджипсизъм. Той се състои не само от индивидуалните прояви на предразсъдъци, но включва също и институционализираните и/или скритите вътрешни разбирания за по-малоценното положение на ромите спрямо етническите българи. Този доклад използва пет главни определения и понятия: антиджипсизъм, медийна враждебност, реч на омразата, фалшиви новини и дезинформация.

Антиджипсизъм. Докладът използва работното определение за антиджипсизъм, разработено от Алианса срещу антиджипсизъм, който дефинира понятието като „исторически конструиран, постоянен комплекс от обичаен расизъм срещу социални групи, идентифицирани под стигмата „циганин“ или други свързани термини и включва: 1) хомогенизирано и същностно възприемане и описание на тези групи; 2) приписването на специфични характеристики на тези групи; 3) дискриминиращи социални структури и насилствени практики, които възникват на основата на това, водят като резултат до унизяващо и изключващо поведение и възпроизвеждат структурни препятствия.“⁵ (Alliance Against Antipsyism, 2017:5).

3. Българските роми са с най-нисък процент на докладване за изпитана дискриминация, „базирана на етнически произход“ сред европейските държави с 19%. За сравнение, най-високите проценти са в Португалия (61%), Гърция (41%) и Хърватия (42%).

4. 66% от българските роми използват този аргумент като обяснение за недокладването на случай на дискриминация при кандидатстване за работа (EU-MIDIS II:49).

5. Официален превод на понятието, разработен при изграждането на Алианс против Антиджипсизма, версия юни 2017 г.

Проявленията на антиджипсизъм включват, но не се изчерпват до: престъпления от омраза, насилие основано на етническа принадлежност, реч на омразата, както и по-прикрити практики на използване на обидни термини, груб език и стигматизиращи действия. Антиджипсизмът не е изцяло личен предразсъдък. Това е системно проявяваща се взаимозависимост между институционалната изключеност и всекидневните практики, които я съпътстват и по този начин я легитимират и нормализират в ежедневието, като същевременно ѝ осигуряват трайно място в обществените нагласи.

Медийна враждебност. Това изследване определя медийната враждебност като налагането на негативни наративи, основани на враждебни митове и образи на ромите. Медийната враждебност е един от избраните за наблюдение компоненти на антиджипсизъм, защото служи за съхранението и пресъздаването на етническата враждебност. Антиромската природа на медиите в България превръща в „нормалност“ установените практики по етническо изключване, дискриминация и предразсъдъци към ромите, чрез създаване и акцентирание върху по-фините (и по-грубите) междугрупови разлики между мнозинството и малцинството. Враждебните медийни наративи потвърждават враждебните всекидневни настроения и ги свързват във всеобхватна идеология на етническо различаване. Медийната враждебност използва класическия наратив „ние срещу тях“, за да дефинира и загаде отношенията между ромското малцинство и мнозинството от етническите българи. Двете съпоставяни групи са обрисувани в крайностите – едните са изцяло добри, а другите – изцяло лоши.

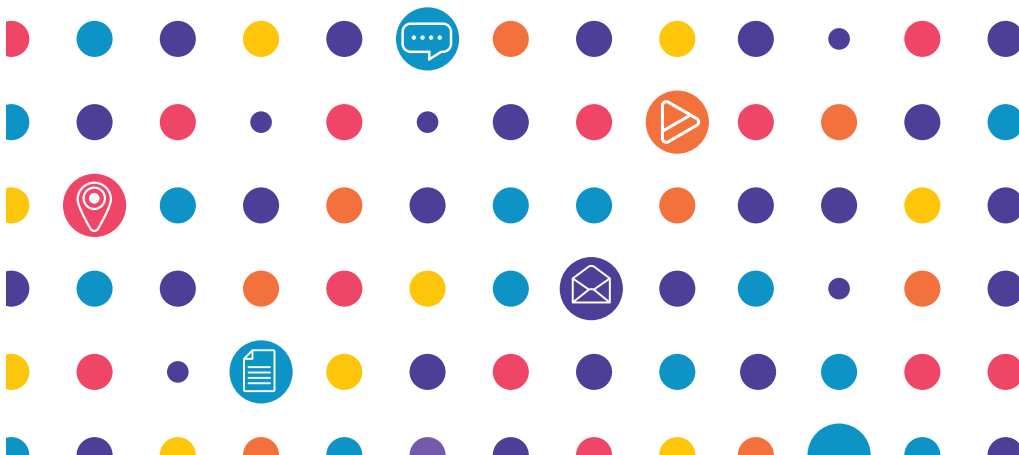
Проявленията на медийна враждебност спрямо ромите включват и публично разпространение на реч на омразата и на фалшиви новини, насочени спрямо ромското малцинство, които водят до обща дезинформация, както сред мнозинството, така и сред малцинствените групи. Медийната враждебност също включва и по-прикрити проявления на предразсъдъци (Tolsma, 2009:148) и системен антиджипсизъм като деградация, осмиване и обиден език, които биха могли да бъдат представени като нормални, за да служат на целите на налагането на етнически различия и нетолерантност.

Реч на омразата. Най-общоприетото определение на реч на омразата, което се използва за анализирането на този феномен на практика, идва от Съвета на Европа и дефинира понятието като „всички изразни форми, разпространяващи, подбуждащи към, улесняващи или оправдаващи расовата ненавист, ксенофобията и антисемитизма или други форми на ненавист, основани на нетолерантност, включително: нетолерантност, афиширана като агресивен национализъм и етноцентризъм, дискриминация и враждебност срещу малцинства, преселници и хора с имигрантски произход“ (Съвет на Европа, 1997: Res. No. R97). В определянето на речта на омразата и идентифицирането на проявленията ѝ, трябва също да имаме предвид и спецификите на контекста на този феномен в различните държави-членки на Европейския Съюз (ЕС). Настоящото изследване разглежда антиромската враждебност като специфично проявление на реч на омразата, което принадлежи към всекидневното говорене и разпространение на антиджипсизма.

Фалшиви новини и дезинформация. За целите на настоящото изследване, фалшивите новини са дефинирани през призмата на дезинформацията. Като „фалшива новина“ е категоризирана всяка невярна информация, разпространена умишлено или поради небрежност и нехайност от медиите или от потребители на социалните мрежи в онлайн пространството.

Речта на омразата, фалшивите новини и дезинформацията са изследвани в този доклад като основен елемент на антиромска медийна враждебност. Следващите раздели от този доклад предлагат детайлен анализ на спецификите, проявленията и каналите за разпространение на антиромската враждебност в България.

Приносът на този доклад се състои от качествен анализ на възприятията на представителите на ромските общности за влиянието на враждебната медийна и онлайн обстановка върху техния живот. **Докладът съдържа три смислови секции.** Първо, преглед на литературата очертава основните концепции и дефиниции, които са ползвани при аналитичния подход към антиромската враждебност в България. Второ, резултатите от кабинетно проучване представят основните канали, подходи и наративи, чрез които антиджипсизмът се проявява в българските медии. За финал, анализ на данните от проведени фокус групи с представители на ромските общности в България систематизира уроците, които сме научили за влиянето на фалшивите новини и дезинформацията върху представите на ромите и как това се отразява на нагласите им към автосегрегацията и интеграцията.



РЕЗУЛТАТИ ОТ КАБИНЕТНОТО ПРОУЧВАНЕ

Следващата тематична част от доклада разглежда изводите и откритията, направени на базата на данните от проведено кабинетно проучване на тема антиромска медийна враждебност в България. Кабинетното проучване се състои от две основни части. Първо, онлайн наблюдение, осъществено върху най-отчетливите канали и подходи за разпространение на антиромска дезинформация и фалшиви новини. Второ, направен е дискурсивен анализ на медийни материали и онлайн публикации, за да отчете популярните антиромски наративи, разпространявани в българското публично пространство.

ОНЛАЙН НАБЛЮДЕНИЕ НА КАНАЛИТЕ ЗА РАЗПРОСТРАНЕНИЕ НА АНТИРОМСКА МЕДИЙНА И ОНЛАЙН ВРАЖДЕБНОСТ

Подбраните канали за наблюдение на онлайн и медийната антиромска враждебност са Фейсбук, Blitz.bg, 24chasa.bg, NovaTV, plovdiv24.bg, rodopi24.com и zapernik.com.

blitz.bg

Blitz.bg е избран като обект на анализ поради безспорното господство на уебстраницата в категорията „Новини и медии“ на популярни уебстраници. Това е единствената уебстраница за новини, която е в топ 10 на най-посещаваните уебстраници в България. БЛИЦ също е и представител на уебстраница за новини с лоша репутация, тъй като е известен с практиките си на изопачаване и разпространение на неверни сведения (Спасов, 2017). Като уебстраница с новини с информативно съдържание, единиците на анализ, открити в БЛИЦ са новинарски статии в текстова форма, както и прилежащите изображения, които визуализират наративите.

24chasa.bg

24chasa.bg е първият „много уважаван“ медийен източник, който присъства в класирането на популярни уебстраници (вж. Фиг. 2). Това е онлайн платформата на един от най-големите информационни всекидневници в България и е избрана за анализ като представител на „сериозната“ журналистика и репортажи. Изследваните единици са новини в текстови формат и изображения.

„Господари на ефира“

Предаването на Нова телевизия „Господари на ефира“ е избрано като обект на анализ като представител на най-популярното хумористично съдържание в България. Наративите, свързани с роми, които са използвани в предаването,

са достигнати чрез видеа от архив, който е все още наличен в YouTube. Анализът на съдържанието на видеа на „Господари на ефира“ в YouTube позволява на изследването да включи части от две много популярни онлайн медийни платформи – Нова телевизия (чиято онлайн стрийминг платформа е класирана на най-високо място в националната телевизионна мрежа, според Similarweb) и YouTube (втората най-използвана онлайн платформа в България, която е потребител-към-потребител). Изборът на видеа в YouTube също позволява на изследването да включи разнообразие от формати в анализа на онлайн медиите чрез текст, изображения и видео. Това допълнително подобрява представителността на комуникационни формати, което понастоящем включва информативно съдържание (новини) и развлекателно съдържание (сатирични предавания и „миймове“).

plovdiv24.bg, rodopi24.com и zapernik.com

Тези уебсайтове се оказват особено активни и „агресивни“ разпространители на антиромска враждебност онлайн, според наблюдението на Фейсбук активността. Те са включени в анализа като представители на регионални медии и онлайн платформи за новини, които демонстрират изключителни нива на антиромска враждебност.

Фейсбук

Радикални Фейсбук групи и платформи като двигатели на антиджипсизъм. Най-разпространеният сплотяващ дискурс на антиромски настроените групи е свързан с либерализма и заплахата от него за страната.⁶ Изследването на YouthRightOn открива силна връзка между пасивното излагане на крайноесни наративи онлайн и готовността на младите хора да участват в антиромски дейности и в истинския живот.⁷

Платформи на политически партии във Фейсбук, разпространяващи враждебни наративи. Тези политически представители експлоатират разнообразни канали за разпространение на политическите си възгледи. От една страна, те се възползват от платформи като Фейсбук, за да си осигурят лесен директен достъп до единомислещи потребители, сред които разпространяват крайноесните си идеи. От друга страна, понеже са представени във властта и заемат високи ръководни постове, Ангел Джамбазки и Красимир Каракачанов се радват на медийно отразяване на всички техни публични прояви. Те са ключови посланици на антиромските идеи и възгледи, които мобилизират установените антиромски митове и образи, за да популяризират политическите си кампании и инициативи.

Има данни, които предполагат, че радикалните расистки и враждебни идеи са приемани и защитавани само от малка част от българското население. Спо-

6. Установено от резултатите на изследване на CSD и Фондация ПИК по време на проекта YouthRightOn

7. Например, участие в антиромски протести и в младежка антиромска/антибежанска инициатива за саморазправа, където готовността за активизъм бе измерена спрямо скала от 1 до 3 в зависимост от това, дали е активна или пасивна.

рег проучване, направено от Алфа рисърч (Алфа рисърч, 2020:3) през декември 2019 и януари 2020, 21.6% от българите открито заявяват, че мразят ромите. Въпреки че този резултат е висок (ромите са най-мразеният етнос в България, последвани от българските турци, при които резултатът е четири пъти по-нисък) (Алфа рисърч, 2020:3), той илюстрира тенденцията, че проявленията на антиромска враждебност са по-прикрити, институционализирани и са постигнати чрез системно изграждани навици, а не поради лична омраза и предразсъдък.

Въпреки че конкретната омраза и призивите за радикални действия трябва да бъдат смятани за маргинални проявления на нагласите на екстремистки крайноесни групи, лица и политически национални популисти, легитимацията на антиромската дезинформация и враждебност не се осланя единствено на тези наративи. По-прикритите, но все пак враждебни разкази, които съхраняват митовете, деградиращите изображения и дискриминиращи практики, изграят важна роля в затвърждаването на тези структурни видове расизъм (Bonilla-Silva, 2006) и аспектите на българския институционализиран антигжипсизъм. Антиромската враждебност е най-разпространеното дискриминационно поведение сред българските младежи и потребителите на социални мрежи.⁸

Развлекателни Фейсбук групи и форуми като „нормализиращи“ антиромската враждебност. Наблюдението на Фейсбук групи, занимаващи се с теми, свързани с ромите, открива още една тенденция: има голямо представителство на хумористични Фейсбук страници, които се подиграват с „ромското“⁹ на българските роми. Тяхната роля е основно в прикритите проявления на антигжипсизъм в медиите и онлайн. Така те служат като своеобразни нормализатори на антиромската враждебност, като „внедряват“ вредни нагласи и стереотипи в „нормалните“ всекидневни полета на комуникация.

Пет Фейсбук групи се открояват като особено популярни разпространители на стигматизиращо ромите съдържание, което цели да служи за развлечение и забавление на „външни“ наблюдатели: „Смях, шеги и вицове“ (156 065 последователи), „Смях до сълзи“ (40 503 последователи), „смях.бг“ (35 001 последователи), „Простотията Циганска“ (15 422 последователи) и „Клуб смях до скъсване“ (133 последователи). Важно е да се отбележи, че от петте Фейсбук страници, само една открито се обявява като концентрираща се единствено върху съдържание, свързано с ромите – страницата „Простотията циганска“. Обща за всички споменати групи е практиката за използване на „съдържание на заем“ – видеа и шеги, които са създадени и събрани от други източници (най-вече масовите медии), но са споделяни и разменяни сред членовете на Фейсбук групите. Следователно, ролята на тези Фейсбук страни-

8. Установено от резултатите на изследване на Центъра за изследване на демокрацията и ARC Fund за целите на проекта YouthRightOn.

9. Под „ромското“ тук и при всички следващи споменавания на този термин в кавички в доклада, се има предвид генерализираната представа за това какво представляват „типичните“ за ромския етнос поведения, качества и характеристики. „Ромското“ се разглежда спрямо идеологизираното му значение, породено и поддържано от публичните наративи и нагласи. С термина „ромското“ се бележи по-скоро стереотипната перспектива към ромския етнос, отколкото аргументирани виждания за преживяванията и действителността на ромите в България.

ци не е създаването на оригинално съдържание само по себе си, а те по-скоро служат като връзки за изграждане на общност. Те обединяват общността на потребителите на такова съдържание, изключвайки както създателите на съдържанието, така и обектите на тематиката.

Най-популярният източник на „забавни видеа“, осмиващи ромската общност и членовете ѝ, са видео-компилациите, създадени от известното телевизионно предаване „Господари на ефира“ (вж. например този пост в Смях.бг от 08.04.2014 или пък споделената от Dure TV публикация в Простотия циганска на 21.04.2020). Предаването беше свалено от ефир през 2019 година. Въпреки това, съдържанието, създадено през десетилетията, през които „Господари на ефира“ беше на екран, е все още популярно в платформи на социалните медии, например YouTube. Наративите, използвани и от развлекателното съдържание на Фейсбук групите, и от YouTube видеата на компилациите на Господари на ефира, се концентрират върху вече изградени и популяризираны наративи на осмиването и дехуманизацията на ромската общност и нейните членове.

Онлайн активистко пространство

Примери за Онлайн активистко пространство, което е про-интеграцията като контрапункт на антиромските наративи са онлайн платформите на Постоянната ромска конференция и уебстраници като Marginalia.bg. Тези медийни издания са популяризираны и въведени в обществените дискусии от интелектуалци (най-вече журналисти, университетски преподаватели, но в случая на ПРК и от НПО активисти), като по този начин се опитват да разширят обхвата на обществения дебат и да поставят под съмнение масовите виждания на рутинния антиджипсизъм (вж. например Маргиналия 2020). Тези първи стъпки създават така необходимата почва за публичен форум, който измества общественото мнение от непроблематизираните антиромски нагласи и убеждения. За да могат тези гласове на про-интеграторските опити да бъдат запазени и въградени в обществения климат, който е узрял достатъчно, че да ги превърне в законодателни и политически дейности, трябва да бъде насърчен медийен подход за приемане и културна толерантност.

СПЕЦИФИЧНИ ЗА КАНАЛИТЕ ПОДХОДИ ЗА РАЗПРОСТРАНЕНИЕ НА АНТИРОМСКА ДЕЗИНФОРМАЦИЯ

Масовите медии разчитат на фалшиви новини, дезинформация и стереотипни образи, за да нормализират антиромската враждебност чрез популярни наративи, изпитани през времето. В случаи на социални кризи (независимо от това дали кризата се изразява в национална здравна извънредна ситуация или местен етнически конфликт), масовите медии използват вече създадени и изградени митове и стереотипи за ромите.

Тази практика води до заклеяването на ромската етническа група и след това е лесно използвана за политически и сензационни цели. Същевременно, те изграждат идентифициращи образи на ромите и специфични черти на „ромското“, които влизат в публичното пространство и в масовото отношение спрямо малцинствените групи. Идентифицираните характерни за каналите подходи, които са открити чрез кабинетното проучване и анализът на онлайн медиите включва: фалшивите новини и заклеяването, извършвано от онлайн новинарските уебстраници; заблуждаващите визуализации, използвани от новините; фалшифицирането на експертиза в онлайн новините; хумор и сарказъм, използван от Фейсбук групи и платформи; както и от едноизмерния образ на ромите в публичното пространство като цяло.

Онлайн новинарски страници като създатели на фалшивите новини и стигматизация

За разлика от традиционните механизми за умишлено разпространение на фалшиви новини или дезинформация, които разчитат на специално създадени уебстраници и търсачки (Tandoc Jr. et al., 2018:4), антиромската дискриминация и враждебност в България всъщност е включена в традиционните медийни наративи и дискурси.

Информация, която се вписва в модела на негативното възприятие, е по-вероятно да изглежда достоверна на журналистите, които се конкурират за актуалност и са склонни да оставят проверката на фактите настрана за сметка на сензационността. Също така към нея е по-уязвима и публиката, която е по-склонна да се довери (и да използва) информация, която е съответстваща на вече изградения им светоглед. Следователно успехът на фалшивите новини, свързани с ромите, би могъл да бъде отгледен на системната, разпространена и дълбоко вкоренена враждебност спрямо ромите.

Визуализацията на новините като компонент на фалшиви новини и враждебни наративи

Фалшивите новини за ромите, публикувани от сензационни уебсайтове, често използват набор от ограничен брой основни изображения на протестиращи роми, на групи мъже, биещи друг мъж или на други стереотипни сцени, които нямат нищо общо с реалната ситуация, за която е въпросният репортаж (Вж. напр. Blitz, 2020). Тази заблуждаваща практика още повече затвърждава твърденията за насилие, спешност и извънредност на новините, засягащи ромите или ромската общност.

Тази практика не само нарушава човешките права, но и също така подпомага прикритата цел да се свързват конкретни ромски лица с абстрактните образи на престъпност и неморалност.

Фалшифициране на експертиза в онлайн

Фалшифициране на експертиза в онлайн медиите става чрез използване на коментари на обществени фигури като диагностичен анализ. Публично разпознаваеми личности и известни хора изразяват мнението си по теми, свързани с ромите, и получават високо ниво на обществена ангажираност. Тъй като известните личности са разпознаваеми, публиката се доверява на техните мнения. По този начин техният по-висок обществен статут създава илюзията, че тяхното мнение е по-информирано и ценно. Този ефект е подсилен от липсата на реални експертни мнения в новините по темата за интеграцията и по теми, свързани с ромите.

Хуморът като код за обединение и изключване във фейсбук групи и платформи

„Развлекателната употреба“¹⁰ на Фейсбук, макар и рядко подбуждаща преки действия, влияе косвено на възприятията на потребителите. По-важното е, че консумацията на „социално възприето“ развлекателно съдържание, би могла да бъде определена като механизъм за „меко“ влияние върху схващанията и вярванията на потребителите, постигнато чрез „нормализацията“ на предоставеното съдържание.

Хуморът и сарказмът са използвани като способности за постигане на масовост и потвърждаване на вече изградените доминиращи наративи за вроденото неморално и културно по-ниско положение на ромите. Това се свързва с вече дълбоко вкоренени идеи и предразсъдъци (като например стереотипът, че ромите са неграмотни и неспособни да се трудят като останалите), без дискриминационните схващания да бъдат открито назовавани и обяснявани. Тези развлекателни дискриминиращи разкази са враждебни и водят до дезинформация. Дезинформацията е постигната не конкретно чрез разпространяването на фалшиви факти (въпреки че такива също има) или чрез целенасочено заблуждаване. Дезинформацията, породена от преекспонирането на считаната за неизбежна етническа поляризация в България, е основана на поддържането на нормативната нормалност и погрешното ѝ противопоставяне срещу всичко ромско. Така тези наративи също са враждебни, макар и да не говорят конкретно за насилие, омраза и дискриминация. Тези дискурси на осмиването са вредни и подпомагат структурния антиджипсизъм в България.

Генерализираното „ромско“ и едноизмерното представяне на ромите в публичното пространство

Общата медийна представа за „ромското“ е конструирана чрез сложна многопластова взаимозависимост от специфични „типично ромски“ образи, митове и клишетата. Те са съвместими помежду си в общия дискурс за по-ниското

10. Под „развлекателна употреба“ се има предвид консумацията на съдържание, което е изцяло насочено към това да развлече онлайн потребителя и би могло да бъде наречено „леко съдържание“ – такова, което не подбужда към никаква дейност, не се обявява откровено като служещо на някаква идеологическа цел и не се смята за фактологично или информативно.

положение на ромите спрямо етническите българи и тяхната гражданска и морална дезграция. Плоският и едноизмерен образ на ромите в медиите позволява ромите да бъдат възприемани първо като роми и рядко – като хора. Отсявайки значението на антиромските наративи в процеса на затвърждаване на наложеното идеологизирано виждане за ромската малоценност, анализът се фокусира върху определянето на характеристиките на господстващите антиромски дискурси.

ДИСКУРСИВЕН АНАЛИЗ НА АНТИРОМСКИ НАРАТИВИ, МИТОВЕ, ОБРАЗИ

Враждебните наративи срещу ромите в България следват постоянна траектория на върхове и спадове. Двете зависят едно от друго с цел да се запази и нормализира структурният антиджипсизъм, подхранван от индивидуалните предразсъдъци в България.

Най-разпространените враждебни антиромски наративи в България, идентифицирани чрез кабинетното проучване в рамките на качествено изследване на „Грижа за истината“ са: „Ромите са престъпници и заслужават строги наказания“, „Ромите заслужават да бъдат изключени от обществото, тъй като не могат да се вместят в социалните норми на обществената порядъчност“, „Ромите са морално негодни да са български граждани“, „Ромите са лоши и от това страдат българите“, „Интеграцията на ромите в България е невъзможна“. Всяка една от тези теми е асоциирана с негативния образ на ромите, който е използван от медиите с цел да превърне в норма българската враждебност към етническите малцинства, увековечавайки враждебните наративи както в медийните дискурси, така и в ежедневните възприятия на българите.

Наратив: „Ромите са престъпници и заслужават строги наказания“

Този дискурс е основно базиран на представяната като вродена престъпност у ромите. Медийното отразяване допринася за конструирането на тази идея чрез употребата на образа на „ромското“ като синоним за престъпност и митът за вроденото противопоставяне между гържавната власт и ромите.

Образът на „ромското“ като синоним за престъпност. Най-разпространената тема на медийните наративи, свързани с ромите, е темата за ромската престъпност. Криминализацията на образа на ромите допълнително служи за „универсализирането“ на вроденото „ромско“, което е представено като очевидно и повсеместно в света. Медийно обрисуваната глобална свързаност на ромите и „ромското“ се използва за добавянето на многоизмерност в образа на ромската престъпност. Тя се постига чрез внушението, че всички роми по света са престъпници, подкрепено и от още едно внушение: че българските роми са престъпници навсякъде по света. В тези случаи, този разказ е нарочно представен като „те“ срещу „нас“ като опит да се разграни-

чат българите от компрометирания морал на българските роми. По този начин „българското“¹¹ е противопоставено на „ромското“ както лингвистично, така и образно.

Митът за опозицията между гържавната власт и ромите. „Другостта“ на ромите е най-успешно представяна чрез опозиции. Един от най-разпространените образи на опозиция, приписвана на ромите и ромските общности, е опозицията между ромите и гържавната власт.

Наратив: „Ромите заслужават да бъдат изключени от обществото, тъй като не могат да се вместят в социалните норми на обществената порядъчност“

Дискурсът за невъзможната ромска интеграция в българското общество е подкрепен от непрекъснато затвърждаване на вродената малоценност на ромите и тяхната невъзможност да се пригледят към социалните норми.

Образът на ромската неграмотност. Главният обект на осмиване на ромите е изграден около демонстрацията на неграмотността на ромите и тяхната неспособност да се изразяват, когато са интервюирани от медиите. Грешното произношение и грешният изговор са осмивани до степен, в която не само се обезсмисля съдържанието на информацията, която интервюираните роми се опитват да дадат, но и се прекратява всеки бъдещ опит да бъде дадена гласност на мнение с ромски акцент. Трябва да бъдат предприети мерки в посока предоставяне на по-широко обществено участие на мнения, формулирани, изговорени и защитени от самите роми. Наративите за осмиване на представената ромска неграмотност също служат за представяне на ромските мнения като невалидни, поради вродената им нелогичност.

Митът за малоценността на ромите – образите на Кралицата на помощите и Шармантната лейди. Образът на ромските жени е конструиран като комплексна пресечна точка между неграмотност и „липса на женственост“, индикираща неспособността на ромите да придържат към предписаните полови роли. Осмиването на неграмотността, пресечено с неадекватното изпълнение на майчински задължения, се проявява също често и в медийните разкази за ромски майки, които не могат да обяснят начина на действие на ваксината против дребна шарка, когато водят децата си при лекар за имунизация. Следователно, ромските жени в медиите са лишени от естествената нравственост на „женствеността“, като вместо това са сведени до егостични, икономически мотивирани „красици на помощите“¹², които използват децата си за лична изгода.

11. Под „българското“ тук и при всички следващи споменавания на този термин в кавички в доклада, се има предвид идеологизираната и обвързана с патриархално-традиционните представи концепция за това как правилно се реализира българската етническа принадлежност. По този начин отбелязваме наличните в публичния дискурс разбирания за „традиционно български етнически ценности“, а не аргументираните виждания за преживяванията и действителността на всички етнически българи в България.

12. Терминът „красица на помощите“ е използван преди, за да опише понятие на дискриминация срещу афроамерикански жени, чийто единствен извор на приходи е от социални помощи (вж. Bonilla-Silva, 2006).

Внушението за неправилното изпълнение на половите роли от ромите (най-често при жените) е използвано като медийен способ за представяне на вродената неспособност на ромите да упражняват адекватно половите си ролеви модели. Господстващото описание на „неправилност“ на ромските тела и половите прояви налагат действителни нравствени и културни ограничения върху тази етническа общност. Тяхното медийно представяне и практическо приложение затвърждават национално приетите практики на изключване на ромите като съставна част на институционалния и културен антиджипсизъм.

Наратив: „Ромите са морално негодни да бъдат български граждани“

Дори когато действията на ромите не са незаконни, медийното отразяване все пак ги класифицира като неуместни и неправилни, като ги представя като неморални и следователно непринадлежащи на чистата национална общност. Връзката между ромската неморалност и неподходящото представяне на българската националност е застъпена чрез истории за неуважението на ромите към символи и артефакти от национална значимост и емблеми на човечност и духовна чистота. Наративите за неморалността на ромите играят роля в описанието на ромите като лоши, а българите – като жертви, както на материално, така и на символично ниво. Наративът за неморалността на ромите се осъществява, чрез представената не-хуманност на ромите.

Образът на ромите като варвари и не-хора. Медийните наративи за другостта на ромите зависят не само от представянето на ромите като различни от българите, но и от представянето им като лоши и зли. Следователно, ромите лесно са вкарани в ролята на злодеи, докато българите са показани като дълго страдащите жертви от етнически сблъсъци, както физически, така и идеологически. По този начин бедността на ромите се вижда като порок, а бедността на българите – като праведност.

Митът за телата на ромите като публична собственост. Де-хуманизацията на ромите легитимира прикритите практики на медиите да се държат с ромите като че ли техните тела са публична собственост. Макар че в съвременното смели изявления като „Ромите не притежават телата си“ биха могли да се открият само в крайнодесните платформи (ако изобщо се използват), по-трудно доловимите действия като например използване на снимки на ромите (и най-вече на ромските жени) за забавление и подигравки, показват усещането за притежание и пренебрежението към личното пространство на ромите и тяхната лична поверителност. Свободното разпространяване на снимки и видеа на ромски жени, които танцуват (вж. напр. Музика, 2020) или в или снимки с лица на ромски деца са индикатор за възприятието на ромските тела като „публична собственост“, с която всеки може свободно да разполага.

Обективизацията, както и дехуманизирането и демонизацията, са най-разпространените способности за преекспониране на разликите между „нас“ и „тях“, като по този начин служат за укрепването на единството вътре в едната

група, като затвърждават границите с чуждата група чрез сплашване, унижение и насърчаване на етническо насилие (Baider and Kopitowska, 2018:2).

Наратив: „Ромите са лоши и от това страдат българите“

Разграничението „нас“ и „тях“ е допълнително подклаждано от влиянието на представянето на „тях“ като „лошият злодей“ и на „нас“ като „невинната жертва“. Разграничението между „нас“ и „тях“ е издигнато до нивото на съпоставяне чрез внедряването на властова динамика и на наративи със злодеи и герои. Този процес е подкрепен от медийните наративи, че ромите са зли, от което българите страдат.

Образът на ромите като политически прогажници. Образът на ромите като политически прогажници обхваща вярването, че ромите по традиция продават гласовете си на тази политическа партия, която предложи по-висока цена от другите по време на изборите. Медийните наративи подхранват идеята, че корупцията и фалшивата демокрация са подпомогнати от по-ниско образованите и по-малко обществено ангажираните роми, които продават демократичните си права за пари и лични краткотрайни облаги. Така, ромите са представени от медиите не като граждани, а по-скоро като фалшиви и недостойни бенефициенти на граждански права, които доброволно участват в установяването на вече изградените практики на политическа корупция в България.

Митът, че ромите са паразити, възползващи се от публичното финансиране. Освен, че са представяни като нравствени паразити, които се възползват от публични пространства, ромите последователно са представяни като социални паразити, които се възползват от дадените им граждански права. Най-вече наративът, че ромите злоупотребяват със социални помощи, вместо да работят, за да се издържат, се е превърнал в един от ключовите аргументи в защита на мита, че ромите са социални паразити. Паразитното съществуване на ромите е разказано директно чрез новини, които докладват за случаи на роми просяци (вж. напр. 24chasa.bg, 2020a); роми, които се възползват от европейско финансиране (Blitz, 2017o) и метафорично чрез роми, „пљачкосващи“ боклукчийски кофи (Blitz, 2017n), докато обаче шофират автомобили, за които се счита, че не са придобити по законен път.

ИЗВОДИ ОТ ПРОВЕДЕНОТО КАБИНЕТНО ПРОУЧВАНЕ

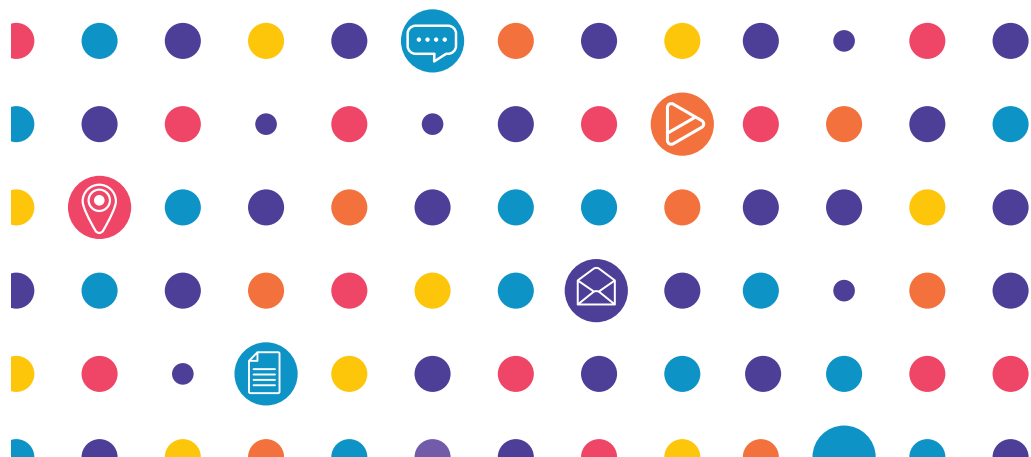
Заклученията от кабинетното проучване извеждат на преден план някои ключови тенденции при разпространението и влиянието на фалшивите новини и дезинформацията, засягаща ромските общности в България:

- **Антиромската медийна враждебност не се изчерпва с открити прояви на реч на омразата или фалшиви новини.** Възпроизвеждането на стереотипни образи и вредни, основани на предразсъдъци наративи за ромите също са значим елемент от враждебната медийна среда в България.

- Макар и по различен начин, **и „сериозните“, и „развлекателните“** комуникационни информативни канали допринасят за цялостната картина на медийна враждебност към ромите и ромските общности в България.
- **Значимите характеристики на каналите за антиромска дезинформация не могат да се генерализират.** От една страна, популярните медии внушават антиромски послания чрез стереотипните наративи, на които се основава цялостният им подход към „характерно ромските“ теми и проблеми. От друга страна, най-агресивните платформи и канали, разпространяващи враждебни нагласи към ромите, прилагат разнообразни целенасочени практики за дезинформация и заблуда на аудиторията. Най-популярните белези на този тип умишлени производители на антиромско съдържание са: **фалшивите новини, стигматизацията, некоректната визуализация, фалшифицирането на експертиза у известни и разпознаваеми публични лица, хумор и сарказъм, еднопластовото представяне на ромите и „ромското“ като цяло.**
- **Враждебните медийни наративи срещу ромите в България са изградени от митове и стереотипни образи,** които се експлоатират в името на популяризацията на всеобхватни идеологически антиромски разкази. Това изследване идентифицира и разглежда подробно следните основани на предразсъдъци наративи: „Ромите са престъпници и заслужават строги наказания“, „Ромите заслужават да бъдат изключени от обществото, защото са неспособни да спазват социалните норми на обществена порядъчност“, „Ромите са морално негодни да бъдат български граждани“, „Ромите са злото, от което българите страдат“. Тези антиромски наративи са обединени в постигането на едно основно и считано за общовалидно заключение: „Интеграцията на ромите в България е невъзможна“.
- Конкретните медийни и публични **дискусии на тема „интеграция“** са разнородни. Публичният дискурс включва диалектално противоположни гледни точки: интелектуалци, които лобират за промяна на обществените нагласи, в полза на толерантността и приемането на различните, както и интелектуалци, които се противопоставят на интеграцията и я представят като средство за постигане на „диктатура на малцинството“.
- Загатнатото в медийните дискурси внушение за същността на интеграцията се подхранва от популярността на антиромските **дискурси и от утвърдените негативни образи и митове за ромите.** Медиите обрисуват интеграцията чрез имплицитната си опозиция към нея, представяйки процеса като невъзможен заради „привичната за ромите неспособност да се интегрират“.

Кабинетното проучване, включващо преглед на литературата и дискурсивен анализ на наблюдавани медийни наративи, води до извода, че антиромската медийна враждебност има две различни проявления. От една страна, това е откровено антиромско съдържание, което се основава на реч на омразата и антиромска пропаганда. От друга страна, има латентна употреба на нега-

тивни стереотипни образи и митове, които възпроизвеждат антиромските нагласи и утвърждават тяхната нормалност.



РЕЗУЛТАТИ ОТ ФОКУС-ГРУПИТЕ

Анализът на основните заключения върху представите и преживяванията на ромските общности с медиите и медийната враждебност са ориентирани към отсяването и представянето на познание за 1) ключовите практики на потребление на медии и медийно съдържание при ромските общности, 2) ефектите, които фалшивите новини и дезинформацията оказват върху ромските общности и 3) да изведе на преден план възможни бъдещи действия, които изглеждат като обещаващо средство за противопоставяне на дезинформацията и заблуждаването на медийната публика и потребителите на онлайн съдържание. На базата на тези заключения, са изготвени препоръки към съдържанието и възможните задачи на методологически и практически наръчници за обучения на ромски активисти в България.

ОСНОВНИ ИНФОРМАЦИОННИ КАНАЛИ, ИЗПОЛЗВАНИ ОТ РОМСКИТЕ ОБЩНОСТИ

Информационните канали, които респондентите в изследването използват, са разнообразни. Интересно е, че респондентите посочваха както социално-медийни платформи, така и национални телевизии, онлайн източници на съдържание от развлекателен и/или научно-популярен характер и някои високо реномирани информационни канали, които предоставят комплексни политически анализи и представляват алтернатива на „лесно смилаемите“ жълти уебсайтове¹³.

Социалните мрежи и фейсбук

Фейсбук изпъква като най-популярния източник на информация сред респондентите, независимо от възрастта им: по-зрелите членове на ромските общности наравно с учениците и младежите посочваха Фейсбук като първи избор при информационните канали, които използват в своето ежедневие.

Национални телевизии

Големите медии като цяло не успяват да спечелят доверието (а понякога дори и вниманието) на ромските общности, които ги намират за непочтени и корумпирани в служба на политически интереси. Популярното сред нашите респонденти и предпочитано видео съдържание е достъпно основно през

13. „Жълти уебсайтове“ е термин, използван от един от респондентите ни в Разлог. С този свой термин той назоваваше актуалните и популярни уебсайтове, които се радват на широко публично внимание в България. Правейки паралел с „жълтите вестници“, респондентът идентифицира някои основни характеристики на „жълтите уебсайтове“, сред които кратки и лесни за четене статии, грандиозни и хващащи окото заглавия, както и съмнително съдържание.

YouTube и е с развлекателен или научнопопулярен характер.

„Основно гледаме клипове в YouTube – основно видеа за личностно развитие. И в Google намирам такива статии.“ (Активист, Разлог)

Аналитични и признати източници

Алтернативни примери за новинарски медии, които (сравнително рядко) респондентите ни посочваха като предпочитани канали за информация и комуникация включват и някои по-малки или регионални телевизионни канали, както и популярни уебсайтове за научно-популярно или развлекателно съдържание. Значимо изключение от тази обща тенденция беше представено от един от респондентите – студент от Сливен, който демонстрира високи нива на осведоменост и запознатост с медийната и политическата среда в България. Той посочи като предпочитани източници за информация високоуважавани журналистически платформи, известни основно с политическите си анализи и разследващата журналистика:

„Зависи от коя медия основно се информираш. Ако погледнеш Нова, БТВ, те преди около 2 месеца, когато беше пикът, бяха по-строги мерките по време на пандемията, имаше различни репортажи, които разбира се представяха ромската общност в много негативна светлина. (...) Относно това медиите, които предполагам би трябвало всеки един от нас да чете и които са етични и доста обективни са Дойче Веле, Свободна Европа, Капитал, Дневник, Биволъ и още една две. Предполагам точно тези медии, които аз следя, те са доста обективни и изобщо няма това отношение, както в примерно Пик, Брадва, това са основните примери. Има много етични и готини мнения, които представят различната гледна точка без да етнитизират въпросите.“ (Активист, Сливен)

Тези източници обаче, колкото и да са уважавани, не са популярни сред ромските общности. Основните причини за това вероятно са тривиални и са ориентирани основно около 1) високия език, който се използва в по-„качествените“ медии, 2) комплексния подход на „качествената“ журналистика, 3) подборът на „несензациони“ (базирани на факти, а не на спекулации) теми на публикациите.

„Но пък поставеният въпрос колко от хората ползват тези медии в ромските квартали е много на място. Даже и 1% в някои квартали не четат такива медии.“ (Ромски лидер, Сливен)

Тези резултати индикират, че най-подходящи канали за противопоставяне на антиромската дезинформация и фалшиви новини сред ромската общност, биха били онлайн каналите, включително и платформи, които споделят развлекателно или научно-популярно съдържание (а не само информационно или „сериозно“ съдържание) по общодостъпен и разбираем начин.

Здравните медиатори като най-тачен източник на информация

Във всички ромски общности от това изследване, респондентите посочваха значимостта и основната роля на здравните медиатори при разпространението на новини и при развенчаването на дезинформацията. Здравните медиатори изпълняват ключова функция за осъществяването на връзката на ромските квартали с външния свят, държавните и общински институции, и с всички властови фигури и структури, (които не се ползват с доверието на отделните членове на общността):

„Ние сме една малка община. (...) Остана само и паспорти да започнем да издаваме (сmee се).“ (Здравен медиатор, Нови пазар)

Този ефект е подпомогнат от личния подход при общуването, който здравните медиатори прилагат към ромските (най-често съвпадащи с техните) общности. При такава личностна междучовешка комуникация всеки член на ромската общност се чувства обгрижен, изслушан и оценен по достойнство. Например, здравните медиатори и ромите - социални работници сред нашите респонденти споделяха множество истории за личната помощ, която са оказвали на хора, които се били пренебрегвани и дискриминирани. Щом обаче биват представени и съпроводени от здравен медиатор, членовете на ромските общности мигновено получават необходимия достъп до институции и офиси (който им е бил отказван преди това).

Здравните медиатори са разпознаваеми и високоуважавани фигури в ромските общности. Те често допринасят за предаването на знание и разпространение на новини сред уязвимите членове на общностите си. На много от изследваните места, здравните медиатори са изместили медиите в задачата им да разпространяват и представят на достъпен език актуални новини. Така са се превърнали в доверени източници на информация, които „смятат“ на разбираем език комплексно съдържание от оригиналния източник и я предоставят директно на потенциално засегнати граждани:

„Във Фейсбук повечето неща, които се споделят от измислени сайтове, са повечето измислица, за да накарат хората да се страхуват повече. Най-добрият вариант за информация [за коронавируса] е от сайта на Министерство на здравеопазването, за да се информираме относно ситуацията. Основно ние информираме хората чрез брошури.“ (Здравен медиатор, Лом)

Здравните медиатори успешно комуникират както с членовете на ромската общност, така и с национални, регионални и общински институции. Уникалната позиция на здравните медиатори им позволява да навигират тези различни социални сфери ефективно и да осъществяват връзката между тях. По този начин здравните медиатори имат особената възможност да опровергават фалшивите новини и да смекчават последиците от дезинформацията сред ромските общности. Здравните медиатори сред нашите респонденти споделиха, че им се е налагало да оспорват последиците от антиромската дезинформация както сред самите ромски общности, така и сред представители на българското етническо мнозинство. Особената позиция „понежду“

двете общности и сфери на влияние позволява на здравните медиатори да оказват особено силно влияние върху всички форми на антиромска дезинформация.

Способността на здравните медиатори да опровергават фалшива информация и да се противопоставят ефективно на дезинформацията сред ромските общности произтича както от техните умения, така и от личните им качества и ресурси. Здравните медиатори оказват влияние върху членове на ромските общности чрез своите лични действия, аргументи и репутация. Това се оказва възможно, единствено защото чрез личните си качества са спечелили доверието и уважението на общността си. Най-добре тази тенденция е онагледена от активистка в Монтана по време на фокус груповата дискусия. На въпроса: „Ако получаваш различна информация и Фейсбук казва едно, а здравният медиатор във вашата ромска общност казва обратното, на кого ще повярваш?“ тя отговори категорично:

*„Ще повярвам на здравния медиатор! Вярвам на нея, защото ми е приятелка!“
(Активист, Монтана)*

Най-ефективните канали за комуникация сред ромските общности са тези, които позволяват нелинейния модел на комуникация. Въпреки всичките им слабости, социалните мрежи и между-човешкото общуване позволяват повече индивидуална свобода и власт на аудиториите си – това изглежда е решаващ фактор сред приоритетите на онлайн потребителите от ромските общности. Представителите на ромските общности имат нужда да могат лично да оценяват произхода на информацията, която достига до тях. По-индивидуално насочените модели на комуникация са по-успешни и популярни сред ромите. Затова Фейсбук е най-популярният канал за информация, а здравните медиатори (преценявани през личностните им характеристики) са най-довереният източник на информация.

Евентуални бъдещи кампании за изграждане на дигитална грамотност трябва да бъдат насочени към Фейсбук като основен генератор на съдържание, което ромите употребяват. Всички социално-ангажирани действия, насочени към ромските общности и целящи тяхното включване и гражданска позиция, биха били обречени на провал, ако не включват активната намеса на здравни медиатори и активисти от общността. В тези две групи могат да бъдат открити най-подходящите популяризатори, разпространители, образователни дейци, инфлуенсъри или всякакъв тип активни дейци в ромските общности.

ФАЛШИВИТЕ НОВИНИ И ДЕЗИНФОРМАЦИЯТА ПРЕЗ ПЕРСПЕКТИВАТА НА РОМСКИТЕ ОБЩНОСТИ

Медийната враждебност към ромските общности основно се смята от представители на ромските общности като нещо „нормално“ и „в реда на

нещата“, или поне в съответствие с обществения дух. Поради това респондентите ни не оценяваха изцяло вредното влияние на медийните репрезентации в процеса на формиране на общественото мнение. Така „медийният проблем“ (макар и идентифициран като такъв) като цяло се счита за поредния белег на дискриминативното българско общество. Въпреки това обаче респондентите бяха единодушни, че медийната среда в България е неблагоприятна за малцинствата и особено за ромската етническа група. Всички се обединяваха около мнението, че усилията за промяна на тези тенденции са необходима положителна първа стъпка в правилната посока.

Разбирания за фалшиви новини и дезинформация сред ромите

Най-често посочваното общо определение за фалшиви новини и дезинформация, на което респондентите се осланяха при фокус груповите дискусии беше изчерпателно и семпло:

„Фалшива новина означава прикриване на истината.“ (Младеж, София)

При директна конфронтация с въпроса „Какво мислите, че означава „фалшива новина“?“ повечето респонденти имаха представа за естеството на този феномен. Често предлагаха свои собствени обяснения и определения (като посоченото по-горе, например) за фалшиви новини и дезинформация. За респондентите обаче беше предизвикателство да посочат пример за фалшива новина, на която те самите „са се хванали“ или поне частично повярвали. Посочваните примери включват широк кръг от теми и явления:

„Според мен, като ти рекламират нещо на определена цена и от определено качество, а после идва и ти го виждаш, че е от съвсем по-ниско качество. Аз на такива съм се връзвала.“ (Здравен медиатор, Лом)

Този пример демонстрира разбирането сред нашите респонденти, че всяка лъжа, която се разпространява публично, е фалшива новина. От друга страна, респондентите не винаги можеха да дадат примери за конкретни фалшиви новини, свързани с ромите, когато бяха директно помолени да помислят за такива. Този извод е значим, когато бъде съпоставен с откритието, че преобладаващата част (ако не всички) от респондентите посочваха конкретни и многобройни примери за враждебно насочени антиромски медийни публикации (които възпроизвеждат и установяват стереотипни образи и наративи, основани на предразсъдъци), когато бяха помолени да посочат пример за лошото отношение на медиите към ромите. Взети заедно, тези две заключения илюстрират разминаването в представите на членовете на ромските общности. Антиромската перспектива на българските медии, според нашите респонденти, е естествена част от българската реалност и макар да я разпознават като враждебна и неоснователна, респондентите ни не я категоризират като фалшива новина.

Изследването обаче откри, че респондентите са високо чувствителни към ефектите и проявленията на конкретни дезинформационни кампании. Тези истории и усещания обаче бяха разказвани от респондентите ни като нещо, което се случва и засяга други роми и други ромски общности, а не самите

тях. Основното усещане у представителите на ромските общности е, че към фалшивите новини са уязвими само необразовани и неграмотни хора, а на предразсъдъците и враждебните митове за ромите се „връзват“ хората извън ромската общност.

Разграничение между фалшиви новини и дезинформация

Фалшивите новини са един от компонентите на враждебната антиромска медийна среда в България. Дезинформираността (убедеността на хората, която е базирана на целенасочено пропагандирана съмнителна и неоснователна информация) е един от основните ефекти от враждебната медийна и онлайн среда. Фалшивите новини са основен инструмент, който се използва (умишлено или неумишлено) за постигането на ефекта на дезинформираност. За целите на предстоящия анализ, дезинформацията се разбира като социален процес по изграждане и принадлежност към неправилни виждания за действителността, докато фалшивите новини са конкретният градивен елемент (и реално проявление) на фалшиви или подвеждащи медийни и онлайн истории.

Този анализ използва това разграничение при следващите секции на доклада и отчита, че противопоставянето само на фалшивите новини, като такива, не би било достатъчно, за да се противодейства на по-обхватния процес по дезинформация, засягащ ромските общности и българското общество като цяло.

ВИДОВЕ ДЕЗИНФОРМАЦИЯ И ФАЛШИВИ НОВИНИ, ЗАСЯГАЩИ РОМСКИТЕ ОБЩНОСТИ

Ключово разграничение, което анализът на данните установи след провеждането на фокус групите, беше направено по линията на това, сред кого са разпространени фалшивите новини.

Тенденцията по дезинформация, която засяга ромските общности в България може да бъде разделена в две основни категории: дезинформация **относно** ромите и дезинформация, сред **ромите**.

От една страна, респондентите ни описваха тенденцията за дезинформационни кампании от социален характер, които са били особено популярни сред ромските общности и са довели до реални последици. Този тип медийна и онлайн враждебност може да бъде категоризирана като дезинформация сред ромите. От друга страна, респондентите отчитаха и негативните последици от етническата предубеденост и стереотипните образи за ромите в медийна среда в България. Такива типове медийна враждебност могат да бъдат наречени дезинформация относно ромите.

УСПЕШНИ ФАЛШИВИ НОВИНИ И ДЕЗИНФОРМАЦИОННИ КАМПАНИИ СРЕД РОМИТЕ – КАКВО ВКЛЮЧВАТ И КАК ДА ПРЕБОРИМ ВЛИЯНИЕТО ИМ?

Двата основни фактора, които правят една дезинформационна кампания успешна сред¹⁴ ромските общности, според респондентите ни и техния всекидневен опит при работа с представителите на ромските общности, са високите нива на неграмотност и компрометираната връзка между ромите и публичните власти (включително и медиите): Една малко по-критична публика, с ресурси за проверка на фактите и твърденията, на които попада, би изглеждала на респондентите ни по-способна да устои на преднамерена дезинформация и фалшиви новини.

На второ място, сред респондентите ни преобладаваше усещането за отрицателно публично мнение за ромите, което подклажда (или самото то е подклаждано от) крайно негативното отношение на държавните институции и обществото като цяло. Недоверието на ромите към държавните институции е съпроводено от крайна наивност към нещата, които се разпространяват от Фейсбук (вероятно заради привидната им автентичност).

„Няма коронавирус!“ – за недоверието към властите и надмощието на личните преживявания

През март 2020 България стана една от първите държави, които обявиха повсеместно валидна епидемиологична ситуация, обявявайки извънредно положение още на 13 март. Строги мерки бяха въведени на национално ниво. Напускането на дома за българите беше разрешено само за работа (в сектори, където е невъзможна работата от вкъщи) и набавянето на стоки от първа необходимост – храна и лекарства. Пропускателни пунктове бяха издигнати на изходите на областните градове, ограничавайки пътуването на граждани с цел намаляване на разпространението на заразата от COVID-19.

Пандемията от COVID-19 се отрази особено пагубно на най-уязвимите групи в световен мащаб, каквито в България са ромските общности. В почти всички български градове те са пространствено сегрегирани по етнически признак, основно в ромските квартали, които медиите обикновено наричат „гета“ (виж например Dzhambazki.com 2008). По време на националната пандемична изолация, се появиха слухове, че заразата се разпространява основно от представители на ромските общности. Медиите започнаха да разпространяват сведения, че ромите не спазват пандемичните мерки и напускат до-

14. Важно уточнение, което трябва да бъде направено е, че тези дезинформационни кампании и конспиративни теории са възприемани не само сред ромските общности. Тяхната популярност прекриваше етнически, социо-икономически и културни граници. Фокусът на този доклад обаче е върху връзката между фалшивите новини и ромските общности – по тази причина в детайли е разглеждано влиянието на разпространените чрез Фейсбук конспиративни теории сред ромските общности, без да се засяга влиянието на дезинформацията в по-широката публика.

мовете си, за което се предполага, че силно ускорява разпространението на вируса (виж например 24chasa.bg, 2020b). Това беше последвано от управленски решения за ограничаване на достъпа и изхода от ромските квартали в някои градове, където нивата на заразата бяха отчетени като прекалено високи. Медиите отгадоха тези решения на неспособността на ромите да се съобразят с наложените мерки (виж например Nova.bg, 2020).

Медииното отразяване на фалшиви новини, свързани с COVID-19 е двуизмерно. От една страна, медиите твърдяха, че ромите са отговорни за разпространението на COVID-19 (Петров, 2020). От друга страна, дезинформацията относно съществуването и същността на вируса беше разпространявана сред членовете на ромските общности чрез брошури и Фейсбук постове.

Фалшиви новини, граничещи с конспиративните теории, са довели, според участниците във фокус групите, до заблуждаването на цели ромски общности, че вирусът е измислен, за да оправдае действията на държавните власти да държат ромите затворени надалеч от останалото население на страната:

„На ромите беше насадено, че няма вирус и всичко е само за да държат хората затворени.“ (Младеж, Сливен)

Преобладаващото мнение на респондентите ни беше, че ромските общности, с които медиаторите и активистите работят на ежедневна база, не вярват, че вирусът е истински и крие реални заплахи за здравето им. Има две основни причини за недоверието на ромите в информационните емисии на медиите и официалните институционални източници на информация. Първо, ромите смятат, че са пострадали повече от противоепидемичните мерки, отколкото от здравните рискове на самата пандемия. Ромските квартали са системно подлагани на по-строги противоепидемични мерки, отколкото останалите части на страната. На ромите беше забранено да напускат кварталите, които обитават (докато останалата част от населението имаше забрана да напуска населеното си място). Тези ограничения водят, наред с други неща, и до загуба на работни места (понеже ромите от затворените махали не са имали възможността да се явят на работа, ако тя се намира извън техните квартали). В допълнение, жертвите на COVID-19 не са изцяло видими (където такива е имало) или поне не в такива големи количества, за каквито властите са предупреждавали. По този начин, мерките срещу заразата са довели до по-отчетливи във всекидневното на ромите последици, отколкото заразата сама по себе си¹⁵.

Второ, желанието на ромите да открият интерпретация на действителността, която по-адекватно съответства на всекидневната им реалност,

15. Сред нашите респонденти, само здравните медиатори бяха имали някакъв досег с вируса в действителност. По-популярното мнение сред ромските общности е, че вирусът е „измишльотина“, основно защото твърдяха, че не са го виждали с очите си. Освен това, здравните медиатори споделяха, че основното предизвикателство пред работата им, по време на пандемията, е да убедят хората, че опасността е истинска и че (повечето) мерки са необходими и неизбежни (с изключение на здравните медиатори от Монтана, за които най-голямото предизвикателство е била необходимостта да поемат част от задълженията на парамедиците и медицинския персонал, който не е обгрижвал предполагаемите случаи в ромските квартали от страх да ги посети).

предизвиква реакция по търсене на конспиративни обяснения за поведението на държавните институции и власти. Конспиративните обяснения за изолирането на ромите и нейната обвързаност с пандемията в България са резултат от виждането на нещата такива, каквито би било по-лесно да бъдат, отколкото такива, каквито в действителност са – индиректно провокирани от дискриминативния дух на българското общество, а не ясно продиктувани от заговор за страданието на ромите:

„По-лесно е да повярват хората [от ромските общности] в нещо измислено, защото не искат хората да ги затварят.“ (Здравен медиатор, Ямбол)

За да се стигне до това ромските общности да възприемат алтернативни (на официалните и подкрепени от факти) обяснения за състоянието и неволята си, са необходими две основополагащи изисквания: 1) практическо разминаване между обрисуваната официална версия и всекидневните преживявания на хората и 2) (социално и мисловно) пространство за ре-интерпретация на фактите. Пространството за ре-интерпретация на официално оповестени факти се появява тогава, когато има преобладаващо схващане, че официалните версии биха могли да бъдат неистинни и има наложено недоверие в държавата и институциите ѝ. Българските медии (и официално представените власти като цяло) имат усложнена взаимовръзка с ромските общности. Както беше дискутирано и по-рано в този доклад, медиите рядко работят в интерес на ромските общности и обикновено задълбочават имплицитната, но всеобхватна враждебност към тази конкретна етническа група. Тези тенденции не остават незабелязани от ромските общности:

*„По принцип ромите сме набедени във всяко едно отношение и според мене те знаят, защото в кварталите не се чисти добре от хората в общината, не се поддържа добра хигиена, затова казват - всичко идва от ромите и от кварталите. (...) Независимо, каквото ще да стане, ако някой нещо е направил и е от ромски произход, те веднага това го изтъкват.“
(Активист, Монтана)*

Опропастената връзка между ромските общности и официалните власти и медийни авторитети трайно установява атмосфера на споделено недоверие. Недоверието на ромските общности към държавните институции и към официалните и популярни източници на информация създава повече пространство за ре-интерпретация на истината. То увеличава уязвимостта на ромите към „алтернативни факти“ и поражда заблудата, че те могат да са точно толкова легитимни, колкото и признатите от данни и експертиза. Авторитетът на фактите и на експертите е подриван от всеобщо отхвърляне на очакваната презумпция, че държавата и медиите действат в интерес на ромите. Тази изначална опозиция между ромите от една страна и държавните власти и медиите от друга задава поле за реализация на фалшиви новини и дезинформация.

Уязвимостта на ромските общности към разпространението на фалшиви новини и дезинформация относно COVID-19 се корени в масово налагания медийен образ на ромите – че те са отговорни за всичко лошо в обществото, което сега, в очите на нашите респонденти, просто е приспособено да включва и

пандемията. Последиците от установеността на тези публични и медийни наративи се материализира в афинитета на членове на ромските общности към алтернативни източници на информация и авторитети.

„Националната стратегия за детето се приема, за да може децата да бъдат осиновявани от гей двойки в Норвегия“ – емоционално заредени теми и ирационални страхове

Гореописаният пример за широко разпространена дезинформационна кампания сред ромските общности не е безпрецедентен. Всъщност, той може да бъде интерпретиран като поредното свидетелство за недоверието на хората от ромските общности към официалните власти и информационни канали. Конспиративните теории, според които правителството умишлено действа с цел да дискриминира и изключва ромските общности, се появяват още през 2019 година. През 2019, ромските общности стават жертва на един от най-сериозните случаи на дезинформация и разпространение на фалшиви новини¹⁶ в България. В основата на тази дезинформационна кампания е поставена Националната стратегия за детето (2019-2030). Изготвена през 2018 като продължение на предходната Национална стратегия за детето (2008-2018), стратегията предлагаше разширение на предвидените политически действия, в полза на превенцията на насилието над деца.

Дезинформационна кампания (подкрепяна от тези с възгледи за съхранение на „традиционното семейство“, включително и една от представените в правителството партии – ВМРО¹⁷ (News.bg., 2019)) набира популярност във Фейсбук през 2018/2019. Според фалшивите новини от тази поредица, Националната стратегия за детето е съфинансиран от Норвегия проект, целящ да промотира поправки в закона, които да позволят на гържавата, чрез социалните служби, да отнема български деца от семейства им, следвайки „норвежкия модел за защита на детето“ (Ditchev, 2019). В същността си, фалшивите новини твърдят, че децата могат да бъдат отнемани от родителите им без предупреждение (понякога и без тяхно присъствие) и по неоснователни причини (като родителски отказ да се закупи конкретна играчка, например), за да бъдат насилствено осиновени от еднополови двойки в Норвегия¹⁸.

Тази дезинформационна кампания води до широко разпространен страх, че деца ще бъдат отвлечани от родителите им, особено сред родителите роми, които имат ограничени ресурси да се противопоставят на гържавните служби и управленски решения. Тази подхранвана от страх паника ескалира до особено големи пропорции на места като Сливен, където ромските роди-

16. Ромските общности далеч не са били единствените „жертви“ на популярните в България конспиративни теории, основният разпространител на които е бил Фейсбук. Членове и на другите етнически общности, включително и на етническите българи са се оказвали уязвими към конспиративни теории и съмнителни източници на информация.

17. В резултат на тази кампания, Националната стратегия за детето не беше ратифицирана.

18. Излишно е да се споменава, че тази интерпретация на текста на Стратегията не отговаря на истината.

тели в отговор на конспирацията, прибираха преждевременно децата си от училище (или не им разрешаваха изобщо да отидат в класните стаи), за да могат да ги държат в безопасност у дома, надалеч от властите (за които ромите вярват, че на практика ще опитат да отвлекат децата им без обяснение).

„Достигна до нас, до квартала, че не знам как, новината достигна до ушите на хората, че отишли някакви хора да вземат децата, без да знаят родителите. А всеки родител – и аз да съм, и вие, като чуете, че вземат детето ти без да знаеш, всеки ще постъпи така. И тръгна целият квартал към тези две училища, в които учат ромските деца.“ (Активист, Сливен)

Респондентите ни от Сливен също допълниха, че страхът на ромите от отнемане на децата им е допълнително подхранен и от видеа, които са циркулирали във Фейсбук и са достигали до очите на ромските общности. В тези видеа мъж обяснява на хората, че децата им ще бъдат отнети от тях и предадени на холандски семейства за отглеждане (Actualno.com, 2019). Видеата също включват и съкрушителни кадри от сцена на реално отнемане на дете от родителите му.

„Това пак изникна от медиите. Медиите, които разпространяват от другите държави как взимат детето. Майката плаче, детето реве, тръшка се, а социалните служби и полицията взимат децата, без да се допитват до родителите. А нашите хора, знаете, малко повечето са неграмотни и те каквото виждат по телевизора или по тези мрежи и те си помислиха, че и с нашите деца ще се случи това. (...) И може би от тази гледна точка станала този хаос.“ (Активист, Сливен)

За щастие, най-сериозната последица от тази дезинформационна кампания се оказа само пропускането на няколко учебни дни от ромските деца. Този случай обаче извежда на преден план някои притеснителни тенденции около връзката между ромите от една страна и държавните власти и медиите, от друга. Някои от респондентите ни правеха изводи, относно естеството на тази връзка:

„Това беше една атака от фалшиви новини и сензации (...). В Сливен конкретно май имаше замисъл да се изпробва доколко общността, колко бързо би могла да се мобилизира. (...) Беше много добър експеримент, който показа, че хората не са рационални. Най-лесно се работи като си играеш с емоциите на хората.“ (Студент, Сливен)

Тази дезинформационна кампания изглежда се оказва успешна за известен период от време – родители от други градове, като Карнобат, Ямбол и Асеновград също са били обземани от паника и прибирали децата си от училище. Масовостта на тези действия води до известна ескалация и предизвиква засилено полицейско присъствие в ромските квартали. Някои от респондентите ни дори привидяха организиран политически акт в основата на тези събития. Според ромските активисти, цялата кампания е била умишлено изфабрикувана 1) за да се създаде напрежение в сегрегираните ромски квартали, 2) за да може родителите да изтеглят децата си от училище и по този начин да

се задълбочат негативните обществени нагласи към ромите и ромските семейства. По този начин устойчивият наратив за неграмотността и необразоваността на ромите да бъде допълнително онагледен чрез отказа на ромските родители да изпращат децата си на училище.

Независимо дали е била резултат от организирани политически действия (целенасочена дезинформация), или просто нещастен развой на събитията (поредица от случайности, при която фалшивите новини водят до сериозни последици), този особен случай на масова заблуда съумя да награди вече съществуващата уязвимост на ромските общности към фалшиви новини и дезинформация. Също както и в случая с конспирацията около COVID-19, фалшивите новини успяват да доведат до реални действия, защото са подкрепени от вече съществуващо недоверие във властта и публичните авторитети, както и защото въобразената история наподобява на специфики от реалната действителност на преживяванията на ромите в България¹⁹.

„Но пък беше за добро“ – може ли фалшивата новина да е положително явление?

Схващането, че социалните служби са врагът, от който ромите трябва да се предпазват постоянно, не е ново. Противопоставянето между официалните властови структури и ромските общности (системно подхранвано от медийните образи, както беше представено при изводите от кабинетното проучване на този доклад) винаги е имало централна роля в живота и поведението на повечето маргинализирани и изключени от обществото членове на малцинствата. Тази тенденция (и нейните неочаквани проявления) е илюстрирана и от една история, споделена от респондент на изследването, за това как фалшивите страхове могат да бъдат преодолени чрез хитро измислени „положителни фалшиви новини“:

„Аз искам тук да споделя фалшива новина, която ние с колегата я измислихме. Тя наистина беше фалшива, но пък беше за добро. Примерно 2006 година мисля че беше, когато започнахме да работим имахме една среща с всички джипита, които са детски лекари тук в Лом и те споделиха с нас, че от един квартал, нито една майка не иска да ваксинира детето си. След което ние отиваме на терен, нали, говорим с тях и те казват „Не, ние няма да си ваксинираме нашите деца, защото ваксините вредят, те се разбо-

19. От една страна, реалността за която става въпрос са случаите, в които наистина ромски деца са отнемани от родителите им от социалните служби. Респондентите ни от Сливен споделиха, че наистина има такива изключения, при които социалните служби са отнемали деца, поради родителска небрежност. От друга страна, има преобладаващо усещане сред ромските общности, че ромските деца не са в безопасност извън границите на собствения им дом. Респондентите от Сливен споделиха истории за ромски деца, които са били подлагани на физически тормоз или са получили трайни физически щети, нанесени им от по-големи деца от българския етнос, които са извършвали действителни престъпления от омраза. Независимо дали тези разкази (за отнети и малтретирани деца) са истина или не, те са оставили траен отпечатък в представите на ромите и в общностната им памет за света, в който живеят. Така този свят придобива измерения, в които родителите не са спокойни за своите деца, защото те са застрашени винаги, когато не са придружени от родител.

ляват, парализират се и така нататък“. Връщаме се втори път – разубеждаваме ги, говорим с часове и те „не, не, не, не“. И ние седнахме с колегата в офиса и се чудим просто как да разрешим проблема. Защото едно дете, ако не е ваксинирано, ще тръгнат различни болести, зарази и така нататък. И след което ние двете решаваме да се върнем отново в квартала и да излъжем хората. Да направим фалшива новина. Връщаме се в квартала и им казваме: „хора, ако до петък не отидете да си ваксинирате децата, личните лекари изпращат бележки до социални грижи и повече няма да получавате детски, нито социални“. (...) След няколко дни ни звънят личните лекари и ни казват: „Абе, хора, какво направихте вие? Пред кабинетите ни е опашка – ние не можем да им смогнем“. Така че по някой път фалшивата новина може да има така и положителна роля.“ (Здравен медиатор, Лом)

Този пример илюстрира как познаването на спецификите на „достоверно звучащите фалшиви истории“ може да се използва за образование, информиране и пораждаване на критическа мисъл у хората. И най-вече – за да се противодейства на вредното влияние от вече успешна дезинформация. Познаването на детайлите и особеностите на фалшивите новини, които жънат успех сред хората, може да се прилага и за превенция на влиянието на вредни кампании за напред. Въпреки това е важно да се отчете също и че отново основен компонент за успеха на една фалшива новина е боравенето със страхове, породени от опорочената връзка между ромските общности и официалните власти.

„Бил Гейтс ни шпионира!“ – страхът от невидимите врагове

Страхът от ваксините и особено от някаква външна намеса, която ги опорочава и използва за вреда, също не е нов. Нещо повече, тази негативна нагласа към ваксините (Поповски, 2018) е само засилена, покрай конспиративните теории около коронавируса. Страхът от чужд, далечен и непознат враг е сериозна заплаха, на която здравните медиатори трудно успяват да се противопоставят.

Респондентите ни традиционно споменаваха за сблъсъка си с фалшивите новини около пандемията и произхода на COVID-19. По-конкретно, посочваха конспиративна теория, която твърди, че вирусът е изкуствено създаден от софтуерния магнат Бил Гейтс (Милева, 2020), чиято основна цел е да разработи ваксина срещу коронависурса. Тази ваксина, според фалшивите новини, той ще използва, за да имплантира проследяващи устройства, под формата на микрочипове под кожата на хората и ще събира информация за поведението на неподозиращите ваксинирани граждани. Тази конспиративна теория не е специфична само за българския контекст, но е особено популярна сред българските потребители на Фейсбук (Newsroom, 2020).

„Най-вече [хората] не вярват във ваксините. Защото знаете във Фейсбук какво е: „ще ни сложат чипове, умишлено ще заразят дечицата сега“. Това е най-голямото предизвикателство пред нас, защото на всеки един трябва да му обясниш, че няма нищо общо с коронавируса редовното ваксиниране.

Те си мислят, че един вид от една ваксина можело да се случи нещо на някое дете. Това е ново – покрай коронавируса.“ (Здравен медиатор, Вигин)

Този пример онагледява поредното проявление на недоверието в официалните власти и авторитети. В този случай обаче злите конспиратори са далечни и недостъпни фигури на властта, за които се смята, че действат на глобално ниво. Идеята, че Бил Гейтс се опитва да контролира цялата планета, онагледява усещането, че хората губят контрол над собствения си живот и нямат друго рационално обяснение за това защо губят контрол над обстоятелствата, които стремглаво се влошават.

На базата на идентифицираните популярни случаи на фалшиви новини и дезинформационни кампании, можем да направим следния извод: за да могат „алтернативните представи за истината“ да бъдат приемливи сред ромските общности, тези представи трябва: 1) да бъдат в синхрон със съществуващите и видими особености на реалния житейски опит и представи на хората и 2) да експлоатират опорочената връзка между публичните власти и авторитети (включително официалните медийни канали) и ромските общности – недоверието на ромите във властта и правителството. Тези два ключови компонента превръщат ромските общности в особено уязвими към фалшивите новини, дезинформационните кампании и конспиративните теории.

Фалшивите новини, които предизвикват особено висок отзвук сред ромските общности и постигат успешни дезинформационни кампании, се основават на следните **ключови компоненти**:

- Създадено усещане за надвиснала опасност (независимо дали тя е истинска или въображаема) над фундаменталните ценности или основни аспекти от реалния всекидневен живот на хората
- Да разгръщат образа на далечен, непознат или всемогъщ враг
- Да разказват историите си така, че да отпращат към действителното преживяване на ромската идентичност – в постоянно противоборство с държавните власти и авторитети.
- Да инкорпорират истории, които са били разпространявани и преди, но наново са активизирани за целите на дезинформацията. Особено такива, които са емоционално натоварени.

Респондентите ни отчитаха, че за уязвимостта на ромските общности към дезинформацията и фалшивите новини допринасят основно високите нива на необразованост сред ромите, ограничения достъп до медийни и дигитални информационни канали, както и ниските нива на информираност, медийна и дигитална грамотност.

МЕДИЙНИ ПОДХОДИ КЪМ РАЗПРОСТРАНЕНИЕТО НА ДЕЗИНФОРМАЦИЯ ОТНОСНО РОМСКИТЕ ОБЩНОСТИ, КОИТО ДОСТИГАТ ДО САМИТЕ ТЯХ

Някои от основните характеристики на враждебната медийна среда в България не бяха убягнали и на респондентите на проучването. Те бяха забелязали, че антиромската враждебност на медиите допринася за всеобщата картина на дезинформираност сред не-ромите, постигана особено чрез практиките на установяване и утвърждаване на вредни анти-ромски наративи. Преобладаващото усещане сред респондентите беше, че популярните медии и установеното обществено мнение е антиромско. Емоционално интернализиране на антиромската враждебност в медиите и в обществото води до изграждането на усещането за цялостна дискриминативна среда сред ромите в България. Така ромите усещат, че медиите в страната не работят в техен интерес. Напротив – медиите и техните послания са считани за нещо, което обрича на неуспех всяко усилие на ромските общности да преобърнат негативните образи и митове, водещи до антиджипсизъм и дискриминация.

Респондентите от ромските общности описваха медийната враждебност и практиките по разпространение на неверни и фалшиви новини и дезинформация като един от най-успешните механизми за изключване на ромската гледна точка и на самите ромски представители от медийния и публичния дебат в страната. Респондентите ни идентифицираха четири основни тактики, чрез които медийните канали успяват да установят и затвърдят наративите, основани на предразсъдъци. Те включват етнизацията на проблемите, целенасочено подвеждане на аудиториите, сензационализъм и умишлено лишаване на ромските представители от техните гласове.

Етнизацията на проблемите

Това, което нашите респонденти наричат „етнизация на проблема“ се корени в журналистическата и репортерска практика за извеждане на преден план на етническата принадлежност на участниците в негативни новини. Това допринася за установяването на наратива, че „ромите са престъпници, които заслужават сурови наказания“ (вж. резултатите от кабинетното проучване):

„В крайна сметка ставам свидетел на доста проблеми, в които не участват представители на ромския етнос, за които също се дава гласност, но там не се етнизират проблемът, там не се казва, например ако извършителят на престъплението е българин, не се казва ‘българин преби бабата’, няма такъв начин на осведомяване на общността, докато като е представител на ромската общност не се пропуска.“ (Ромски лидер, Сливен)

Установената от нашите респонденти практика на „етнизация“ на проблемите конкретно диагностицира социалните условия, които задават въз-

можността за налагане на медийните наративи по третиране на ромите като „по-малоценни от“ или „природно различни“ от етническите българи.

Целенасочено подвеждане на аудиторията от страна на корумпирани медии

Недоверието на ромите в медиите в България най-ясно проличава в начина, по който те виждат медиите като служещи умишлено на целите на дезинформацията – чрез тяхната корумпираност по природа, която принуждава някои медии да подвеждат и заблуждават съвсем умишлено:

„Може да противопоставя примерно. Да объркава, да създава грешни представи. Вина имат собствениците на медиите и най-вече на големите медии, които преследват частни корпоративни интереси и просто споменават това, което им е удобно, а не това, което е истина. (...) Хората, които имат медиите, имат повече от банките, защото се вижда, че с тях можеш да затвориш 2 млрд. хора по земята например.“ (Активист, Септемврийци)

Това грандиозно обяснение на опорочените медии в България е базирано на разпространеното негативно мнение за българските медии сред ромските общности. Нито един сред респондентите ни не представи добър пример за популярни медии, които някога са признали или публикували извинение за разпространение на невярна или вредна информация относно ромските общности.

Сензационализъм, базиран на установени предразсъдъци

Фалшивите новини и дезинформацията са считани за поредния пример за склонността на социалните структури в България да работят в полза на мнозинството и да ощетяват малцинствата. Някои от респондентите ни споделиха подозрението си, че сензации, засягащи ромските общности, често се използват от медиите, за да отклонят общественото внимание от нашумял случай на политически скандал или история, засягаща високопоставени публични личности.

Според респондентите, това лесно постижимо публично съгласие осигурява комфорта на аудиторията и я разсейва от сложните проблеми на икономическия и политически живот в страната, представяйки социален отдушник за българските публики. Винаги, когато нашуми история за престъпления от високите етажи на властта, корумпираните медии се стичат на помощ на своите „покровители“ и ги спасяват от напрежението на публичното око, измествайки фокуса върху удобния злодей – ромските общности.

Особено явно респондентите ни отчитат, че митът за ромската криминалност се използва, за да разсея публичното внимание:

*“Когато има някакъв проблем, например с [някой политик или голям бизнесмен], когато има неща за тях, веднага се обръщат медиите към ромските проблеми; кой кого убил, кой какво откраднал, какво направил.”
(Социален работник, Нови пазар)*

Умишлено лишаване на ромските представители от техните гласове

Едностранныят подход при медийното отразяване на теми, които силно засягат ромските общности също беше регистрирано от респондентите. Ромските активисти отбелязаха, че медиите умишлено не са осигурявали адекватно представителство на разнообразието на членовете на ромските общности, които отразяват и интервюират. Особено negliжирани са били значими фактори, като нива на образованост и способност за публично говорене и правилна артикулация:

„Аз съм бил свидетел, когато медиите умишлено избират хората, които не могат да говорят и които предпочитат да се излагат, а не да отидат при хората, които са здравомислещи и могат да отговорят адекватно на въпроса. Тези хора журналистите ги отблъскват. Не им обръщат внимание и не ги отразяват.“ (Младеж, София)

По този начин медиите лишават ромите от техните истински гласове – като лишават общността от възможността да представи разнообразието на своите членове. Така медиите успяват да затвърдят вече установения от тях образ на необразовани и неграмотни роми, като генерална характеристика на целия етнос.

ЕМОЦИОНАЛНО ЗАРЕДЕНИ АСПЕКТИ НА АНТИДЖИПСИЗМА

Дискриминацията в реалния живот и медийната враждебност като интернализирани фактори за себевъзприятието на ромските общности

Някои респонденти споделиха истории на свой личен сблъсък с дискриминация и предразсъдъци в реалния си живот, докато други споделиха опита си с онлайн дискриминацията и публичната предубеденост. Всички респонденти бяха ставали жертва на дискриминация и имаха личен опит с предизвикателствата на социалния и икономически живот на хората, които определят себе си като роми. Голяма част от всекидневните изпитания, за които нашите респонденти споделяха, се корени в представите на мнозинството за същността на малцинството.

Директен антиджипсизъм и прикрити микроагресии

Някои прояви на дискриминация са считани от респондентите ни за нещо нормално и никой не се е противопоставял на това. Някои от респондентите ни споделиха за по-прикрити прояви на дискриминативно отношение, на които не са обърнали особено внимание. Други пък проявяват висока чувствителност към по-незабележими намеци на дискриминация и микроагресии, каквито преживяват всекидневно:

„Те никога няма да ти го кажат в очите [че смятат, че не заслужаваш отличните си оценки], но те гледат по един особен начин. Ние ги забелязваме тези неща.“ (Ученик, Лом)

Вероятно най-често срещаният пример за проява на дискриминативно отношение, който е валиден и за общуването лице-в-лице и за онлайн комуникацията, е изразът „Ти не си като другите [роми]“. Според разказите на респондентите ни, това е най-често срещаният израз, с който се отговаря на опитите на ромите да се противопоставят на предразсъдъците срещу себе си. Респондентите ни споделиха, че опитват да поставят под съмнение общовалидността на антиромските митове и стереотипи, като представят себе си като контра-пример на тези образи. Тази стратегия цели да покаже, че не всички роми са нискообразовани и престъпници, а напротив – самите те са продуктивни и успешни членове на обществото. В отговор, етническите българи най-често издигат стена с изреча „Ти не си като другите“. Това твърдение позволява на мнозинството да запази авторитета си върху установяването на общовалидната истина и в същото време да допуснат положителните качества на нашите респонденти – обрисувайки ги като изключенията, които само затвърждават правилото. Така предразсъдъците могат да продължат да съществуват като доминираща нагласа сред обществото, въпреки множеството примери за обратното.

Изследването установи, че независимо от канала на реализация (на живо, в медиите или онлайн) междуличностните (анти-интеграционни) схващания са ориентирани около едно общовалидно допускане: „Ромското“ е по условие по-лошо и по-малоценно“. Подходите към противопоставянето на тези разбирания онлайн и в традиционните медии, може да бъде основано на отчетените като успешни стратегии за противодействие при защитаването на проромската страна в дискусии и спорове.

Тези стратегии включват следните компоненти:

- Уповаването на факти – отчитането на исторически и актуални постижения на хора с ромски етнически произход, с особено висок обществен принос;
- Предоставянето на положителен пример – споделянето на историите и показването на лицата на успешни роми;
- Демонстрирането на познание и експертиза за опровергаването на фалшиви новини и дезинформация относно ромите – преборването на дезинформацията и грешните убеждения директно чрез факти и официални данни;

- Използване на достоверни източници, при отхвърлянето на фалшиви твърдения и грешни стереотипни допускания.

Тези стратегии могат да бъдат използвани за активизъм, застъпничество и за развитието на медийни и онлайн публикации, които да допринесат за изграждането на знание за ромските общности и ромската култура. Този принос към знанието е необходим 1) за да създаде пространство, в което ромите да се чувстват в безопасност и подкрепени, за да придобият по-високо самочувствие за етническия си произход и 2) защото се противопоставя на нормализирането на антиджипсизма като обществена нагласа, която често е използвана за създаването на сензации и за затвърждаването на „всеобщото безвъпросно знание“ сред членовете на етническото мнозинство.

Дебатът относно интеграцията – междугрупово напрежение сред ромите

Интеграцията като цяло беше възприемана от респондентите ни като индивидуален акт.

„Интеграция не е правилната дума, а социализация. Тези хора са тук от колко години - как ще ги интегрираш? Просто трябва да се социализира този човек, да излезе от тази капсула, от тази маргинализирана среда.“
(Социален работник, Нови пазар)

Дебатът около интеграцията е силно повлиян и от нагласите на ромите за влиянието, което дезинформацията относно ромите има върху всекидневния им живот. Заради медийния наратив за невъзможната интеграция, на която пречи само неспособната да се интегрира „ромска природа“, респондентите (самите те членове на ромски общности) са стигнали до убеждението, че интеграцията е задача именно на ромите сами за себе си – лична отговорност на всеки човек. Затова изследването може да заключи, че интернализираната медийна враждебност към ромите е довела до страхове у някои членове на ромските общности, че предразсъдъците и стереотипите може да се окажат верни. Затова ромите бързат да се дистанцират и отрекат от такива „маргинални“ хора, които обвиняват за собствената им неуспешна интеграция.

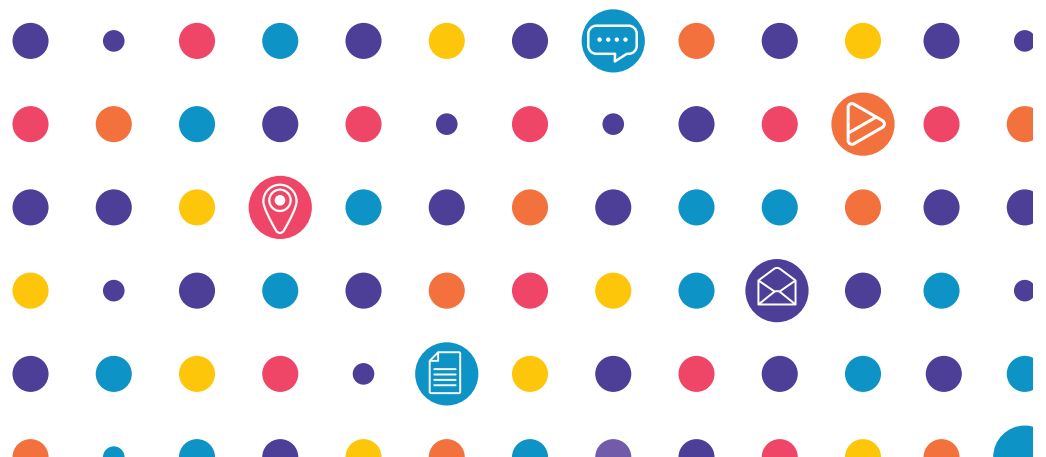
Въпреки това, изследването демонстрира, че противодействието на медийната враждебност изисква противопоставяне на ефектите, които тези процеси са оказали върху самите ромски общности от една страна, и върху обществото като цяло, от друга. Затова, всякакви бъдещи стратегии за преодоляване на медийната враждебност към ромите и ромските общности трябва да бъде насочена към отразяването на дезинформацията сред ромските общности, както и на дезинформацията относно ромските общности. По този начин антиджипсизмът може да бъде преодолян от ромите и за ромите.

ИЗВОДИ ОТ ПРОВЕДЕНИТЕ ФОКУС ГРУПИ

Основните заключения от анализа на данните, събрани чрез проведените фокус групи, идентифицира някои основни тенденции, които могат да бъдат опровергавани или използвани в опит за преодоляването на опасността от фалшивите новини и дезинформацията сред ромите и относно ромите в медиите и онлайн:

- За да може цялостната ситуация на антиромска враждебност да бъде адресирана, **конкретни действия трябва да бъдат предприети**, за да се смекчат последиците от дезинформацията сред ромите и дезинформацията сред етническото мнозинство в България.
- **Популярните медийни и информационни канали, използвани от ромите са Фейсбук, YouTube, Google.** В по-малка степен ромските общности се информират и чрез национално разпространявани телевизионни канали, както и чрез някои високо титуловани аналитични и считани за етични медийни канали. Популярните канали за новини и информация обаче не се ползват с доверието на членовете на ромските общности, защото на тях се гледа като на медии, защитаващи чужди интереси.
- Има **две различни проявления на медийната враждебност към ромските общности.** От една страна има дезинформация, която се разпространява сред ромските общности, а от друга – медийна дезинформация относно ромските общности. И двата типа дезинформация оказва влияние върху ромите. **Дезинформацията сред ромите** влияе основно върху техния мироглед и върху личните им действия. **Дезинформацията относно ромите** влияе на самочувствието и емоционалното състояние на ромите, като формира мнението им за тяхната роля в обществото.
- **Фалшивите новини** и дезинформацията имат сложна връзка с действителността и преживяванията на ромите. И двата типа трябва да бъдат преборени, за да се преодолее антиджипсизмът и медийната враждебност в България.
- **Фалшивите новини** и дезинформацията сред ромите успяват да пожънат успех, защото **разчитат на паника и ирационални страхове**, като експлоатират емоциите на членовете на ромските общности и разчитат на неустойчивата им връзка с държавните власти и публичните авторитети.
- Всички установени антиромски наративи, които медиите разпространяват, достигат и до членовете на ромските общности. Още повече, ромите са идентифицирали и „тънкости“ около тактиките, които медиите използват, за да представят антиромските нагласи и стереотипи: **етнизацията на проблемите, целенасочено подвеждане на аудиториите, сензационализъм и умишлено лишаване на ромските представители от техните гласове.**

- **Медийната враждебност има комплексно влияние върху ромските общности** и начина, по който те интерпретират процеса на интеграция и автосегрегация, особено по отношение на необходимата роля, която ромските общности трябва да изпълняват в тези процеси. От една страна, благодарение на медийните наративи против интеграцията, ромите смятат, че интеграцията е процес, който или ще бъде постигнат от всеки самостоятелно, или няма да бъде постигнат изобщо. От друга страна, автосегрегацията се счита за грешна (също индивидуална) практика по продължаване на негативните тенденции по изключване и маргинализация. Интеграцията и автосегрегацията се виждат като две противоположни явления. **Автосегрегацията е считана за основното препятствие пред успешната интеграция на ромите.**



БИБЛИОГРАФИЯ

- Alliance Against Antigypsyism, 2017. Antigypsyism – a reference framework. Establishing an alliance against antigypsyism. Sofia, 2017.
- Bahar, A.Y.A.Z., 2018. Analysis of The News Concerning the Roma Minority in Bulgaria. Selçuk İletişim, 11(1), pp.288-306.
- Baider, F. and Kopytowska, M., 2018. Narrating hostility, challenging hostile narratives. Lodz Papers in Pragmatics, 14(1), pp.1-24.
- Bonilla-Silva, E., 2006. Racism without racists: Color-blind racism and the persistence of racial inequality in the United States. Rowman & Littlefield Publishers.
- Council of Europe, 2014. ECRI Report on Bulgaria (fifth monitoring cycle). Strasbourg.
- Council of Europe, 2020. Commissioner for Human Rights of the Council of Europe. Dunja Mijatovic. Report following her visit to Bulgaria from 25 to 29 November 2019., Strasbourg.
- News.bg (2019) И от ВМРО скочиха Сресху стратегията за гетето. Published on: 22.04.2019. Available at: <https://news.bg/politics/i-ot-vmro-skochiha-sreshtu-strategiyata-za-deteto.html> Last accessed on: 27.08.2020.
- Newsroom (2020). Bulgaria: 1 in 5 Bulgarians believe Gates is behind COVID-19 – survey. Independent Balkan News Agency. Published on 11.06.2020. Available at: <https://balkan.eu.com/bulgaria-1-in-5-bulgarians-believe-gates-is-behind-covid-19-survey/> Last accessed on: 27.08.2020
- Tandoc Jr, E.C., Lim, Z.W. and Ling, R., 2018. Defining “fake news” A typology of scholarly definitions. Digital journalism, 6(2), pp.137-153.
- Tolsma, J., 2009. Ethnic hostility among ethnic majority and minority groups in the Netherlands: An investigation into the impact of social mobility experiences, the local living environment and educational attainment (Doctoral dissertation, [SI]: sn [ICS dissertation series 155]).
- Алфа Рисърч, 2020. Мнозинство и малцинства. Нагласи към различните. Доклад – анализ от национално представително проучване. Декември 2019 – януари 2020. Налично онлайн: https://alpharesearch.bg/api/uploads/Articles_2020/March_-_Religions/final_analyse_results_graphics_31_03_2020.pdf Последно достъпно на 01.06.2020.
- Инджов, И., 2012. Образът на ромите в българския печат., София.
- Даскалова, Н. 2015. Медиите и езикът на омразата: ключови зони. София: Фондация „Медийна демокрация“. Налично онлайн: http://antihate.europe.bg/sites/default/files/uploads/untitled_folder/medii.pdf Последно достъпно на 04.06.2020
- Милева, В. (2020). Как ще помогнат ваксините на Бил Гејтс да „обезлуги света“. OffNews. Published on: 11.05.2020. Available at: https://nauka.offnews.bg/news/Skeptik_3/Kak-shte-pomognat-vaksinite-na-Bil-Gejts-da-obeziudi-sveta-_149573.html Last accessed on: 27.08.2020.
- Поновски, Л. (2018). Митове и истини за ваксините. Deutsche Welle. Published on 25.05.2018. Available at: <https://www.dw.com/bg/митове-и-истини-за-ваксините/a-43826330> Last accessed on: 27.08.2020.
- Спасов, Т. 2017. Репрезентация на ромите и бежанците в българските онлайн медии (наблюдение на медийното отразяване по време на официалната предизборна кампания: 24 февруари 2017 – 24 март 2017)., София: Асоциация на Европейските Журналисти – България.

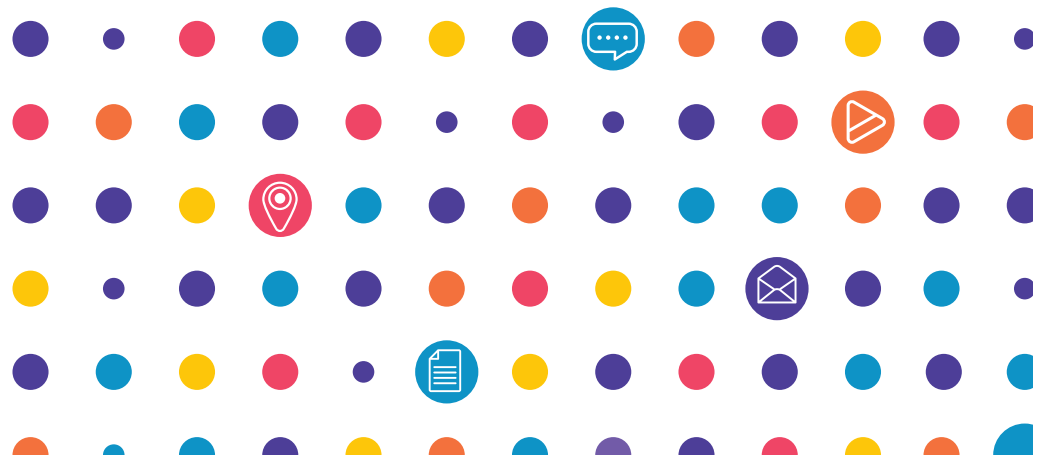
Цитирани онлайн единици на анализ:

- 24chasa. (2019). Събарят 96 незаконни къщи в ромския квартал „Лозенец“. 24Chasa.bg. Published on 05.09.2019. Available at: <https://www.24chasa.bg/novini/article/7640492> Last accessed on: 29.07.2020.
- 24chasa. (2020a) Роми вече гежурят пред хранителни магазини в центъра на Варна. 24Chasa.bg. Published on 07.04.2020 Available at: <https://www.24chasa.bg/region/article/8420683> Last accessed on: 29.07.2020.
- 24chasa. (2020b) Роми не спазват карантината, гурбетчи купонясват, арести на опашка за помощи и гетски. Published on: 19.03.2020. Available at: <https://www.24chasa.bg/novini/article/8327423> Last accessed on: 27.08.2020.

- 24chasa. (2020c). Роми ядат пеликани и лебегу край Бургас, експерти прегупрежгават за птичи груп. 24Chasa.bg. Published on 25.02.2020 Available at: <https://www.24chasa.bg/region/article/8229339> Last accessed on: 29.07.2020.
- Actualno.com (2019). Роми се втурнаха да прибират рожбите си от училище зарафи клип, обясняващ как се отнемат деца. Published on 04.10.2019. Available at: https://www.actualno.com/society/romi-se-vturnaha-da-pribirat-rojbite-si-ot-uchilishte-zaradi-klip-objasnjasht-kak-se-otnemat-deca-video-news_1381878.html Last accessed on: 28.08.2020.
- Actualno.com (2020). Ромски лидер: Ако не спрем мангасарите днес, те ще ни превземат утре. Published on 12.04.2020. Available at: https://www.actualno.com/society/romski-lider-ako-ne-sprem-mangasarite-dnes-te-shte-ni-prevzemut-utre-news_1452376.html Last accessed on: 27.08.2020.
- Aleksieva, N. (2020). Проверяват 450 работници, завърнали се от Италия във Варненското село Дъбравино. 24Chasa.bg. Published on 13.03.2020. Available online: <https://www.24chasa.bg/region/article/8298339> Last accessed on 29.07.2020
- Blitz. (2016). Екшън в Бургас! Полицаи направиха забележка на шумни цигани – те изпочупиха патрулката с тухли. Blitz.bg. Published on: 02.05.2016. Available at: <https://blitz.bg/intsidenti/ekshn-v-burgas-politsai-npravikha-zabelezhka-na-shumni-tsigani-te-izpochupikha-patrualkata-s-tukhli-news409271.html> Last accessed on: 28.07.2020.
- Blitz. (2017a). Диващина посред бял ген! Пияни до козирката роми пребиха лекарка от бърза помощ. Published on: 17.06.2017. Available at: https://blitz.bg/obshtestvo/regioni/divashchina-posred-byalden-piyani-do-kozirkata-romi-prebikha-lekarka-ot-brza-pomoshch_news522235.html Last accessed on: 28.07.2020.
- Blitz. (2017b). Наглост! Роми се самонастаниха в къща в центъра на Пловдив, въртят бизнес и отдават стаи под наем. Published on: 21.05.2017. Available at: https://blitz.bg/obshtestvo/regioni/naglost-romi-se-samonastanikha-v-kshcha-v-tsentra-na-plovdiv-vrtyat-biznes-i-otdavai-stai-pod-naem_news514565.html Last accessed on: 28.07.2020.
- Blitz. (2017c). Погром в новите гробища на Благоевград, изпотрошиха гробовете преди Черешова задушница (СНИМКИ) Blitz.bg. Published on: 13.06.2017. Available at: https://blitz.bg/obshtestvo/regioni/pogrom-v-novite-grobishcha-na-blagoevgrad-izpotroshikha-grobove-predi-chereshova-zadushnitsa-snimki_news518230.html Last accessed on: 28.07.2020.
- Blitz. (2017d). Роми клаха с коса мъж от Микрево, докато им пречи да му откраднат люцерната (СНИМКИ 18+) Blitz.bg. Published on: 05.06.2017. Available at: https://blitz.bg/kriminalni/romi-klakhas-kosa-mzh-ot-mikrevo-dokato-im-prechi-da-mu-otkradnat-lyutsernata-snimki-18_news518902.html Last accessed on: 28.07.2020.
- Blitz. (2017e). Разследване: 23-годишен ром е убил малкия Мариос. Blitz.bg. Published on: 12.06.2017. Available at: https://blitz.bg/svyat/razsledvane-23-godishen-rom-e-ubil-malkiya-marios_news520621.html Last accessed on: 28.07.2020.
- Blitz (2017f). Ромите Иван и Мумко скочиха на ченге, но ето как ги наказаха. Blitz.bg. Published on: 13.05.2017. Available at: https://blitz.bg/kriminalni/nakazanie/romite-ivan-i-mitko-skochikha-na-chenge-no-eto-kak-gi-nakazakha_news512300.html Last accessed on: 28.07.2020.
- Blitz (2017g). Роми на тумби превзеха перлата на Благоевград! Свинцините, които вършат са безчет (СНИМКИ). Blitz.bg. Published on: 13.05.2017. Available at: https://blitz.bg/obshtestvo/regioni/romi-na-tumbi-prevzekha-perlata-na-blagoevgrad-svinshchinite-koito-vrshat-sa-bezchet-snimki_news526413.html Last accessed on: 28.07.2020.
- Blitz (2017h). Ромите от Сливенския квартал „Надежда“ ревноха в един глас: Полицаите ни стреляха с патрони, дойдоха с пушки. Blitz.bg. Published on: 04.05.2017. Available at: https://blitz.bg/obshtestvo/romite-ot-slivenskiya-kvartal-nadezhda-revnakha-v-edin-glas-politsaite-ni-strelyakha-s-patroni-doydokha-s-pushki_news509743.html Last accessed on: 28.07.2020.
- Blitz (2017i). Сеур: Тумба роми спретнаха истински цирк пред родилно в Полша! Ето как ни представиха пред света (СНИМКА) Blitz.bg. Published on: 27.06.2017. Available at: https://blitz.bg/svyat/seir-tumba-romi-spretnakha-istinski-tsirk-pred-rodilno-v-polsha-eto-kak-ni-predstavikha-pred-sveta-snimka_news524852.html Last accessed on: 28.07.2020.
- Blitz. (2017j). Сигнал до Blitz: Поредно безчинство, роми пребиха зверски шофьор на автобус в Пещера. Blitz.bg. Published on: 14.07.2017. Available at: https://blitz.bg/svyat/razsledvane-23-godishen-rom-e-ubil-malkiya-marios_news520621.html Last accessed on: 28.07.2020.

- Blitz. (2017k). Снецакция в Бургас свари по бели гащи роми, които въртят нелегален... (СНИМКИ) Blitz.bg. Published on: 28.06.2017. Available at: https://blitz.bg/obshtestvo/regioni/spetsaktsiya-v-burgas-svari-po-beli-gashchi-romi-koito-vrtyat-nelegalen-video_news525190.html Last accessed on: 28.07.2020.
- Blitz. (2017l). Тези роми проявиха крайно неуважение към химна на България. Blitz.bg. Published on: 30.05.2017. Available at: https://blitz.bg/obshtestvo/tezi-romi-proyavikha-kрайно-neuvazhenie-km-khimna-na-blgariya-snimki_news517016.html Last accessed on: 28.07.2020
- Blitz. (2017m). Тези снимки възмутиха цяла София! Не е за вярване какво направиха ромите с фонтана го НДК Blitz.bg. Published on: 06.05.2017. Available at: https://blitz.bg/obshtestvo/stolitsa/tezi-snimki-vzmutikha-tsyala-sofiya-ne-e-za-vyarvane-kakvo-napravikha-romite-s-fontana-do-ndk_news510478.html Last accessed on: 28.07.2020.
- Blitz. (2017n). Това ли са богатите бедни в България? Роми-клошари извозват набраното от кофите с „Мерцедес“ (СНИМКА/ВИДЕО) Blitz.bg. Published on: 26.05.2017. Available at: https://blitz.bg/obshtestvo/stolitsa/tova-li-sa-bogatite-bedni-v-blgariya-romi-kloshari-izvozvav-nabranoto-ot-kofite-s-mertsedes-snimkavideo_news515958.html Last accessed on: 28.07.2020.
- Blitz. (2017n). Осемгесет милиона лева от еврофондове за поредното ромско „включване“. Blitz.bg. Published on: 29.05.2017. Available at: https://blitz.bg/obshtestvo/80-mln-lv-ot-evrofondovete-zaporednoto-romsko-vklyuchvane_news516686.html Last accessed on: 28.07.2020.
- Blitz. (2018a). Ексклузивно и само в Blitz! Циганските зулуми в София стават все по-страшни: С тояги и лопати нападнаха... Blitz.bg. Published on: 31.10.2018. Available at: https://blitz.bg/kriminalni/ekskluzivno-i-samo-v-blitz-tsiganskite-zulumiv-sofiya-stavat-vse-po-strashni-s-toyagi-i-lopati-napadnakh_news636639.html Last accessed on: 28.07.2020.
- Blitz. (2018b). Погром! Погивели роми развалиха празника на казанлъчани, млатиха се като обезумели, заради... Blitz.bg. Published on: 17.09.2018. Available at: https://www.blitz.bg/obshtestvo/regioni/pogrom-podiveli-romi-razvalikha-praznika-na-kazanlchani-mlatikha-se-kato-obezumeli-zaradizrelishchno-video_news627522.html Last accessed on: 28.07.2020.
- Bonetti1376 (2011). Господари на Ефура – 17.01.11 – модерни ромски имена.avi Published on: 19.01.2011. Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=tDw81kgZS18> Last accessed on: 27.08.2020.
- Dupe TV (2020). V mazeto konove. Published on: 21.04.2020. Available at: <https://www.facebook.com/watch/?v=540006569990055> Last accessed on: 27.09.2020.
- Dzhambazki.com (2008). Циганските гета в София Published on: 21.10.2008. Available at: <https://www.djambazki.org/index.php?/news/view/38/ciganskite-geta-v-sofiia> Last accessed on: 27.08.2020.
- Ekip Plovdiv24.bg. (2014). Лухвари продават ромски гласове на едро. Plovdiv24.bg. Published on: 21.05.2014. Available at: <https://www.plovdiv24.bg/novini/Bylgaria/Lihvari-prodavav-romski-glasove-na-edro-495132> Last accessed on: 28.07.2020
- Gospodari na efira (2017a). Как звучи Дойдох, Видях, побегих в ромски вариант. Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=XjZdMhSWwk4> Last accessed on: 28.07.2020
- Gospodari na efira (2017b). Най-шармантната лейди в Столипиново разказва за сблъсък между ромите и полицията. Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=XjZdMhSWwk4> Last accessed on: 28.07.2020
- Klub na svobodnite jeni (2019). Красимир Каракачанов: Циганизацията трябва да бъде спряна незабавно! 02.07.2019. Available at: <https://www.facebook.com/1056073647739920/posts/3262964920384104/> Last accessed on: 27.08.2020
- Marginalia. (2020). Специални докладчици на ООН искат от българското правителство да спре дискриминационните мерки срещу COVID-19 в сегрегираните ромски квартали. Marginalia.bg. Published on: 14.05.2020. Available at: <https://www.marginalia.bg/novini/spetsialni-dokladchitsi-na-oon-iskav-ot-balgarskoto-pravitelstvo-da-spre-diskriminatsionnite-merki-sreshtu-covid-19-v-segregirvanite-romski-kvartali/> Last accessed on: 28.07.2020
- Muzika. (2020). 06.05.2020. Available at: <https://www.facebook.com/watch/?v=231700294916047> Last accessed on: 29.07.2020.
- Nova.bg (2020). ЗАРАДИ НЕСПАЗВАНЕ НА МЕРКИТЕ: Пълна блокада на Ямболския квартал „Райна княгиня“. Published on: 10.05.2020. Available at: <https://nova.bg/news/view/2020/05/10/287517/zaradivnespazvane-na-merkite-plna-blokada-na-iambolskiy-kvartal-rajna-knyaginya/> Last accessed on: 27.08.2020

- Petrov, Todor. (2020). Защо ромските махали станаха огнища на коронавируса? Vgonair.bg. Published on: 24.06.2020. Available at: <https://www.bgonair.bg/a/36-sutreshen-blok/196949-zashto-romskite-mahali-stanaha-ognishta-na-koronavirusa> Last accessed on: 27.08.2020.
- Percheva, A. (2020). Егуният от бячите на дямото в Трилистник бил педофил (снимки). 24Chasa.bg. Published on 06.04.2020. Available at: <https://www.24chasa.bg/region/article/8414053> Last accessed on: 29.07.2020.
- Vadisavljevic, A. (2020). Balkan protesters show solidarity with Black Lives Matter movement. BalkanInsight. Published on: 10.06.2020. Available at: <https://balkaninsight.com/2020/06/10/balkan-protesters-show-solidarity-with-black-lives-matter-movement/> Last accessed on: 28.07.2020
- Zapernik. (2019). Само в ZaPernik.com! Автобуси с роми от Перник тръгват на протест в София – СНИМКИ. Zapernik.com. Published on: 10.09.2019. Last accessed on: 29.07.2020.



**ФАКТИ И
АРГУМЕНТИ –
В ОТГОВОР
НА НАЙ-
РАЗПРОСТРАНЕНИТЕ
МИТОВЕ
ЗА РОМИТЕ**

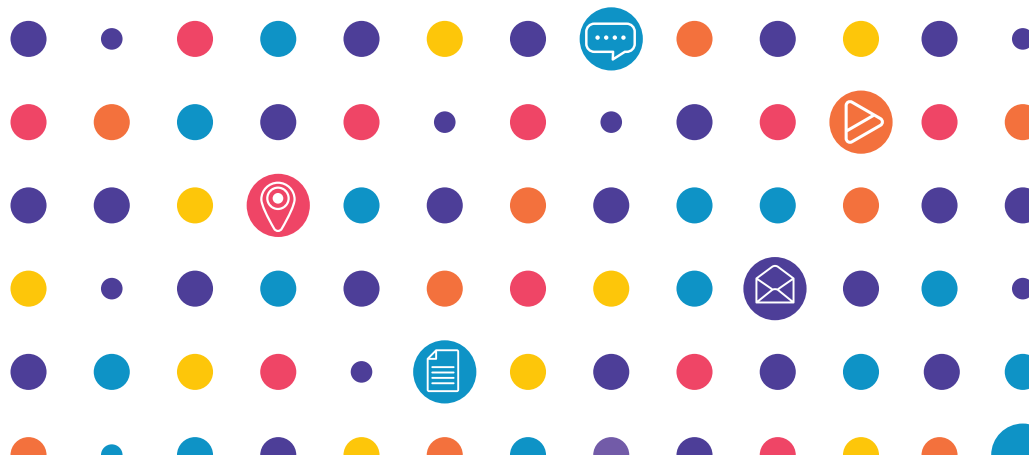


Анализът на най-разпространените митове за ромите в България цели да подпомогне процеса на изграждане на капацитет сред ромските активисти, медиатори и учители, обучаващи деца в смесена среда роми и българи, да разпознават и показват на останалите фалшивите новини, които водят до етническо напрежение и формират негативни предразсъдъци към ромските общности.

Важна задача на доклада е и да даде теми за размисъл как активистите да провокират мисленето на хората от общността, за да променят и своето поведение, което понякога стои в основата на митовете, които обрасват с невярна информация и водят до конфликти. Те, от своя страна, капсуловат все повече ромските общности, настройват ги допълнително срещу всички извън тях, без оглед на това, дали някой им симпатизира или ги мрази. Така кръгът се затваря.

Докладът се позовава на статистически данни и резултати от проучвания, но не е академичен труд – той стъпва на направеното както от научните работници, така и на обективни журналистически материали, социологически изследвания и статистически данни от държавни институции и такива от ЕС. Изводите са на авторите му, които се опират на гореизброените източници и са съчетани с техния експертен опит от работа с ромски общности, проучвания на медии и социални мрежи. Чрез развенчаването на митовете докладът ще помогне на преминалите обученията ромски активисти и медиатори да съдействат на хората от кварталите да се ориентират в големия обем различна информация и да отсяват фалшивата от реалната.

Докладът няма за цел да влиза в академичен, а още по-малко в политически дебат с някои от авторите на фалшиви и злонамерени твърдения. В него ще се оборват преднамерено недостоверни факти и твърдения чрез лесно проверими данни от официални източници като Националния статистически институт (НСИ), Евростат, сайтовете на Агенцията за социално подпомагане (АСП), Агенцията по заетостта (АЗ) и други, а също и от проучвания, направени от водещи и коректни организации, занимаващи се с тази проблематика.



МИТОВЕ И ФАЛШИВИ НОВИНИ – МАЛКО ЗА ЯВЛЕНИЕТО И ПОНЯТИЯТА

Дезинформация и фалшиви новини

Системната дезинформация като инструмент, насочен към определени политически цели, не е от днес и не е от вчера. Той се използва от момента, когато общественото мнение става значимо за управляващите. Едно от съвременните определения за дезинформацията гласи: „умишлено създаване и разпространяване на информация, за която се знае, че е невярна“, (определение на Wardle, използвано е от Центъра за изследване на демокрацията в качествено проучване в ромските общности). През последните години, с развитието на технологиите, използването на дезинформацията заема все по-голям дял от пропагандата, имаща за цел получаването на политически дивиденди на едни или други сили като противопоставя една срещу друга различни обществени прослойки. Един от основните прийоми е фабрикуването и разпространението на фалшиви новини в медиите и социалните мрежи като невярна и подвеждаща информация, опираща се в повечето случаи на предразсъдъчно мислене и липса на адекватна информация за ромите.

Митове и предразсъдъци

Класическото определение, публикувано и в тълковния речник за митовете е Древно сказание за легендарни герои, за богове, за природата или за исторически събития и личности. Първата асоциация, която правим е със старогръцките митове. Тук обаче ние разглеждаме съвременни митове, чието определение е в преносен смисъл: Измислица, невероятна случка, недостовѣрен разказ. Често съвременните митове се основават на частична истина, пречупена през предразсъдъците на даден човек или група. Повтаряни многократно и обрастващи с допълнителни „подробности“, публикувани в медиите и социалните мрежи, те се превръщат в „истина“. С други думи, митовете са истории, споделени от група, които са част от културната идентичност на тази група. Част от тази културна идентичност се основа на стереотипи и предразсъдъци към останалите групи, с които разделят общи жизнени пространства без да контактуват интензивно с тях.

Днес съвременните митове се множат и разпространяват много бързо чрез електронните медии и социалните мрежи и ако ни липсва критичен поглед, лесно можем да попаднем в свят на заблуди и страховити сценарии, които да разстроят и без това трудното ни ежедневие. Чрез безкритичното им приемане много хора и цели прослойки в обществото оправдават личните си неблагоприятия и насочват своята негативна енергия, превърната в омраза, към други групи, които обикновено не познават добре.

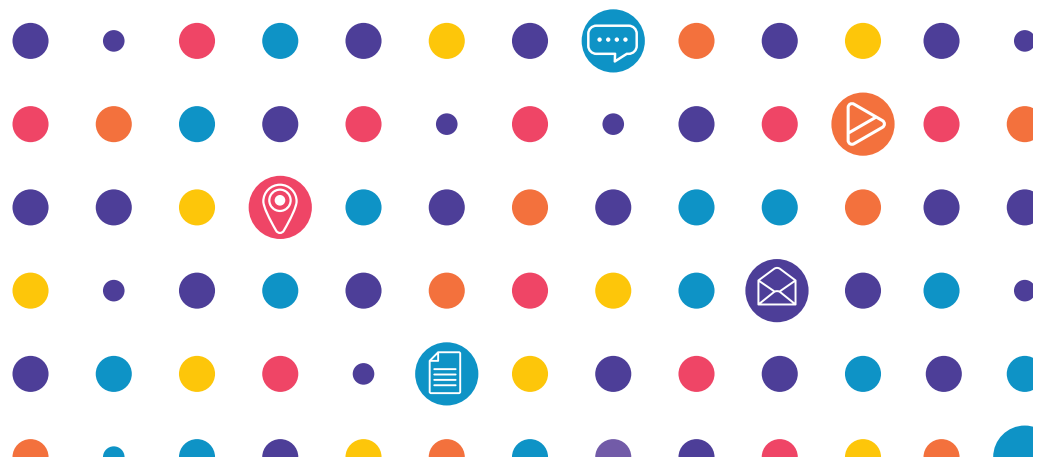
Антиджипсизмът / антиромската дискриминация е многостранен феномен с широко обществено и политическо разпространение. Това е критично препятствие пред включването на ромите в по-широкото общество и пречи ромите да се ползват с равни права, възможности и печелившо социално-икономическо участие.

Роми, ромско население, обособени затворени общности

В този доклад понятието роми се използва като обобщаващо наименование, по-широко от групите със заявена ромска самоидентификация. То включва също групи с майчин език, различен от ромския, част от които заявяват друга предпочитана идентичност, различна от ромската. Затова се приема „името роми като обобщаващо както за българските граждани в уязвимо социално-икономическо положение, които се самоопределят като роми, така и за гражданите в сходна ситуация, които околното население определя като такива, независимо от начина на тяхното самоопределяне“ е прието в Националната стратегия на Република България за интегриране на ромите (2012 – 2020)²⁰.

Важно е да уточним **понятието за обособени /затворени и изолирани ромски общности** - ромски и други етнически общности в неравностойно положение, които живеят повече или по-малко компактно в изолирани квартали/територии, откъснати от макрообществото. Съществена характеристика на тези общности е не толкова етническият им произход, колкото затвореността и изолацията, която рефлектира върху нагласите и социалните норми. От ключово значение не е етническият произход, а принадлежността към затворена изолирана общност, защото критичният рисков фактор не е етническата принадлежност, а животът от поколения в затворена общност, който генерира комплексни рискове и тенденции към маргинализация.

20. Национална стратегия на Република България за интегриране на ромите 2012-2020 (НСИРБ). <http://www.strategy.bg/StrategicDocuments/View.aspx?lang=bg-BG&Id=726>



РОМИТЕ – ХОМОГЕННА ИЛИ РАЗНОРОДНА ОБЩНОСТ?

Митът: „Всички роми са еднакви“

Митът „Всички роми са еднакви“ е твърде широко разпространен сред мнозинството и групите етнически групи в България. Генерализирането на представите за ромите е породено от непознаването на ромите от страна на макрообществото и носи белезите на натрупаните в него стереотипи и предразсъдъци, обобщаващи поведението на най-маргинализираната част от ромските общности.

Ромите не са еднакви, както не са еднакви хората и общностите, в която и да било друга етническа група. Познаването на вътрешните различия и специфики в ромските общности е условие за извеждане на адекватни подходи и форми на интервенциите, които адресират както нагласите и мотивацията за промяна вътре в обособените общности, така и нагласите и готовността в макрообществото за приемане на изключените общности.

Една от основните бариери пред приемането на ромите е продължаващата практика в мнозинството, от медиите до администрацията и доминиращото обществено мнение, на унифициране на представите (и предразсъдъците) към ромите. Те най-често са сведени до образа на най-маргинализираните части на ромските общности. Рядко се прави разграничение, всички са поставени под един знаменател. По този начин по-лесно се разпространяват и неверните твърдения за ромите, които постепенно се превръщат в трайни мнения на основната част от представителите на макрообществото. Така се зараждат и митовете.

Важно е да се знае, че ромите не са хомогенна общност. Както всяка етническа група (включително българската), сред тях има различни групи и подгрупи, които се отличават според социалния статус, образование и социален опит, етно-културни традиции, религия и групи признаци.

РОМСКИ ОБЩНОСТИ И ПОДГРУПИ

Първо, подобно на ромите по света, в България ромите не са единна и еднородна, а хетерогенна общност, като най-важна от гледна точка на идентичност и норми на поведение е груповата принадлежност. В академичните изследвания съществуват различни класификации на ромските подгрупи. Ако ги обобщим, може да се приеме, че в България има над 20 ромски подгрупи, които се характеризират с голямо многообразие. Тези подгрупи приемат различни и често неромски наименования. Хората заявяват различна преферирана идентичност – ромска, собствено-групова, понякога българска, а многочислените турско-езични ромски общности предпочитат етнически неутрална-

та идентичност като миллет и други сходни групи или самоидентификация като турци, макар че не са приемани от етническите турци, които ги смятат за роми. Подгрупите се различават също по традиционен поминък, произход (мястото, откъдето идват), религия и етно-културни кодове. Големи различия има при говоримия майчин език в подгрупите - от диалектите на ромския език, турски, влашки и вкл. български език, а в някои подгрупи или населени места ромите говорят само български и дори не владеят ромски език. Често ромите от различни подгрупи не общуват помежду си, браковете между тях са изключени.

Затова, при планиране на интеграционни политики и интервенции в ромски общности е важно да се познават и отчитат тези специфики при избора на подходите и на „входните точки“ към отделните общности. По сходен начин, тези специфики трябва да се отчитат и разясняват в комуникацията за противодействие на фалшивите новини и дезинформацията, които обичайно „пренасят“ определени характеристики, социални норми или традиции, съхранени в дадена подгрупа върху цялото ромско население, формирайки уродливи и изкривени представи за цялото ромско население. Така се пораждават и митовете, като „всички роми не говорят български език“, „всички роми си продават гъщерите за булки“ и други подобни.

СЪЩЕСТВЕНИ РАЗЛИЧИЯ В СТЕПЕНТА НА ИНТЕГРИРАНОСТ

Сред ромските общности в България се наблюдават съществени различия в степента на интегрираност. Около 20-25% от ромите в страната живеят в смесена среда сред макрообществото, голяма част от тях са интегрирани, а в някои случаи и асимилирани – не се различават от мнозинството по своя социален, образователен статус и професионална реализация, като цяло са приети от обществото и остават незабележими, неразпознавани от обществото като роми.

През последните години обаче, със засилването на антиромските настроения и проявите на явлението „антиджипсизъм“, отношението към тези интегрирани групи от ромската общност се променя в отрицателна насока. Това води до задълбочаване на асимилационните процеси – много семейства крият своя произход, за да не ги постигне стигмата на техния род. В същото време, в редица градове, от които българите се изселват, те продават своите жилища на роми с добър икономически и социален статус. Така се увеличава процентът на ромите, живеещи извън обособените квартали. Затова е необходимо и тук да се съсредоточат част от усилията за развенчаване на фалшивите новини, засягащи ромите и засилващи предразсъдъците у мнозинството от българското общество.

Независимо от горепосочените тенденции преобладаващата част от общностите – над 70% от ромите, живеят в обособени квартали/махали в покрайнините на населените места. Там, наред със сравнително нормалните условия за живот на част от семействата, са концентрирани и сериозните

проблеми на социалната изолация, затвореност и бедност. Съгласно задачите и предназначението на настоящия текст, именно тук са съсредоточени основните целеви групи за бъдеща интервенция – млади хора, ученици и лица от всички възрастови групи, които са обект на фалшиви новини и могат да помогнат за тяхното развенчаване сред останалата част от общността.

ВЪТРЕШНО-ОБЩНОСТНА ЙЕРАРХИЯ МЕЖДУ СЕМЕЙСТВА И РОДОВЕ В РОМСКИТЕ ОБЩНОСТИ

Вътрешно общностната йерархия между семействата/родовете се наблюдава във всяка махала, ромски квартал. В обобщен план вътрешната стратификация на авторитетите се формира от различни фактори и се обособяват поне две паралелни йерархии на влияния върху общността.

Първата е основана на високия общностен статус на родове/семейства, които традиционно са приети като авторитет в общността, който има определящо влияние върху нагласите, придържането или ревизията на традициите и общественото мнение в махалата. Техният авторитет, неформалното лидерство в общността, се доизгражда от допълващи фактори като икономически възможности на семейството, образование, признание за общностно-значимо занятие (граждански организации, пастори, лекари, медиатори и др.).

Втората йерархия стъпва предимно на материалните възможности на семейството, които нерядко са продукт на сивата (и черната) икономика в сенчестия бизнес, лихварство и пр. Както показват изследванията, без традиционно висок вътрешно-общностен статус, такива семейства не са припознати от общността като неформални лидери, (въпреки че нерядко нероми ги възприемат като такива). Те нямат определящо влияние върху нагласите и общественото мнение в квартала, но изграждат отношения на зависимост, чрез които могат да упражняват влияние върху поведението и решенията на хората, особено по време на избори. Тези специфики са важни при определянето на възможните агенти на промяната вътре в отделните общности, които имат потенциал да въздействат за промяна на нагласи и общностно развитие.

ОБОСОБЕНИ ОБЩНОСТИ И МАРГИНАЛИЗАЦИЯ

Изследванията показват, че в почти всяка затворена общност/махала, са формираны зони на крайна бедност и маргинализация. През 2013 г. е осъществено специално проучване за картографиране и характеристика на най-маргинализираните групи сред етническите малцинства (по проект на МТСП съфинансиран от Европейския социален фонд). На основата на обективни статистически данни от Преброяването през 2011 г. това проучване идентифицира 10110 най-маргинализираны домакинства от етнически малцинства, които

живеят на територията на цялата страна (от общо 101095 домакинства от етнически малцинства).²¹ В тези зони нивата на заетост, образование, жилищните условия са многократно по-влошени в сравнение с останалата част от ромския квартал.

Същевременно е важно да се подчертае, че маргинализацията не е само въпрос на доходи и бедност. Съществени са **ключовите характеристики на маргинализираните групи**²², които са следствие от поколенията живот в социална изолация:

- Трайно нарушените връзки на маргинализираната група, както със „своята“ общност, така и с макрообществото;
- Нагласите за бъдещето и мисленето „ден за ден“;
- Задълбочаващи се различия в стандарта на живот спрямо останалата част от общността;
- Икономическите модели за достъп до доходи, трайна безработица и изолация от пазара на труда на всички поколения в домакинството;
- Доминиране на приоритетите за оцеляване на семейството за сметка на развитието и личностната реализация.

За макрообществото тези маргинализирани групи всъщност са „видимата част“ на ромите – към тях са насочени погледите, замъглени от отрицателни стереотипи и предразсъдъци. Макар и трудно, е необходимо да се работи с тях, предимно с по-младите и децата, за да се положи начало на преодоляване на пропадането надолу.

В действителност, в тези зони семействата са двойно изолирани и неприети, както от своята общност, така и от макрообществото. Маргинализираните групи са изолирани в ежедневиия живот от „своята“ общностна среда в ромската махала. Редица изследвания и теренни проучвания показват, че бракове и приятелства между маргинализираните семейства и останалите в махалата няма или са много рядко изключение. Във вътрешно-общностните социални мрежи съществува практика на подкрепа от по-заможните към маргинализираните семейства (храна, грехи), но в общуването между тях се пазят ясни граници.

21. Доклад по Дейност 5: Идентифициране на най-маргинализираните общности сред етническите малцинства на базата на териториални критерии (картографиране) и специфични проблеми по основните направления на политиките на интеграция (Анализ на резултатите). Изследване по проект на МТСП BG051P0001-6.2.11 „Разработване на комплексни мерки за интеграция на най-маргинализираните общности сред етническите малцинства с фокус върху ромите“ на МТСП с изпълнител Консорциум „С.Е.Г.А.-ИСИМ-Прайм Консултинг ООД“. Документите са публикувани на сайта на МТСП, 2014. (Цит. по-нататък като Доклад: Идентифициране на най-маргинализираните общности, 2013). Изтеглено от сайта на МТСП – 2015 г.

22. Наръчник за планиране и изпълнение на мерки за интеграция на маргинализираните общности с фокус върху ромите. МТСП, София, 2013. По проект на МТСП BG051P0001-6.2.11 „Разработване на комплексни мерки за интеграция на най-маргинализираните общности сред етническите малцинства с фокус върху ромите“ на МТСП с изпълнител Консорциум „С.Е.Г.А.-ИСИМ-Прайм Консултинг ООД“.

МИТОВЕ И РЕАЛНОСТ – КАКВО ПОКАЗВАТ ФАКТИТЕ

Основни митове, около които се формират фалшивите новини за ромите

Ще се спрем на някои от митовете, които на пръв поглед могат да се вземат на сериозно – ако не се замислим по-сериозно или не познаваме съответната материя, можем да ги вземем за истина. Именно тук се крие уловката, някои елементи са верни, но комбинирани с неверни факти и премълчани дргуи, се получава наистина мит, който след като влезе в употреба, може да се разклонява и мултиплицира така, че да е удобен за най-различна употреба – от най-злостна клевета, до оправдание за някои действия на ромите, което от своя страна може да доведе до дргуи негативни последиствия. Тези разклонения могат да бъдат насочени както към свръх негативно настроените към ромите, така и към онези, които са либерално настроени и да нанесат еднаква вреда. Едните ще затвърдят своята неприязън, а другите ще се разколебаят и ще направят стъпка към негативизма.

Най-разпространените митове дори служат за основа на политически документи, които имат за цел да вдигат рейтинга на политически партии от популисткия спектър. Такъв документ е т.нар. Концепция за промени в политиката за интеграция на циганския (ромския) етнос на ВМРО²³, която нейният лидер внася на няколко пъти за разглеждане и утвърждаване в Министерски съвет.

ОБРАЗОВАНИЕ – „РОМИТЕ СА НЕГРАМОТНИ, ЗАЩОТО НЕ ИСКАТ И НЕ МОГАТ ДА УЧАТ“

Митът: „Ромите не искат да учат“

Перифразиран, този мит означава, че образованието не е приоритет за ромите, нито за родителите, нито за децата. Разбира се, тук отново се генерализира – това твърдение визира всички роми. Наистина и сега, сред част от ромите, предимно онези, които са маргинализирани, има семейства, за които образованието не представлява ценност.

От средата на миналия век образователната политика на държавата включва ромите, като изгражда училища в кварталите, в които се учат само ромчета до основния етап. Малко по-късно в тях са въведени специални програми, в които са намалени часовете по общообразователните програми за сметка на предмети като трудово обучение, рисуване, физическо, танци, пеене. Тези

23. Концепция за промени в политиката за интеграция на циганския (ромския) етнос в Република България и мерките за реализацията им. ВМРО, 2019. <http://www.strategy.bg/FileHandler.ashx?fileId=16795>

програми реално отрязват пътя на ромските деца към средното образование, защото предоставят по-малка подготовка и дори отличниците отпадат още през първата година. Веднага след това са включвани в редовете на нисковалифицираните работници в предприятията или чистачи по улиците. Така, дори и получили елементарна грамотност в наричаните тогава „цигански училища“, ромите знаят – учил не учил, ще си общ работник. Мотивацията за добро образование е сведена до минимум. „Специалните“ програми в обособените училища са премахнати едва през 1991 година. Макар че през 70-те и 80-те години на миналия век много роми се преместват да живеят в новопостроените панелни комплекси на градовете и децата им учат вече в смесени училища, процентът на завършилите средно образование остава много нисък, а ромите-висшисти, както се казва, „се броят на пръсти“.

След промените от началото на 90-те години, по различни причини част от ромите, живеещи в комплексите се връщат в обособените квартали, като по този начин се увеличава броят на учениците в местните училища. Паралелно с това, редица НПО започват работа за подобряване на качеството на образование там и за извеждане на част от учениците в училища извън кварталите. Тези усилия дават тласък на част от ромските деца да получат по-добро образование, да завършват средно, а мнозина и висше образование.

Независимо от тези успехи, основната част от ромите в обособените квартали все още остава с ниско образование – начална и основна образователна степен. Делът на отпадналите продължава да е висок. Причините са комплексни:

- Липсата на перспектива и мотивация – учил не учил, работа няма;
- Социално-икономически – често родителите нямат възможност за приготвяне на децата за училище, липсват грехи, учебни помагала, храна;
- Неподходяща училищна среда – лошо отношение от страна на учителите; страх от открагване с цел женитба за момичетата;
- Липса на адекватна подкрепа от социалните и училищните власти.

Въпреки това данните от преброяванията през 2001 и 2011 г. показват, че макар и бавно, образователното ниво сред ромите постепенно се повишава.

Етническа група	Българи %		Турци %		Роми %	
	2001	2011	2001	2011	2001	2011
Преброяване / година						
Висше образование	19.2%	25.6%	2.4%	4.9%	0.2%	0.5%
Средно образование	47.6%	52.3%	21.9%	29.7%	6.5%	9.0%
Основно образование	24.9%	18.0%	46.9%	44.5%	41.8%	40.8%
Начално образование	6.9%	3.4%	18.6%	13.4%	28.3%	27.9%
Незавършено начално и никога не посещавали училище	1.4%	0.9%	10.2%	7.5%	23.2%	21.8%

Таблица 1: Образователна структура на населението по етническо самоопределение (НСИ)²⁴

24. Данни на НСИ от Преброяванията 2001 и 2011, цитирани по НСРБИР (2012 - 2020).

Процесът на повишаване на образователното ниво сред ромските общности бележи значително по-голям ръст през следващите 10 години. Проучване на „Глобал Метрикс“, извършено в края на 2020 г. по поръчка на Тръст за социална алтернатива показва, че образователните постижения на ромската общност у нас се подобряват с времето, като по-младите поколения бележат най-високи резултати. Делът на ромите, посещаващи училище, се е увеличил във всички възрастови групи в сравнение с 2011 г., т.е. броят на децата от ромската общност, които участват в образователната система, расте. „Делът на лицата, които са без или с незавършено начално образование намалява почти три пъти (от 15.3% през 2011 г. на 5.6% през 2019 г.). Причините за това са в смяна на поколенията и вливане на кохорти, които са с по-висока степен на завършено образование. В резултат на това е налице спад в дела на лицата с начално образование (от 31% на 13.8%) и увеличение на тези с основно образование (от 31% на 39.7%). ... Едновременно с това наблюдаваме и тенденция на нарастване на дела на ромите със средно образование (от 22.8% на 34.5%). Принос в този ръст имат по-младите поколения (19–35 г.), при които лицата със средно образование нарастват в най-голяма степен (от 19% на 35% във възрастовата група 19–25 г. и от 11% на 24% при възрастовата група 26–35 г.). (Използваните тук данни за сравнение с 2011 г. са взети от проучвания на ПРООН и Световна банка и се различават от тези от преброяванията на НСИ, поради различна методика).

Митът: „Ромите дори и да ходят на училище, не научават нищо“

Твърдението, че „ромите, дори и да ходят на училище, не научават нищо“ донякъде е вярно за част от ромските деца, но по-важно тук е да разберем **защо е така** – дали това се дължи на тяхно „нежелание да учат“ или на условията за образование, в които образователната система ги е поставила от десетилетия, извън и независимо от тяхното желание.

По-горе беше отбелязано как възникват обособените ромски училища и програмите, по които са учили децата в тях. Така още от самото начало тези училища се превръщат във втора категория. Макар че до началото на 90-те години на миналия век учителите в тях са получавали специални доповни към заплатите, добили гражданственост като „циганските 15 лева“, работата им не се е смятала за престижна и всеки учител, който е можел да се премести го е правил. Към сравнително ниската мотивация за учене от страна на децата и семействата и специалните програми, се добавя и липсата на мотивация и у повечето учители, което несъмнено се отразява на качеството на образование и съответно на нивото на знания.

Тази вредна „традиция“ се запазва и до днес, а според проучвания над 60% от ромските деца се „образоват“ в обособени училища. Особено сериозно е положението в големите ромски квартали, например, в Пловдив, Пазарджик и други, в които основната част от жителите говорят турски, мюсюлмани са и се самоидентифицират като турци. Същото се отнася и за селата и малките градове в Североизточна и Югоизточна България – там също основно се говори турски език и хората се идентифицират като турци или миллет. В някои от селските училища децата дори не знаят елементарен български. Не е ясно как изобщо учат, при положение, че цялото обучение трябва задължително да се провежда на български език.

Във всички обособени училища нивото на преподаване е значително по-ниско от останалите училища в страната. Това се вижда ясно в таблица 2 с данни от проучване на образователните резултати. В нея първите четири училища са от т.нар „елитни“, следващите три са „стандартни“, а след тях следват обособени сегрегирани училища. Данните в Таблица 2²⁶ показват, че резултатите на учениците в сегрегираните училища са многократно по-лоши, но се вижда, че и в обикновените – стандартни училища образователното ниво също не е на ниво.

№	град	Име на училище	Брой ученици	БЕЛ	МАТ	Общо	% успеваемост
Максимален брой точки				65	65	246	100%
1	София	Частно основно училище „Света София“	52	57,55	60,12	227,58	92,51
2	София	Софийска математическа гимназия „Паусий Хилендарски“	128	58,06	63,13	225,49	91,66
3	Варна	Математическа гимназия „Д-р Петър Берон“	58	55,98	63,13	220,03	89,44
166	Бургас	ОУ „Антон Страшимиров“	162	44,98	38,78	166,28	67,59
319	Ямбол	СУ „Св.Климент Охридски“	98	36,82	33,70	153,52	62,41
461	Пловдив	СУ „Пеюо Крачолов Яворов“	67	41,67	37,04	144,84	58,88
1607	Ямбол	ОУ „Д-р Петър Берон“	92	17,57	24,89	88,72	36,07
1610	София	75 СУ „Т. Каблешков“, кв.Факултета	97	14,46	11,27	88,62	36,02
1665	Стара Загора	СУ „Хр. Смирненски“, кв.Лозенец	78	15,81	16,81	82,20	33,42
1711	Сливен	ОУ „Братя Миладинови“, кв.Надежда	140	14,13	11,96	77,04	31,32
1747	Бургас	ОУ „Христо Ботев“, кв.Победа	42	12,23	11,09	72,24	29,37
1759	София	94 СУ „Димитър Страшимиров“, кв.Хр.Ботев	94	13,16	12,11	69,77	28,36
1768	Пловдив	ОУ „Пенчо Славейков“, кв.Столипиново	118	8,39	9,81	67,65	27,50

Таблица 2: Сравнение на резултатите от национално външно оценяване в VII клас за учебната 2015/2016 г. по списък от 1839 училища

26. Костова Ст., Презентация „Защо е важна десегрегацията?“ Ромска академия за култура и образование, Сливен. Презентацията е направена на Кръгла маса: „Ромската интеграция 10 години след присъединяването към ЕС“, София, 12.07.2017.

Резултатите от Програмата за международно оценяване на учениците PISA за 2018 година, изследващи уменията за четене показват, че едва 2.4 % от учениците в България покриват най-високите критерии за четене с разбиране и анализиране на 5-то и 6-то ниво²⁷. За сравнение „отличниците“ в останалите страни са средно с 8.6 на сто. Средно 20 на сто от учениците попадат в задоволителното, четвърто ниво. В България техният дял е едва 8.4%. За сметка на това във 2-ро и 1-во ниво влизат 72% от учениците в страната. Второто ниво се счита за критично в уменията. Учениците с резултати по него имат съществени пропуски в подготовката си. В България техният дял по показателя четене е 47.1 на сто.

Неравенството в достъпа до качествено образование е най-тежко и най-видимо в сегрегираните квартали. Данни за образователното ниво в обособените квартали, базирани на резултатите от преброяването показват, че над 40% от живеещите в тях са без завършено основно образование. Най-голяма част от жителите имат завършено задължителното за страната основно образование – 45 на сто. Със средно образование са 15%. Ако потърсим причините, ще видим, че с увеличаването на възрастта, дялът на хората с по-ниско образование нараства. 18 на сто от младежите между 18 и 29 години, учили в началото на този век, имат средно образование. Докато сред по-възрастните завършили училище през 90-те години на миналия век и преди 1989 година, този дял намалява значително с покачване на възрастта, като достига до 8% при най-възрастните над 60 години. Съответно, в селата е най-голям дялът на тези, които никога не са посещавали училище (9%).

Положителна тенденция от последните двадесет години се забелязва в големите градове, където все повече родители пращат децата си в училища извън кварталите, в които живеят. Там ромските деца получават образование, равно на своите връстници и успешно продължават в средния и висшия образователен етап. Този факт и написаното по-горе показват, че твърдението/митът, че ромите, *дори и да ходят на училище, не научават нищо*, не се дължи на тяхната етническа принадлежност, а на редица фактори, някои простиращи се назад във времето и други, отразяващи съвременното състояние на българското образование и отрицателните нагласи на мнозинството към ромите.

На базата на резултатите от PISA четене, математика и природни науки Организацията за икономическо развитие и сътрудничество изследва и връзката между социално-икономическото положение на родителите и резултатите на децата им, както и в каква степен образователната система осигурява качествено обучение. Докладът за България изготвен от Центъра за оценка на предучилищното и училищното образование²⁸, показва, че страната поддържа образователно неравенство и извежда няколко извода:

27. Изт. „Резултати от участието на България в PISA 2018“, Министерство на образованието и науката.

28. Изт. Доклад “Резултати от участието на България в Програмата за международно оценяване на учениците“, Център за оценяване в училищното и предучилищното образование, 03.12.2019 г., http://corpo.bg/upload/docs/2020-07/Pisa_2018_full.pdf

- България е една от страните, в които учениците с неблагоприятен социално-икономически статус най-често са концентрирани в училища, в които нямат съученици с високи образователни постижения. Страната е с висок индекс и за т.н. академична сегрегация - учениците с ниски и тези с високи постижения са изолирани едни от други.
- 60 на сто от учениците от семействата с най-ниски доходи имат резултати по-ниски от критичните по природни науки.
- Делът на българските ученици от семейства с нисък социално-икономически статус и високи образователни постижения е сравнително малък – 13,6%. В останалите страни техният дял средно е 29,2%. Българската образователна система не успява да компенсирa неравенството в доходите на семействата.

Проблемът засяга цялата страна, не само ромската общност. Неравенството в образованието се потвърждава и от данните на Националното преброяване на населението през 2011 година. Данните от предходното преброяване (2011) показват и значими различия в степента на завършено образование спрямо местоживеенето. Почти три четвърти от жителите на градовете (71,6%) са със завършено най-малко средно образование, докато в селата едва 40,3% завършват средно и по-високо образование.²⁹

Митът: „Ромите са получавали добро образование по времето на социализма“

Заблудата, че бариерите пред ромите за образование и заетост са се появили с промените след 1989 г., продължава да се разпространява и до днес.

Интересни и красноречиви обаче са изводите на базата на задълбочени изследвания. В проучванията през 2016 г. (емпирични проучвания за разработване на Системата – за нуждите на НССЕИВ) 12,3% от респондентите роми заявяват, че са неграмотни, срещу 0,1% от неромите. С разпределение на данните на функционално неграмотните по възрастови групи най-висок е дялът на хората над 59 г. - 17,3%.³⁰ Тези данни и описаното в предходния параграф показват, че дистанциите между ромите и мнозинството в образованието са наслагвани от много десетилетия и отново опровергават митовете за по-добро образование на ромите по времето на т.нар. социализъм – най-висок дял на признание за функционална неграмотност всъщност има в поколението, което следва да е завършило училище преди 1989 година.

Този извод се потвърждава и от национално представително социологическо проучване от 2013 г., според което най-висок – 20% е дялът на функционално

неграмотните във възрастовата група над 60 години, т.е. сред онези роми,

29. Изм. „Преброяване 2011: Окончателни данни“, Национален статистически институт, <https://www.nsi.bg/census2011/NPDOCS/Census2011final.pdf>

30. Доклад: Провеждане на емпирични проучвания за СИСТЕМАТА, с. 47, <http://ncceci.d8.gateway.bg/bg/node/139>

които са получили своето образование преди 1989 година.³¹

Един от индикаторите за образованост на ромите може да бъде и броят на завършилите висше образование през периода на социализма и след него. Макар че официални данни по етнически признак няма, според експертите, ромите с висше образование за целия период до 1989 г. са между 700 и 800 души. По данни на Студентското общество за развитие на междуетническия диалог, събирани от тях и не претендиращи за пълнота, през 2006 г. студентите от ромски произход са 2 163, като от тях 57% са жени и 43% - мъже.³²

Данните от цитираното вече проучване на „Глобал Метрикс“ от 2020 потвърждават положителната тенденция на бързо увеличение на ромите-висшисти. Проучването отчита сред ромските общности „нарастване (шест пъти) в дела на лицата, които са завършили висше образование (от 0.2% през 2011 г. до 1.2% през 2019 г.). ... Групите, при които ръстът на висшистите е най-голям са младите поколения, в по-голяма степен при жените, отколкото при мъжете. Делът на завършилите висше образование е два пъти по-висок сред лицата, които са посещавали детска градина, като е налице ясна тенденция с увеличаване броя на годините в детска ясла и градина да се увеличава вероятността за завършване на висше образование.“³³

Без да претендираме за точност, можем да направим извода, че за последните 30 години ромите с висше образование са се увеличили десетки пъти спрямо предишните 40 години.

ДЕМОГРАФСКИТЕ ПРОЦЕСИ И СТРАХОВЕТЕ, ЧЕ „РОМИТЕ ЩЕ НИ ПРЕВЗЕМАТ“

Митът: „Ромите се множат и скоро (до 2050 г.) ще станат повече от нас, българите“

Тезата, че „скоро ромите ще ни превземат, а българите ще изчезнат“ отдавна не са само медийна манипулация, но са превърнати в политическа концепция, която също цели да генерира страхове и пренасочване на обществената енергия срещу „външен“ въображаем враг. Мнозина си приписват авторството на тази концепция, но тя най-последователно и отдавна е защитавана от социолога Михаил Мирчев, който от известно време е и професор в УНСС.

31. Доклад по Дейност 3: Изследване на формите и регионалното разпространение на специфичните проблеми пред интеграцията на етническите общности. По проект на МТСП BG051P0001-6.2.11 „Разработване на комплексни мерки за интеграция на най-маргинализираните общности сред етническите малцинства с фокус върху ромите“ на МТСП с изпълнител Консорциум „С.Е.Г.А.-ИС-ИМ-Прайм Консултинг ООД“. Документите са публикувани на сайта на МТСП 2014 г. (Цит. По-нататък като Доклад: Изследване на специфичните проблеми пред интеграцията). с. 7-8.

32. Студентското общество за развитие на междуетническия диалог

33. Образование и реализация на ромската общност в България. Основни изводи от национално представително проучване на Тръст за социална алтернатива и Global Metrix Ltd. Януари 2020. с.16., <http://socialachievement.org/web/files/richeditor/dokumenti/Education%20and%20Employment%20survey%20report%202020.pdf>

Според него, през 2050 г. населението на България ще се свие до 4.5 милиона, т.е. с 2.5 милиона по-малко, като 40% от него ще бъдат роми³⁴. (Среща при президента Първанов по въпросите за демографското развитие 06.01.2006 г.)

Тези неверни твърдения, облечени в наукообразна форма се представят непрекъснато и агресивно. Стигна се до там, че през октомври 2011 г., след серия публикации и използвайки политическите си контакти с тогавашния президент Първанов, Михаил Мирчев успя да го убеди да свика Консултативния съвет за национална сигурност, на който беше обсъдена тази заплаха за страната. С други думи, „циганизацията“, както я наричат тези хора, заплашвала националната сигурност на България. От тук нататък лавината от публикации в печатните и електронните медии, също и в социалните мрежи довършват започнатото.

Каква е реалната ситуация, какво е вярно и кое не е и как премълчаването на някои факти, води до изкривяване на крайния резултат така, че да всява страх в мнозинството?

Данните, които ще използваме по-долу са от Националното преброяване, проведено през 2011 г. Графика 1 по-долу отразява възрастовата структура на трите основни етнически групи – българска, турска и ромска, както и средната за страната към 2011 година.



Графика 1: Сравнение на възрастовите структури на етническите групи в България – данни от Преброяването, 2011. (Сборът на процентите за всяка етническа група е равен на 100)³⁵

34. Виж, например <http://old.segabg.com/article.php?id=132988> <https://vmro.bg/sotsiologt-mikhail-mirchev-ne-ostariavame-a-se-top>

35. НСИ, данни от Преброяването (2011) със собствени изчисления на авторите.

Данните в графика 1 показват, че едва 7.11% от ромите достигат възраст от 60+ години, докато средните данни за страната са 26.6%, а при българите този дял е 28.72% - четири пъти по-висок, отколкото при ромите. Пет пъти по-малък е възрастовият сегмент при ромите между 70 и 79-годишна възраст (2 на сто), а в сегмента над 80-годишна възраст, дялът на ромите е почти дванадесет пъти по-малък, отколкото този на българите. Графиката показва също над два пъти по-висок дял на населението от 0 до 19-годишна възраст: сред ромите – 39.06% в сравнение със средния за страната – 17.57%, а разликата спрямо българите (15.56%) е два пъти и половина. Процентът на населението между 20 и 59 години е съответно около 56% при българите и 54% при ромите, т.е. почти равни стойности, но при ромите той е по-висок в сегмента, който навлиза в тази възраст - между 20 и 29 години, отколкото при този, в който хората излизат от нея - между 50 и 59 години. Точно обратното е при българите. Наистина оттогава са изминали вече над 10 години, но експертните анализи и наблюдения върху демографските тенденции сред ромската общност подсказват, че при следващото Преброяване очакваната разлика в данните към 2021 спрямо 2011 едва ли ще бъде фрапираща.

От тези данни можем да направим извода, че двете етнически групи имат различен възрастов състав – по-млад при ромите и определено застаряващ при българите. В същото време високата ранна смъртност при ромите е очевиден фактор, че те не нарастват особено като относителен дял на населението.

От графика 1 могат да бъдат направени и редица други допускания, отнасящи се до отношението към жизнения хоризонт при двете общности, отношението към работата на трудов договор, засягащи пенсиите, които ромите няма да получат, значително по-ранните бракове, вкл. в непълнолетна възраст и т.н. Част от тези изводи опровергават и други митове, разглеждани по-долу в доклада, като митът, че ромите източвали пенсионната система.

Няма събирани официални данни по етнически признак за броя на многодетните семейства в страната, но изследванията говорят красноречиво, че високата раждаемост сред ромите е мит. Опосредстваните данни, събирани в отделни ромски квартали за броя на родените в тях деца, подлежащи на записване в първи клас в началото на деветдесетте години на миналия век и двадесет години по-късно показват, че в тези квартали децата са намалели повече от два пъти.

В медиите също се цитират данни, че само 3% от абсолютно всички семейства имат по три деца и само 1% имат повече от три³⁶. Общите данни на Евростат като цяло за семействата с деца в България показват, че към 2015 г. сумарно 93% от всички семейства с деца имат едно или две деца. Само 6.9% от всички семейства с деца имат три или повече деца,³⁷ като сред тях има семейства с различен етнически произход, включително българи и етнически турци. При тези съотношения трудно може да се приеме на сериозно заплахата, че „българите щели да изчезнат поради високата раждаемост при ро-

36. Актуално: 10 мита за ромите. https://www.actualno.com/columnist/article/1172/author_id/29

37. Eurostat, 2016. http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=ilc_lvph05&lang=en

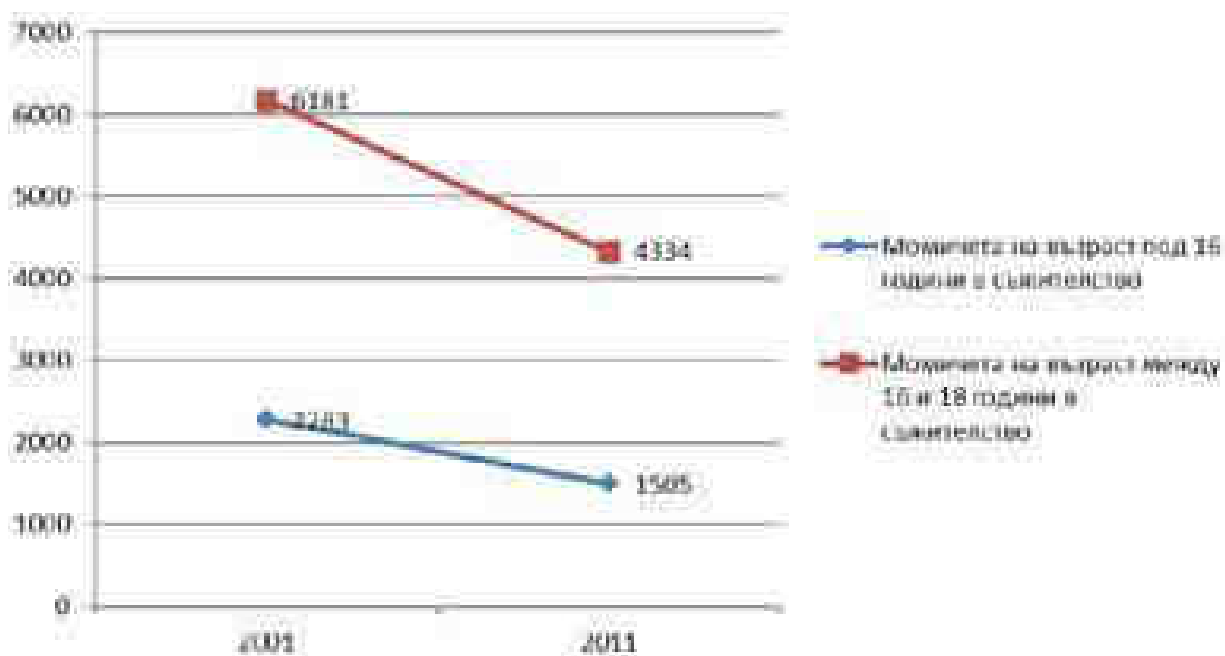
мите“, лансирана първоначално от политически сили, причисляващи се към т.нар. левица, а след това тиражирана широко от крайно-националистическите формации в България.

Митът: „Ромите се женят рано и раждат рано“

Никой не може да отрече, че има случаи на детски бракове, когато „деца раждат деца“. Широко е разпространен обаче митът, че това е валидно за всички роми, защото такава била културата на ромите, те не са в крак с времето и се женят рано, без да се съобразяват със зрелостта на новобрачните, особено на момичетата.

Изследванията за браковете в ромските общности обаче показват устойчива тенденция към постепенно покачване на обичайната брачна възраст и съответно към устойчиво намаляване на броя на детските бракове в ромските общности. През 60-80-те години на ХХ век „навършването на 15-16 години на момичето и 17-18 години на момчето са се считали за крайни за създаване на семейство“, след което брачната възраст постепенно се покачва към и над възрастта за пълнолетието.³⁸

Както е видно от графика 2, по данни на НСИ детските бракове / съжителства и намаляват с над 30% само за десетте години между преброяванията през 2001 и 2011 година.



Графика 2 Тенденции в броя на момичетата под 18 години, които живеят в съжителство (Данни от НСИ)

38. Захова, София. Социални норми в ромските общности, които възпрепятстват достъпа на момичетата до образование и особено до средно образование. Доклад от изследване, разработено за УНИЦЕФ България. София, 2015, стр. 19.

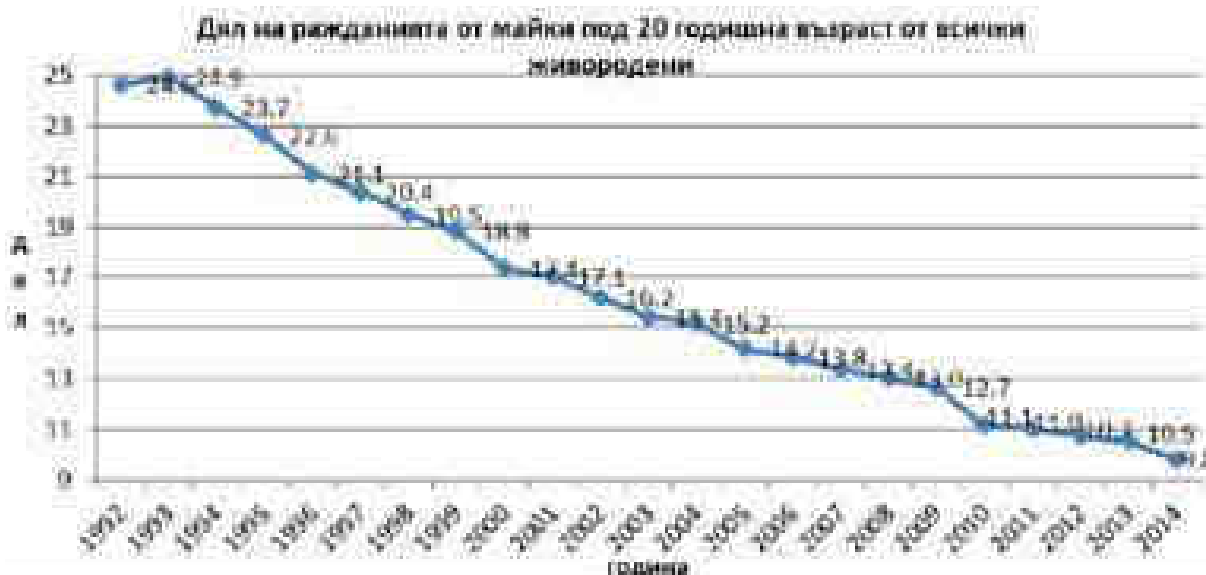
През 2001 г. 6181 момичета на възраст под 18 години са били в съжителство, 2283 от тях на възраст под 16 години. Десет години по-късно броят на 18-годишните момичета в съжителство е намалял с около 30% и през 2011 г. те са 4334. Намалението при 16-годишните в съжителство е над 33%, за да достигне броя им до 1505 през 2011 година.

Данните варират в различните области и ромски подгрупи. Разбира се, винаги може да се даде пример с някой отделен квартал, в който ранните бракове/съжителства продължават да са с висок, устойчив процент, но това е по-скоро изключение, отколкото правило и се отнася предимно за маргинализираната му част. Според проучванията, ранните бракове през последните две десетилетия са най-характерни за някои групи на хорохане рома в Източна България, наричани от околното население турски цигани, особено тези, които живеят компактно в махали в големи градове и села. Повечето от тях са турскоезични с преферирана турска идентичност или по-неутрална идентичност на миллет. Данните от последните две преброявания на НСИ (2001 и 2011) потвърждават, че най-висок е броят на непълнолетните момичетата в съжителство в областите, където преобладават точно тези ромски общности - особено висок е броят в областите Бургас, Варна, Пазарджик, Пловдив, Сливен, Стара Загора и Хасково. Там живеят повече от половината от момичетата в съжителство под 16-годишна възраст и под 18-годишна възраст.³⁹

Повишаването на брачната възраст и съответно намаляването на ранните бракове е процес, който не трябва да ни изненадва. Всяка общност преминава по този път, някои по-рано, други по-късно. Всичко зависи от степента и времето на промяна на начина на живот, степен на затвореност, устойчивост на традициите и др. Особено важно е и влиянието на заобикалящата среда на съответната общност и взаимното проникване на културите. Ромите в цяла Европа приемат част от съответната култура на доминиращата етническа група, пречупвайки я през своите виждания. Част от тази култура и е семейният модел, който те възприемат със съответното закъснение. Така, както българският брачен модел е бил с ранни бракове и много деца през до-модерния период, а след това възрастта се увеличава и децата намаляват до две и по-малко, по същия начин и ромските семейства постепенно преминават към женитби в по-късна възраст и две деца, но определени години по-късно.

Както се вижда от графика 3, отнасяща се за периода от 1993 г. до 2014 г., от почти 25% през 1992 г. ранната раждаемост достига до 9.8%. т.е. намаляла е два пъти и половина за двадесет години.

39. Захова, София. Социални норми в ромските общности, които възпрепятстват достъпа на момичетата до образование и особено до средно образование. Доклад от изследване, разработено за УНИЦЕФ България. София, 2015, стр. 20-22.



Графика 3: Раждания на майки под 20-годишна възраст (Данни от НСИ)

В тази графика няма деление по етнически признак, но като се има предвид, че голяма част от ранните раждания, предшествани съответно от брак, са на ромски семейства, можем да направим и извода, че и ранните бракове намаляват със същия процент, което се потвърждава и от статистическите данни на НСИ. Съответно има достатъчно данни за корелацията между ранна раждаемост, съжителство и образование, степента на затвореност на някои от кварталите, религиозна принадлежност и др., но дори и при тези условия и там ранните бракове и раждаемост намаляват.

Тези данни опровергават твърденията, публикувани в редица медии и социални мрежи, че ромите масово продължават да се женят рано и деца да раждат деца, единствено за да източват социалната система на държавата и да живеят в своя затворен свят, който няма нищо общо с европейското развитие през 21-ви век. Макар че все още има немалко такива случаи, предимно сред маргинализираните общности, те постепенно се превръщат по-скоро в изключение, отколкото в нещо естествено.

ЗАЕТОСТ, ДОХОДИ И МИТОВЕ, ЧЕ „РОМИТЕ ПАРАЗИТИРАТ ВЪРХУ ОБЩЕСТВОТО“

Митът: „Ромите живеят на социални помощи, не искат да работят“

Колко всъщност са хората, които получават социални помощи в България?

Броят на получаващите социални помощи и отделените средства могат да се видят в годишните отчети на Агенцията за социално подпомагане (АСП). Данните се публикуват на сайта на агенцията, в секция За нас, годишни от-

чети⁴⁰. През 2019 година с еднократни, целеви и месечни социални помощи са подпомогнати общо 31 004 лица в цялата страна по данни на АСП. Общата сума отделена от бюджета за социално подпомагане е 30 734 949 лв., почти с 4 млн. лева по-малко от изразходваните средства за 2018 година (Виж Таблица 3). Противно на разпространеното мнение, данните показват трайна тенденция на **политика на намаляване на подпомоганите лица през последните години**. Годишният отчет на АСП показва, че получаващите месечни помощи през 2017 г. са 33 422 граждани. През 2018 г. техният брой намалява с 23 на сто до 27 408 лица. През 2019 г. подпомогнати с месечни помощи са 23 699 човека или 16% по-малко от предходната 2018 година.

Година	Общ брой подпомогнати лица	Бюджет	Брой лица получаващи месечни социални помощи	Бюджет
2019	31 004	30 734 949 лв.	23 699	28 248 343 лв.
2018	34 518	34 634 301 лв.	27 408	32 383 093 лв.
2017	40 846	35 511 731 лв.	33 422	33 255 390 лв.

Таблица 3: Лица, получаващи социални помощи в периода 2017 – 2019 г. (Изт. АСП, годишни отчети за дейността 2017 -2019 г.)

АСП отчита увеличение на средната месечна помощ от 83 лв. на 98 лв., като една от причините е увеличеният размер на Гарантирания минимален доход (ГМД) от 65 лв. на 75 лв., считано от 01.01.2018 година, се казва в годишния отчет на АСП. (Месечната социална помощ се определя като процент от Гарантирания минимален доход (ГМД) на човек за съответната година. За 2020 година той е 75 лв. на месец. Месечната помощ за лица, които не са в пенсионна възраст и съжителстват или имат брак е 66% от ГМД. За самотно живеещите, под 65 година е 73% от ГМД.)

Месечни социални помощи през 2019 г. са получили едва 23 699 лица за цялата страна. Техният брой намалява всяка година – през 2019 г. с 16%, през 2018 г. с 23%. Независимо от индексациите спрямо годишния минимален доход, всяка година намаляват и отпусканите от бюджета средства за социално подпомагане. Ако през 2017 г. отпусканите средства надвишават 35 млн. лева, то през 2019 г. отделеният бюджет е с 5 млн. лева по-малко.

Като се има предвид, че ромите в България по експертна оценка са поне 700 000 души, от които около 450 000 са във възрастовия диапазон за получаване на месечни социални помощи и приемем, че всички тези помощи отиват единствено за ромите (което не е вярно), ще получим следния резултат: едва 5% от ромите „живеят на социални помощи” в среден размер на 85 лева. Освен това, за да ги получи, всеки от тях е длъжен да положи 14-дневен четиричасов обществено-полезен труд.

40. <https://asp.government.bg/bg/za-agentsiyata/misiya-i-tseli/otcheti-i-dokladi>

Митът: „Ромките раждат деца, за да се издържат от детските надбавки“

За да получава социални помощи за деца/детски надбавки, едно семейство трябва да отговаря на определен брой изисквания:

- Децата задължително да посещават детска градина или училище. Доказва се със служебна бележка от съответната институция. Отсъствието от училище е основание за спиране на подкрепата. Всеки месец детските градини и училищата са задължени да подават информацията за отсъстващите ученици в Информационната система на Министерство на образованието, модул „Отсъствия на децата и учениците“⁴¹. Оттам справка-та автоматично отива към службите за социално подпомагане.
- Децата да бъдат имунизирани и да са преминали през задължителните медицински прегледи. Доказва се отново със служебна бележка от личния лекар на детето или от РЗИ, когато то няма такъв.
- Минимален доход на семейството. В заявлението за получаване на детски добавки се декларира и съжителството без сключен брак, като се взимат предвид и доходите на партньора. Данните за семейно съжителство се проверяват от служителите на дирекция Социално подпомагане по места. За 2020 година помощи за отглеждане на деца получават семейства с месечен доход на всеки член на семейството за предходната година до 410 лв. Тези, чийто доход е между 410 и 500 лв. получават 80% от сумата.

От 2017 година месечната помощ на дете се определя в зависимост от броя на децата в семейството. След второто дете помощта намалява за всяко следващо. Това е размерът на месечната помощ за 2020 година.

Брой деца	1	2	3	4	Следващо дете
Размер на месечната помощ	40 лв.	90 лв	135 лв.	140 лв.	20 лв.

Таблица 4: Месечна помощ за отглеждане на дете през 2020 г. (Източник, АСП)

Децата, чиито семейства получават месечни помощи ходят редовно на детска градина или на училище, преминали са през здравни прегледи, а доходите на член от семейството им е под 410 лв. месечно (2020).

Официалните числа на Агенцията за социално подпомагане в никакъв случай не кореспондират с публикациите в някои медии, и тиражирани и в социалните мрежи, че ромските жени раждат, за да се издържат от детските надбавки, които достигали до над 1000 лева. За да се получава тази сума, семейството би трябвало да има над 40 деца!

41. <https://ots.mon.bg/>

Митът: „Ромите заминават в чужбина за да крадат, а не да работят“

В годините на прехода – през кризите на хиперинфлация, преструктуриране на икономиката, високата безработица, промените в социалната система – трудовата миграция в чужбина безспорно се оказва решаваща за оцеляването на ромските махали в България. След това, приходите от работа в чужбина запазват съществения си дял в доходите на значителна част от ромите в България, но вече с принос не само за оцеляването, но и за качеството на живота на семействата, определено видимо чрез ремонтираните жилища, техниката и други външни признаци на материални подобрения.

Този модел се наблюдава също сред българското мнозинство и другите етнически и етноконфесионални групи – турци, българи-мюсюлмани и пр. Миграционният модел на трайно установяване на семейството в чужбина е предпочитан сред българите, българите-мюсюлмани и други групи в България още от 90-те години на XX век. За ромите първоначално са най-разпространени предпочитанията към гурбетчийството, характерно за българите през периода 1920-1940 година. Тогава в чужбина е заминавала част или цялото семейство, но не с идеята да останат завинаги, а да припечелят и да се върнат обратно в родината, като използват средствата за построяване на дом или за бизнес.

Постепенно обаче и в ромските общности започва промяна в модела на миграция, която се наблюдава вече масово през последните пет-шест години в голяма част от обособените махали. Осъществява се преход от модела на гурбетчийството – временна трудова миграция на член на семейството за осигуряване на издръжката на семейството в България – към модела на преселване на цялото семейство заедно с децата и устройване на живота им в чужбина с образование за децата, работа за единия или двамата родители, включване към системите за социално подпомагане, адаптация и приемане на нормите на живот „със спазване на правилата“. Доминиращият в предходните години модел на временна миграция или гурбетчийство все още остава предпочитан от по-бедни и маргинализирани групи с ограничени ресурси и умения, част от които заминават на временна работа, а други продължават да разчитат на „социала“ в чужбина за оцеляването на семейството в България.

Немалка част от мигрантите обаче, които имат образование и инициативност се устройват на новото място, интегрират се в трудовия пазар и живеят по-добре. Проучване на Институт „Отворено общество“ (2011) установява, че 86% от българските роми в чужбина работят.⁴² Тези тенденции се потвърждават и от по-късни проучвания за трудовата реализация на българските роми – мигранти в Испания и Чехия.⁴³ От интервютата с работещите роми от България в тези две страни може да се направи изводът, че те са се адаптирали към новите условия, които намират за значително по-добри

42. Пампоров А. Емигрантски опит и намерения за емиграция на населението в България в периода февруари-юли 2011 г. Социологически проблеми, кн. 1-2 /2012, с. 337.

43. Лицата на ромската миграция в ЕС. Изследване на Центъра за либерални стратегии, НПО Линкс и фондация С.Е.Г.А. <http://roma-migration.info/49/page.html>

от българските, чувстват се приети от околните и не мислят да се връщат в скоро време. Една от причините за това са децата, които предпочитат новата среда пред живота в обособения квартал, където хигиената и условията са несравнимо по-лоши.

ЖИЛИЩНА СРЕДА И НАЧИН НА ЖИВОТ

Митът: „Ромите живеят в незаконни къщи, защото законът не важи за тях“

В отговор на тези митове е важно да се знае – поне малко – за историята на ромските квартали и политиките, следвани от властите, за урбанизацията на България през последните 100 години.

От средата на 19 век започва системното усядане на ромите основно в обособени махали в покрайнините на големите градове. То продължава като естествен процес и се засилва като целенасочена държавна политика след Втората световна война. Усядането приключва през 1958 г., когато властта насилствено принуждава представителите на последните две групи – катунарите и кардарашите – да се заселят на постоянно място.

Периодично, от началото на двадесети век до средата на 70-те години властите в България предприемат грастични мерки за “разчистване” на централните градски части чрез “преместване” в периферията на онези ромски квартали, които поради разрастването на градовете са останали в центъра на населеното място.

Ограничените първоначални територии на тези квартали не могат да поберат нарастващото население от естествен прираст и придошли от селата роми. Към съществуващите къщи се пристрояват нови помещения, а там където е възможно кварталите се разширяват за сметка на прилежащи терени, общинска, държавна или кооперативна собственост. Основната част от жилищата са изградени без строителни документи, което до средата на 60-години е масова практика не само за ромските квартали, но и за селата в страната. Голяма част от обособените квартали нямат изработени кадастрални карти, някои от тях дори не съществуват в правния мир, но към тях са подведени вода и електричество, което не може да стане без разрешение на държавните и общински власти.

Процесът с нарастването на ромските квартали се задълбочава след отпадането на жителството и преструктурирането на икономиката, когато много ромски семейства, живеещи в панелните комплекси, за да оцелеят се връщат обратно в махалите, а други прииждат към големите градове в търсене на препитание. Според данни от началото на XXI век, посочени в Националната програма за подобряване на жилищните условия на ромите, поне около 25% от жилищата на ромите са изцяло незаконни.⁴⁴

44. Национална програма за подобряване жилищните условия на ромите в България 2005–2015. с. 9.

По-късни изследвания индикират по-висок дял на незаконните жилища при ромите. Според представително социологическо проучване за проблемите в ромските общности, 2013 г., едва 55% от анкетирания споделят, че притежават нотариален акт за собственост на терена, 52.3% - нотариален акт за къщата, а 51.1% плащат данък сгради и данък смет.⁴⁵ Социологическо проучване за жилищната ситуация в ромските квартали през 2016 г. показва сходни данни - 59,4% от анкетирания роми заявяват, че имат нотариален акт за жилището си, а останалите респонденти най-често изтъкват като причина за липсата на нотариален акт „липса на възможност или заварено положение“.⁴⁶ Наистина, основната част от ромите живеят в тези жилища повече от 50 години и за проблема „липса на документи“ държава се сеща при предизборни кампании за разрушаване или ако теренът е атрактивен за построяване на търговски обекти.

От всичко казано до тук става ясно, че проблемът с нерегулираните обособени ромски квартали не е от вчера. Той е натрупан през последните повече от 100 години.

Какви са възможностите за промяна сега и прави ли се нещо по въпроса, още повече, че не се опира само до ромските квартали. Условието за узаконяване на кварталите извън регулация са определени в Закона за устройство на територията (ЗУТ) и включват няколко предварителни изисквания, за да може един дом да бъде узаконен:

- Населеното място да има приет Общ устройствен план;
- Да бъде сменен начинът на трайно ползване на земята от горска или за земеделски нужди в урбанизирана.
- Да има изготвена кадастрална карта на квартала, да бъдат определени площи за зелена, социална и техническа инфраструктура, да бъдат урегулирани улиците и поземлените имоти на жилищата;
- Кварталът да има одобрен Подробен устройствен план.

В края на 2018 г. от 265 общини в България – само 75 разполагат с влезли в сила актуални общи устройствени планове за цялата им територия. Данните са изнесени от Министерство на регионалното развитие, което отговаря за прилагането на Закона за устройство на територията в отговор от 23.11.2018 г. на парламентарно питане към министър Петя Аврамова. Срокът за изготвяне на Общи устройствени планове на общините е удължаван през 2016 г., 2017 г., последно е удължен до края на 2020 година. Този срок отново не е спазен.

Според един от основните изводи от проучване на сдружение „Инициатива за равни възможности“ (март 2017 г.) издаването и изпълнението на заповеди за разрушаване на незаконни жилищни постройки засяга особено неблагоприятно и непропорционално най-вече ромски семейства, което е в нарушение на Директивата за расово равенство на Съвета на Европейския съюз (Дирек-

45. Доклад: Изследване на специфичните проблеми пред интеграцията на ромите. 2013. с. 34.

46. Доклад от проучване за жилищните проблеми в България, 2016, С.Е.Г.А., с. 14.

тива 2000/43) по отношение на „непряката дискриминация“ на етническа основа⁴⁷. Сдружението привежда в подкрепа данни:

- 97% или 500 от общо 514 заповеди на ДНСК, засягащи жилищни сгради изградени през 2010-2012 г. се отнасят до единствени жилища на роми.
- По данни, събрани от две трети от общините, 89% или 399 от всичките 444 заповеди, засягащи жилищни постройки изградени от местните администрации се отнасят за единствени жилища на роми.⁴⁸

За да бъдат узаконени жилищата в обособените ромски квартали е необходимо да се изготвят Общите устройствени планове на общините и да бъде въведена регулационна схема. Към края на 2018 година 75 от общо 265 общини в България имат изготвени планове.

Митът: „Ромите не плащат ток“

Кражбите на електроенергия започнаха в средата на деветдесетте години на миналия век или поне тогава станаха видими чрез медиите. Именно чрез тях се внуши, че единствено в ромските квартали никой не плаща за изразходваната електроенергия, че за отоплителни уреди там се използват пружини от кревати, джанти от трактори и други екзотики, които черпят неограничени количества ток.

Никой, нито медиите, нито съответните институции, не обръщаха особено внимание на къщите в крайните квартали на София например, където кражбите на ток също вземаха застрашителни размери. Наказателните акции бяха насочени към обособените ромски квартали, в които наистина имаше кражби на електроенергия, но не от всички жители. Започнаха масови изключвания на електричеството в цели квартали, с което се вменяваше колективна вина и отговорност, а не само на онези, които наистина нарушават правилата. Това доведе до масови брожения в тези квартали и отказ от плащане и от редовните клиенти. На някои места се намесиха политици и принудиха енергийните дружества да възстановят енергоподаването с цел облагодетелстване на предстоящи избори. Този ход на политиците наистина взриви обществото – *„на ромите се полагат права, до които нямат достъп останалите български граждани!“*.

След изборите обаче, ромите в големите квартали като Столипиново, отново оставаха без ток или той им беше пускан в определени часове. За разлика от другите квартали, в ромските електромерите бяха качени на осем метрови стълбове, за да се предотвратят кражбите, но в същото време ползвателите нямаша достъп до информация за изразходваната енергия. Това беше и своего рода дискриминация, отчетена като такава от Комисията за защита от дискриминация, която постанови свалянето на електромерите

47. Доклад „Разрушаването на жилища в незаконните ромски махали: устойчиво решение за ромска интеграция или проблем на дискриминация на ромите в България“, март 2017 г., Сдружение „Инициатива за равни възможности“, <https://www.equalopportunities.eu/docs/REPORT-2017-bg.pdf>

48. Пак там.

от стълбовете. Постепенно и ромите, и енергийните дружества узряха, че решаването на проблема може да се постигне чрез преговори и взаимни отстъпки. С домакинствата бяха сключени договори за разсрочено плащане на натрупаните задължения, а на някои места енергийните дружества инвестираха в нови електромери с дистанционно отчитане.

В Столипиново проблемът приключва преди 14 години, след като през 2007 г. EVN подменя техническата инфраструктура и монтира нови 6300 електромера. Един от последните случаи е в Дупница от декември 2014 година. Там CEZ сключва договори за разсрочени плащания с домакинствата, увеличава индивидуалните партиди и прекратява практиката по спиране на тока и на редовни платци. В проучване на Свободна Европа⁴⁹ сред CEZ, EVN и Енерго-Про през 2019 г. електроразпределителните дружества заявяват, че нямат проблем със събираемостта на сметките за ток. В Столипиново над 98 % плащат редовно според EVN, в кв. Христо Ботев и Факултета в София събираемостта варира между 93 – 95 на сто.

Тези успехи са отразени в медийното пространство. Но остават като един от най-устойчивите стереотипи в обществото и основание за обвинения към ромите за неизпълнението на задълженията им – използване на електроенергия без да се заплаща за нея. Не може да се отрече обаче, че през последните няколко години в медиите и в социалните мрежи почти изчезнаха публикации за това как ромите крадат ток. Въпреки това, ако запитате произволен човек на улицата кой краде ток, той пак ще ви отговори: ромите.

МИТОВЕ ЗА ПОЛИТИКИТЕ КЪМ РОМИТЕ: „МИЛИАРДИ СЕ ИЗСИПВАТ ЗА ИНТЕГРАЦИЯ НА РОМИТЕ

Митът: „Ромите са привилегирани – милиарди се харчат за ромите“

Митът за милиардите, инвестирани в интеграция на ромите, е един от най-силно натрапваните и най-неверни митове за ромите. Заблудата за „огромните пари“, разходвани за интеграцията на ромите от бюджета на страната и от еврофондовете, до толкова са навлезли в публичното пространство, че вече се използват дори и в политически документи, какъвто е „Концепция за промени в политиката за интеграция на циганския (ромския) етнос в Република България и мерките за реализацията им“ на ВМРО.

А всъщност, истината е съвсем друга. От държавния бюджет фактически не се предвиждат средства и това може да се види от Закона за държавния бюджет, който се приема от Народното събрание всяка година. Разчита се единствено на средства от Европейския социален фонд, но дори и от там никога не е съществувала специализирана линия, конкретно за ромска интеграция. Средствата са предназначени за групи и хора в неравностойно положение, които са приоритет за Европейската Комисия. Така се финансират курсове за квалификация на безработни и младежи.

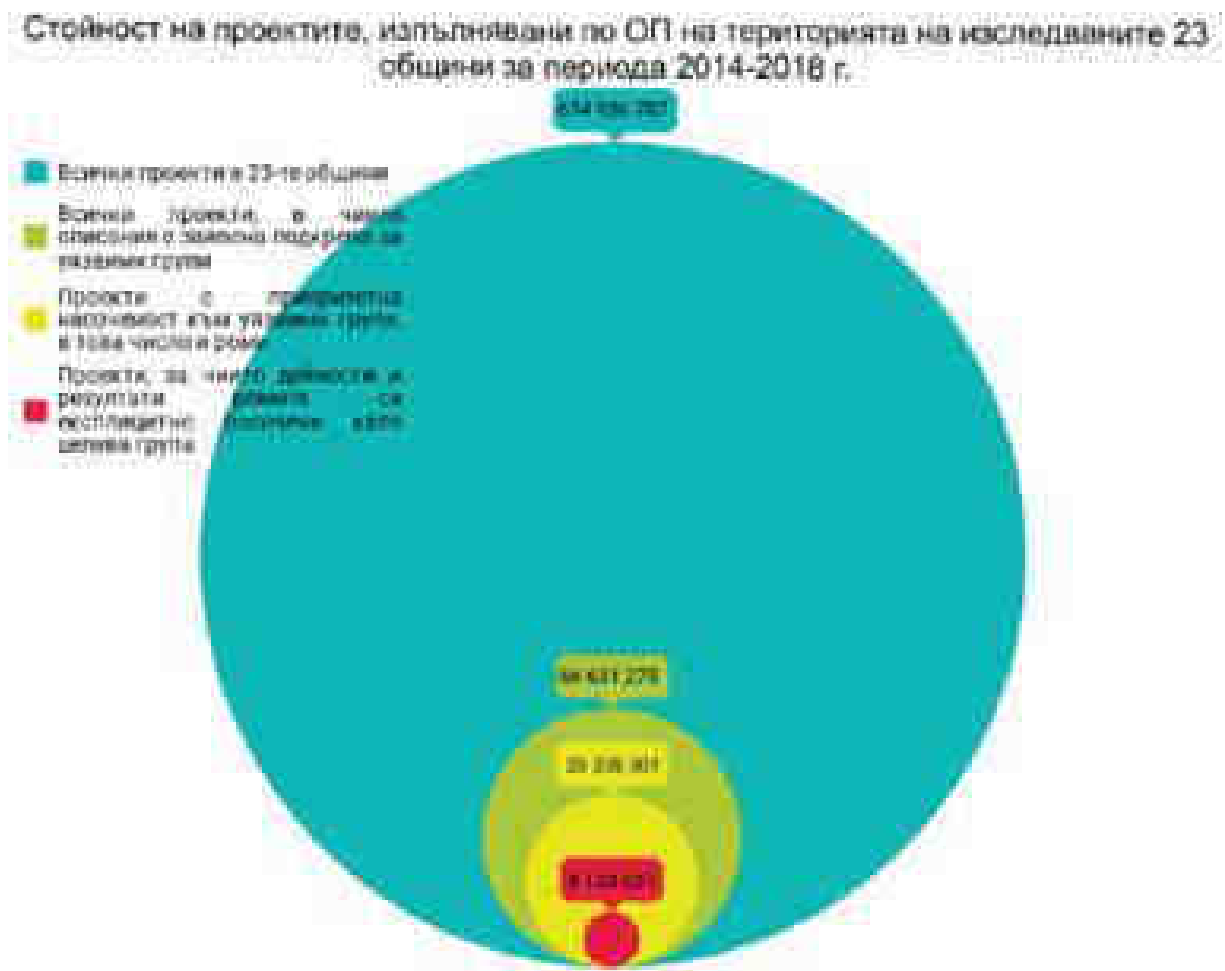
Сериозна манипулация се извършва при разработването на Плановете за действие за изпълнение на Националната стратегия за интеграция на ромите. В тях по отделните компоненти се предвиждат средства, които не са

49. Виж „Плащат ли си ромите тока? Числата говорят.“, Ивайло Везенков, Свободна Европа, 08.03.2018 г. <https://www.svobodnaevropa.bg/a/29810139.html>

насочени конкретно към ромите, а към всички ползватели. Например, в приоритет образование на Плана средствата за безплатни учебници за всички ученици до основната образователна степен (7-ми клас) са включени като цели за ромите, а това са огромни средства, които нямат нищо общо със средствата за интеграция.

Най-нагледно как се разпределят средствата от фондовете на ЕС и какви са реалните суми, които отиват целево за ромите може да се види от изследването на Института за развитие на публичната среда⁵⁰ направено през 2019 г. и обхващащо три области от Северозападна България – Видин, Монтана и Враца. Известно е, че там концентрацията на ромски общности е една от най-високите в страната. Изследването обхваща „всички проекти, изпълнявани по оперативни програми на територията на изследваните 23 общини, 552 на брой. Общата им стойност е 674 936 787 лв. Финансирането за всички 101 проекта, в чиито описания е заявена подкрепа за уязвими групи, се равнява като дял на 9,9% от общата сума. Стойността на 69-те проекта с приоритетна насоченост към уязвими групи, в това число роми, възлиза на 4,4% от общата сума. Стойността на онези 11 проекта, за чиито дейности и резултати ромите са експлицитно посочени като целева група, е 0,5% от общата сума.“

А най-добре тези факти се илюстрират с данните графика 4



Графика 4 (в червено са средствата, насочени целево и единствено към ромите):

50. Парц, мерку, полумуку: Докъде стига подкрепата за ромските общности? <https://iped.bg/bg/publication/roma-policies-report2019BG>

Митът: „Ромите квартали са развъдник на ковид и оттам заразяват останалите“

„Ромите и техните квартали са развъдник на Ковид, от там той плъзва в останалата част от населените места.“ Това твърдение беше широко разпространено особено през първата година на пандемията и то не само сред обикновените хора, а и сред онези, които вземат решенията как да се борят със заразата. Без да търсят научни и емпирични потвърждения, на основата на лични и обществени предразсъдъци, управляващите пандемията медицински лица, съвместно с местните власти, предприеха грастични дискриминационни мерки, насочени срещу ромите, живеещи в обособените квартали. Някои от кварталите буквално бяха блокирани, с изградени контролно-пропускателни пунктове, със затруднено снабдяване със стоки от първа необходимост и здравеопазване. Имаше и такива места, които бяха „дезинфекцирани“ от хеликоптери, все едно там живеят не хора, а инсекти. Тези действия, насочени срещу ромските квартали, затвърдиха мнението у повечето българи, че ромите наистина са причина за разпространението на Ковид вируса. Допълнително се натягаше ситуацията от нови слухове, че ромите, които се връщат от чужбина масово са заразени и не спазват карантината. В някои магазини започнаха да не допускат роми от страх да не заразят работещите в тях и гругите купувачи.

В този случай не можем да говорим за митове в класическия смисъл на думата, защото времето за създаването и устойчивостта му са сравнително ограничени. По-скоро става въпрос за дезинформация, насочена към засилване на антиромските нагласи и още по-голяма изолация на ромите от останалата част на българското общество. В случая се използват натрупаните отрицателни стереотипи към ромите, които се съчетават със страха от вируса и измислените, тиражирани в медиите и социалните мрежи лъжи, че в изолираните квартали почти всички са заразени с Ковид.

Каква е реалната ситуация в изолираните ромски квартали през последните две „ковидни“ години? Няма статистически данни за нивото на заболяемост от вируса конкретно за тези квартали. Не е сигурно на какво се дължи тази липса – на еднакво отношение към всички български граждани, защото е сложно да се направи или защото властимащите не са се досетили. Проучване на Институт Отворено общество – София е проведено в края на първата година на пандемията, обхващащо десет от най-големите квартали, в половината от които са били приложени „специални противоепидемични мерки“, с други думи – били са изолирани от останалата част от населените места. Авторите обявяват, че „целта на проучването е да установи има ли специфични проблеми (и/ или прояви на общи проблеми) в ромските квартали в ситуация на пандемия; ако има, от какво са породени те; какви са взаимодействията между жителите на квартали с преобладаващо ромско население

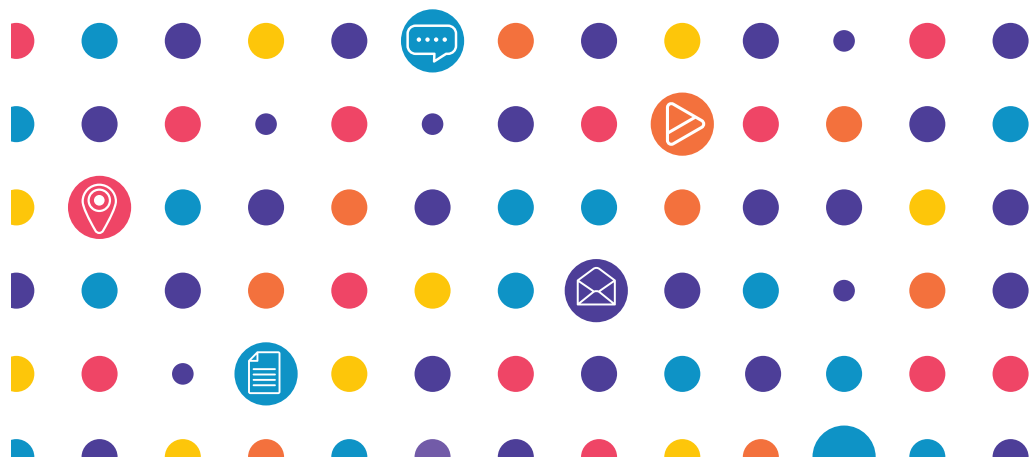
ние, местните власти и неправителствените организации в ситуация на пандемия“.⁵¹

Според това проучване, а и според емпирични наблюдения в хода на пандемията, могат да се направят определени заключения.

- Доходите на ромите в изолираните квартали са намалели значително през първата година на пандемията – около 70% изказват такова мнение. От изследване на Алфа-Рисърч от февруари 2021 г. става ясно, че средно за страната подобно мнение изказват 12.4% от семействата – над четири пъти по-малко в сравнение с ромите.
- Налагането на Специални протиепидемични мерки единствено в ромските квартали без да има реални доказателства за нуждата от тях, освен че са дискриминационни, оказват влияние и върху намаляването на доходите на потърпевшите. Много от хората не могат да отидат на работа, защото работят „на парче“ ремонтни работи в строителството и дребни услуги. Изолацията оказва влияние и върху здравословното състояние на хората. На някои места имаше затруднения с набавянето на лекарства, не можеха да отидат на преглед в съответните медицински центрове.
- Страхът, че ромите са носители на заразата и затова трябва да стоят изолирани, изглежда не се отнасяше до работещите в чистотата, които и в пълния локдаун продължаваха своята работа. Иначе градовете щяха да потънат в боклук. Малцина бяха тези, които се сетиха да благодарят на хората, ставащи в тъмни зори, много често единствените, които можехме да видим навън в тези изпълнени с тревога месеци.
- Другите, които без страх изпълняваха своите задължения и работеха неспирно (според медиите и социалните мрежи) в „гъмжащи от ковид квартали“, бяха здравните и образователните медиатори. Защото след затварянето на училищата и преминаването към дистанционно обучение голяма част от ромските деца реално отпаднаха от образователната система поради липсата на достъп до интернет и технически средства. Тази липса беше до голяма степен компенсирана от медиаторите, които носеха в къщите на децата учебните материали на хартия.
- Обявяването на всички ромски квартали за опасни и затварянето на някои от тях породи и положителни неща. Общностите се мобилизираха и потърсиха вътрешния си потенциал. Инициативни групи и граждански организации организираха събиране на хранителни продукти и предпазни средства – маски и дезинфектанти, които се разпределяха сред жителите на кварталите. Тук отново на преден план излязоха здравните медиатори, които се включиха в разпределението и доставката на семействата на получени от благотворителни организации и Червения кръст предпазни средства и храни.

51. КОВИД-19 в ромски квартали в България. (Март-декември 2020). Доклад на Институт Отворено общество – София. http://osis.bg/wp-content/uploads/2021/04/Covid_Roma_Apr_2021.pdf

Трудностите, които изпитваха ромите от обособените квартали по време на ковид-кризата, породени от неприемливото отношение на властите и макро обществото, се засилваха и от слухове, които витаеха вътре в тях. Като се започне от това, че „Ковид не съществува“, а чрез него се изолират ромите и се стигне до митовете за ваксините, „чрез които се целяло стерилизацията на ромите и тяхното заличаване“, в кварталите се разпространяваха още десетки слухове и фалшиви новини. За съжаление повечето от тях идваха от самите роми и най-вече от ромските пастори, които преди това разпространяваха плашещите фалшиви новини, че правителството ще вземе децата от родителите. Трудно може да се каже, а още по-трудно да се докаже, кой е първоизточникът на тези слухове и кой влияе върху разпространителите.

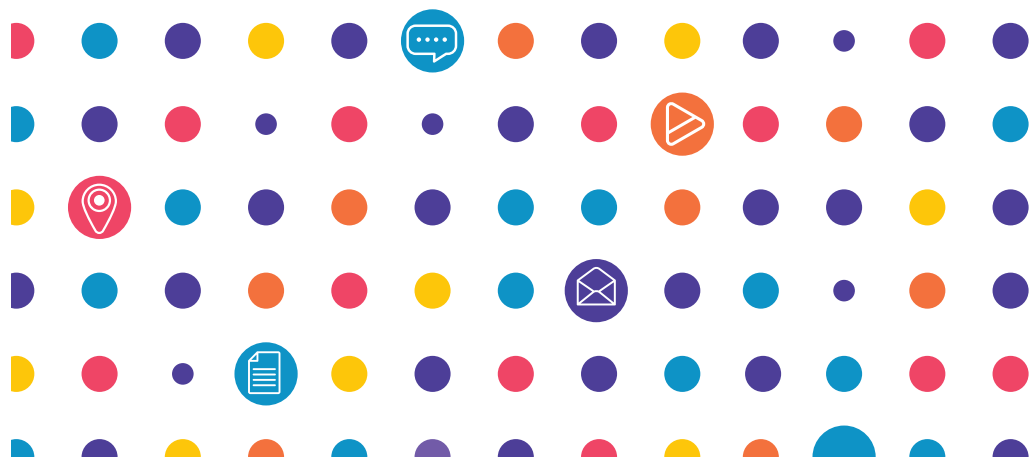


ПОДХОДИ ЗА ПРОТИВОДЕЙСТВИЕ НА АНТИРОМСКАТА ДЕЗИНФОРМАЦИЯ



Наръчникът за разпознаване и справяне с фалшиви новини, манипулации и дезинформация съдържа базисна методика за това как да се разпознават фалшиви новини, медийна дезинформация и манипулации, адресиращи, както по-обща социални теми, така и конкретно анти-ромските манипулации. Той е от полза за развиване на дигитално-медийната грамотност и капацитета на всички целеви групи на проекта „Грижа за истината“, предоставяйки им базисно знание и умения по темата. Този наръчник се допълва от два специализирани практически наръчника – един, предназначен за ромски и про-ромски активисти и друг – за учители, които да ги въоръжат със специфични методи и инструменти, съобразени с техните задачи и собствените им специфични целеви групи, които адресират.

В тази книга е публикувано със съкращения основното съдържание на разработените наръчници.



БАЗИСЕН НАРЪЧНИК: КАК ДА РАЗПОЗНАВАМЕ ФАЛШИВИТЕ НОВИНИ

Дискриминационните и конкретно антиромските тези се подхранват от медийна манипулация и дезинформация, включително и от фалшиви новини. За съжаление, посредством социалните мрежи подобни материали се разпространяват бързо и безкритично от немалко потребители, което допринася за по-широкото разпространение и на стереотипни и негативни нагласи спрямо малцинствени групи. Затова удачен начин да се противодейства на подобна негативна тенденция е ромски и проромски активисти, както и учители, които работят за медийната грамотност на учениците си, да бъдат снабдени с инструменти за разпознаване и противопоставяне на дезинформация и медийни манипулации.

Методиката е предназначена за първоначално базисно обучение на представители на основните целеви групи на проекта – ромски лидери, медиатори, учители. Обучителните модули са максимално интерактивни, така че обучаемите да участват активно, а не просто да бъдат пасивни слушатели. За улеснение модулите са изложени в табличен вид, като в колоната от лявата страна са поместени дейностите, извършвани от учителя, а в колоната отясно е описано какво се очаква от обучаемите.

ТЕМА 1: РАЗПОЗНАВАНЕ НА ФАЛШИВИ НОВИНИ

Във века на информацията, в който интернет и дигиталните технологии осигуряват бърз достъп до всякакво информационно съдържание, процъфтява и феноменът на „фалшивите новини“ – медийни съобщения, които представят невярна информация като вярна. Широката употреба на социалните медии, чрез които всеки потребител вече има възможността сам по себе си да бъде медия, за съжаление, също допринася за разпространението на такава фалшива информация. Често една фалшива новина се разпространява по-бързо, отколкото достоверната информация по същата тема. Една от причините е обстоятелството, че обикновено фалшивата новина звучи по-атрактивно както като съдържание, така и като форма. Друг важен фактор е ниското ниво на медийна грамотност както сред децата, така и сред пълнолетните. Много потребители, които чрез социалните мрежи стават и разпространители на информационно съдържание, за съжаление не знаят как или не полагат усилия да проверяват медийната информация. Нерядко се случва добре образовани и интелигентни хора също да повярват и даже да разпространяват фалшиви новини.

Фалшивите новини са „гореща тема“ по света и у нас, като различни национални и международни институции полагат усилия за противодействие на тази форма на медийна дезинформация. Макар да е необходима регулация и санкция от страна на държавни институции, каквато и сега съществува за някои случаи (напр. в случаите на открито призоваване към насилие), би било

проблематично публикуването им да се санкционира изцяло от държавни институции. Подобен подход би могъл да влезе в конфликт със свободата на словото – не винаги е очевидно дали една новина е фалшива или не. Ако държавна институция се натовари с функцията да преценява истинността, възниква риск от злоупотреба от страна на властимащите и от упражняване на цензура.

Затова **най-подходящ е образователният подход, при който се развиват медийна грамотност и критично мислене, още сред децата, на които ще разчитаме да са активни и осъзнати граждани в бъдеще.**

Основните признаци на фалшивите новини, с които е важно да се запознаят и възрастните, и децата, са:

- Заглавието поражда силни емоции.
- Публикувана е в медия, която не е авторитетна (често и без посочен автор).
- Няма потвърждение от официален източник или авторитетен експерт.
- Новината не се потвърждава в сериозни и международни медии.
- Използват се едни и същи снимки навсякъде, които лесно се фалшифицират.
- Понякога липсва и вътрешна кохерентност на съдържанието на материала. Или не съответства на други известни факти.

С оглед на тези характеристики можем да изведем следните критерии за проверка на медийна информация.

- Обръщаме внимание на заглавието и на езика, който се ползва (има ли типични за жълтите медии и кликбейт сайтовете изрази като „шок“, „бомба“ и подобни), дали цели да предизвика емоция (използват ли се напр. много удивителни знаци или изписване на заглавията изцяло с главни букви).
- Сравняваме информацията в поне още 2 източника.
- Проверяваме дали самата медия е надеждна (дали е посочен редакторски екип, какви са другите материали в нея).
- Проверяваме кой е авторът на статията. И дали изобщо е посочен такъв.
- Проверяваме датата на публикацията.
- Проверяваме дали е цитиран авторитетен източник или официална институция.
- Проверяваме снимките към публикацията – в случай, че не са видимо илюстративни, а претендират за документалност проверяваме дали се срещат в съвсем друг контекст (в някои случаи са указани като илюстративни, но с много малък шрифт, който лесно се пропускат).

Обучителен модул по темата „Фалшиви новини“

Цел: Обучаемите да разпознават фалшиви новини по набор от критерии за проверка на медийна информация.

Материали: флипчарт листа и флипчарт стойка/ бяла гъска, маркери, проектор, компютър, връзка с интернет

Въвеждаща дейност: 5 минути	
Водещ	Обучаеми
<p>Пита обучаемите дали са чували за казуса с онлайн израта „Син kit“.</p> <p>След това ги пита дали смятат, че историята със самоубийствената игра онлайн е вярна или е фалшива новина</p>	<p>Доброволец отговаря.</p> <p>По един привърженик на всеки от двата отговора се аргументира защо смята така.</p>
Основна дейност (работа по групи): 30 минути	
Водещ	Обучаеми
<p>Предлага да разгледат два медийни материала по темата – един, който твърди, че израта съществува и един, който по-скоро поставя това под въпрос.</p> <p>Показва двата отворени сайта - единия Blitz⁵², другия БТВ⁵³.</p> <p>Озаглавява празен лист от флипчарта „Признаци на фалшиви новини“.</p> <p>Започва дискусия за сравнение между двата сайта със следните насочващи въпроси: „Коя от двете медии е по-надеждна според вас? Защо? Според вас, кое от двете заглавия поражда по-силни емоции? Защо му е на автора да поражда емоции, когато предава новина? Кое от двете заглавия ви звучи по-достоверно? Колко деца пише, че са се самоубили? Какви доказателства са представени? Кой трябва да потвърди за самоубийствата? Кои източници на информация са цитирани (има ли конкретни имена, ако да, проверими ли са, доколко са реални и ако да, доколко са носители на експертиза по темата)? Какви са мотивите на сайтовете да пускат фалшиви новини с грандиозни заглавия?</p> <p>Търси „Син kit“ по изображение в Google и се вижда, че една и съща снимка на нарязана ръка се показва навсякъде. А как може да се фалшифицира снимка?</p> <p>Отново пита групата кой мисли, че израта е истинска и кой – не.</p> <p>Докато извлича признаците за разпознаване на фалшиви новини (критериите за оценка на достоверността на информация) ги записва на флипчарт лист.</p> <p>Обсъжда с групата каква е мотивацията/ причината за създаване и разпространяване на фалшиви новини. Пита какво е „кликбейт сайт“ и ако е нужно, обяснява (онлайн медия, стремяща се да генерира печалба чрез сензационни заглавия и материали)</p> <p>Пита дали има и други причини за генериране на фалшиви новини.</p>	<p>Участват в дискусията.</p> <p>Резултати от дискусията:</p> <p>Участниците стигат до заключение, че израта „Син kit“ е всъщност фалшива новина и извеждат следните признаци на фалшиви новини:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Заглавието поражда силни емоции. • Няма потвърждение от официален източник. • Новината не се потвърждава в сериозни и международни медии. • Използват се едни и същи снимки навсякъде, които лесно се фалшифицират. • Липсва вътрешна кохерентност на съдържанието на материала. <p>Добавят „фалшиви новини“ към списъка с важните теми на стената.</p> <p>Очаквани отговори:</p> <ul style="list-style-type: none"> • С цел печалба – колкото по-сензационни са заглавията и материалите, толкова по-голяма печалба ще генерира медията от рекламодателите. • С цел политическа и/или идеологическа пропаганда. • Заради липса на професионализъм – липса на проверка на фактите, робуване на стереотипи и предрасъдъци и др.

52. https://blitz.bg/lyubopitno/dzhadzi/izvratenata-igra-koyato-kara-detsata-da-se-kltsat-na-parcheta-veche-e-v-blgariya-snimkivideo-18_news489164.html

53. <https://btvnovinite.bg/bulgaria/zloveshtata-igrata-sin-kit-istina-ili-borba-za-onlajn-poseshthenija.html>

Заклучителна дейност (дискусия): 15 минути

Водещ	Обучаеми
<p>Скрива временно флипчарт листа с изписаните начини за разпознаване на фалшиви новини и приканва учениците към обобщение на урока като изредят тези признаци.</p>	<p>Участват в дискусията и с помощта на въпросите на водещия извеждат стратегии за разпознаване на фалшиви новини и кликбейт сайтове:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Сравняваме информацията с поне още 2 източника. • Проверяваме кой е авторът на статията. И дали изобщо е посочен такъв. • Проверяваме дали самата медия е надеждна (дали е посочен редакторски екип, какви са другите материали в нея). • Обръщаме внимание на езика, който се ползва и как е заглавието (има ли типични за жълтите медии и кликбейт сайтовете изрази като „шок“, „бомба“, удивителни знаци, само главни букви подобни), дали цели да предизвика емоция. • Проверяваме датата на публикацията. • Търсим потвърждение от експерт в областта. • Отнасяме се критично към информацията в интернет.

Така участниците извеждат основните признаци на фалшивите новини и респективно начините за проверка на медийна информация. Повдига се въпросът за причината някои медии да генерират фалшиви новини и мотивите им да го правят съзнателно, които най-често са свързани с желание за по-голяма печалба, или за да обслужат целите на политическа и/или идеологическа пропаганда. Понякога може и да става дума за несъзнателно дезинформиране на аудиторията – непрофесионализъм, но и робуване на предразсъдъци и стереотипи. В основата на антиромското говорене, освен желание за печалба чрез привличане на внимание, може да стои несъзнателното робуване на предразсъдъци и стереотипи от страна на журналисти и потребители на социалните мрежи, но също и целенасочена политическа и идеологическа пропаганда в услуга на „крайно десни“ политически формации

ТЕМА 2: МЕДИЙНИ МАНИПУЛАЦИИ

Овен публикуването на материали с невярно съдържание – т. нар. „фалшиви новини“, съществуват и много материали, в които реални факти са представени по тенденциозен и дори подвеждащ аудиторията начин. Понякога в един и същи материал се смесват реални факти с невярна информация, което прави идентифицирането на манипулацията по-трудно. Заедно с това много често реалните факти са гадени заедно с интерпретацията на автора,

кореспондираща с неговите лични или с тези на главния редактор и/или собственика на медията политически и/или идеологически пристрастия. Информацията обаче не е честно представена като авторова интерпретация, а претендира за „обективно“ предаване на голите факти.

Тези похвати се ползват често по теми, свързани с ромската общност, като така се утвърждават стереотипи за нея и се създават негативни нагласи в обществото.

Пример за подобна манипулация е генерализацията, когато от частен случай, който иначе може да бъде и обективен факт, се прави обобщаваща интерпретация за всички роми. Такава генерализация не се представя като интерпретация, при това без валидни логически аргументи, а като фактическото съдържание на самата новина. Например, се казва: „циганите обират баби във врачански села“. Често зад това стои конкретна фактология – човекът Х, който е от ромски произход, да е извършил престъпление срещу възрастната жена Y във врачанското село Z. Но когато новината е представена по горния начин, се внушава, не че конкретна личност е извършила конкретно престъпление, за което носи персонална отговорност, а че „ромите крадат“, сиреч деянието се приписва на цялата общност, сякаш тя носи колективна отговорност за него. В същото време, когато представител на етническото мнозинство извърши същото или друго престъпление, в медийните материали обикновено не се споменава етническият му произход. Така се правят генерализации и внушения, които утвърждават негативни стереотипи.

Типове медийна манипулация:

- смесване на факти и невярна информация;
- тенденциозно представяне на фактите;
- предаване на факти, заедно с интерпретацията на автора, без тя да е изрично представена като интерпретация.

Обучителен модул по темата „Фалшиви новини“

Цел: Обучаемите да разпознават основните характеристики на медийните манипулации.

Материали: флипчарт лист и флипчарт стойка/ бяла дъска, маркери, проектор, компютър.

Въвеждаща дейност

Водещ	Обучаеми
<p>Пита участниците какви други форми на медийна дезинформация освен фалшивите новини познават.</p> <p>Ако е нужно, и с допълнителни въпроси ги насочва към следните типове медийна манипулация:</p> <ul style="list-style-type: none"> • смесване на факти и невярна информация; • тенденциозно представяне на фактите; • предаване на факти, заедно с интерпретацията на автора, без тя да е изрично представена като интерпретация. <p>Какви може да са мотивите за такива медийни манипулации?</p> <p>Може ли да се правят и несъзнателно и в кои случаи?</p>	<p>Отговарят на въпросите (очаквани отговори – смесване на факти и невярна информация, тенденциозно представяне на фактите, предаване на факти, заедно с интерпретацията на автора, без тя да е изрично представена като интерпретация).</p> <p>Очаквани отговори:</p> <ul style="list-style-type: none"> • С цел печалба • С цел политическа/идеологическа манипулация • Несъзнателно възпроизвеждане на стереотипи

Основна дейност: 30 минути

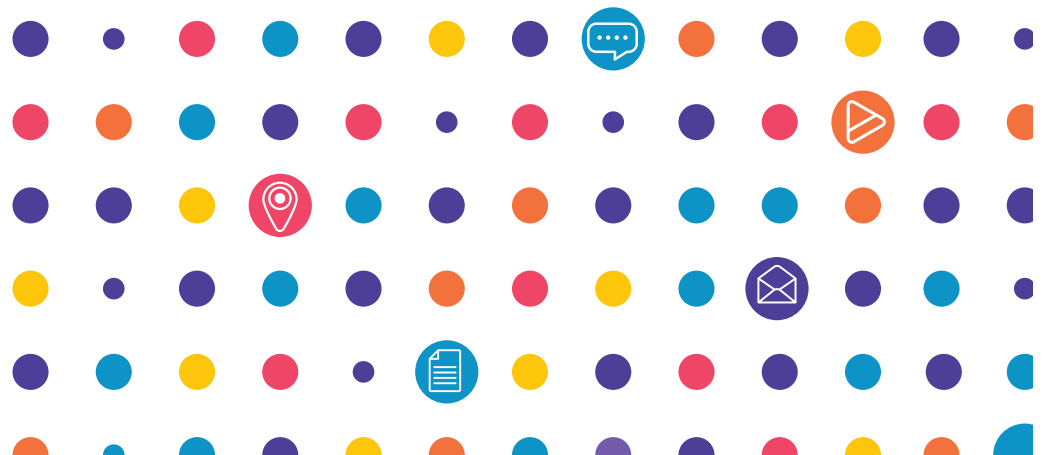
Водещ	Обучаеми
<p>Показва на участниците медийен материал, озаглавен „Циганите ограбват богатствата на Ивайловград“, публикуван на сайта aylovgrad.com. Приканва да анализират заедно формата и съдържанието му.</p> <p>Задава насочващи въпроси:</p> <p>Какво им прави впечатление в заглавието? Защо подлогът е членуван? Създава ли това определено внушение и какъв е проблемът с него?</p> <p>Съответства ли напълно информацията, предадена в текста на заглавието? В какво се разминават?</p> <p>Има ли акцент на някой елемент от информацията за сметка на друг?</p> <p>Къде би следвало да е акцентът в това съобщение? Къде се поставя реално?</p> <p>Умишлено ли прави тези внушения авторът според вас или несъзнателно възпроизвежда стереотипи?</p>	<p>Очаквани отговори:</p> <p>Подлогът „циганите“ не посочва конкретна личност или личности и е членуван, с което се предава обобщение и се внушава, че отговорността принадлежи на „всички цигани“.</p> <p>Няма адекватно съответствие между заглавието и съдържанието на информацията – от статията се разбира, че не само ромите, но и иманяри (вероятно от български етнически произход) разграбват находките, при това от години.</p> <p>Акцентът би трябвало да е върху това, че археологическите ценности са оставени без защита, а вместо това заглавието акцентира на това, че хора от определен етнос извършват незаконна дейност. В същото време тъй като сайтът не изглежда пряко обвързан с конкретна крайно гясна формация, е твърде възможно авторът да възпроизвежда подобни стереотипи и несъзнателно – т.е. да му липсва саморефлексивност.</p>

Заклучителна дейност

Водещ	Обучаеми
<p>Приканва участниците да направят обобщение на дискусията.</p>	<p>Участват в обобщението като посочват основните моменти от дискусията.</p>

Широкото разпространение в интернет на фалшиви новини, дезинформация и медийни манипулации, улеснено и от безкритичното им споделяне в социалните мрежи, е феномен, който застрашава сериозно положителното развитие на обществените процеси и дори може да атакува ключови демократични ценности. Особено негативно влияние може да има разпространението на дезинформация и медийни манипулации по отношение на различни малцинствени групи. В последните години у нас, за съжаление се увеличава разпространението на подобни медийни материали, адресирани срещу ромската общност. Затова е нужно учители, ромски лидери и медиатори, ромски и проромски активисти да знаят как да се противопоставят ефективно и с дългосрочен ефект на такива негативни тенденции.

През последните години има разработени инструменти, насочени към разпознаване на фалшивите новини изобщо, но все още има нужда да се предложат инструменти, фокусирани специално и върху дезинформацията спрямо определени общности. Настоящият наръчник представлява усилие да даде на всички тези целеви групи базисни знания и умения, които да им послужат, за да работят в посока на подобряване на ситуацията.



НАРЪЧНИК ЗА РОМСКИ ЛИДЕРИ, АКТИВИСТИ, МЕДИАТОРИ, ПРЕДСТАВИТЕЛИ НА РОМСКИ И ПРО-РОМСКИ НПО

Наръчникът за ромски лидери, активисти, медиатори, представители на ромски и про-ромски НПО за противопоставяне на фалшиви новини и анти-ромска дезинформация включва четири глави, посветени на темите фалшиви новини, медийни манипулации, представящи ромите в неблагоприятна светлина, подходи за противодействие на фалшиви новини и манипулации по отношение на ромската общност, как да информираме ромските общности в махалите за фалшивите новини – подходи и методи, а последната глава е посветена специално на социалните мрежи, поради спецификата на тази среда.

Съдържание и теми

Наръчникът въвежда читателите в ситуацията, в която развитието на информационните и комуникационни технологии и интернет и навлизането им във всички сфери на живота донесе със себе си нови възможности за бърз достъп до информация. По-бързата и улеснена, независеща от разстоянията, комуникация между хора от целия свят им позволява да обменят знания и идеи в невиджан досега мащаб, но в същото време позволи и проявлението в небивала доскоро степен на негативни явления като дезинформация и пропаганда, дотам, че биват застрашени дори базисни ценности на съвременните демократични общества. **Така епохата на информацията се оказва и епоха на дезинформацията; времето, когато светът е по-свързан от всякога е и времето на ускоряваща се поляризация на модерните общества.**

Дигиталната среда даде възможност и за масово разпространение на реч на омразата, възпроизвеждане на стереотипи и радикална пропаганда срещу уязвими групи и малцинствени общности на основата на пол, раса, сексуална ориентация, етническа принадлежност. У нас, за съжаление, под прицела на подобно насаждане на негативни и дори враждебни нагласи особено често попадат представителите на ромската общност.

Подобно формиране на негативни и дори дискриминационни нагласи спрямо малцинствени общности, налагане на крайни виждания и радикална пропаганда често се подхранват от фалшиви новини и медийни материали, които съдържат съвсем умишлено или пък несъзнателно, но почиващо на предубеждения, изкривяване на фактите, чието бързо и масово разпространение се улеснява от социалните мрежи. Това се прави както съзнателно от членове и последователи на „крайно десни“ политически формации, споделящи негативно и дискриминационно отношение към определени групи от обществото,

на базата на техния етнос, раса, сексуална ориентация, включително и споделящи антиджипсизъм, така обаче и не толкова осъзнато от хора, които не споделят изцяло подобни крайни възгледи, но все пак са подвластни на вкоренените в съзнанието си стереотипи.

В същото време, презумпцията за свобода на словото като основно демократично и конституционно право, ограничава до известна степен възможностите за регулиране на медийната среда от страна на държавните институции. От гледна точка на правната рамка такова регулиране все пак е предвидено в случаите на явна реч на омразата, най-вече, ако става дума за открито призоваване към насилие, а също на персонална клевета, но трябва да се признае, че има тенденция на подобни злоупотреби със свободата на словото да се реагира сравнително рядко.

При това с изключение на случаите на чисто фалшива новина, доказуема клевета или явно призоваване към насилие, съществуват и много материали, които биха могли да попаднат в „сивата зона“ на изразяване на лична позиция или собствено тълкуване на фактите, в които е още по-трудно да се говори за регулация от страна на институциите. На възможностите за реакция, трябва да признаем, в определени периоди пречи дори и актуалната политическа конюнктура.

Наръчникът предлага на ромските активисти необходимите им специфични методи и инструменти да засичат, мониторират и да се противопоставят на фалшивите новини и дискриминацията към ромите. Разработени са материали как да се работи с медиите, както и инструменти за достигане до хората от общностите и за разпространяване на критично мислене и отговор на антиджипсизма. Обучителните модули се базират на интерактивна методика, която поставя обучаемите в активна роля, разчита на екипна работа по групи между тях и прилагане на сократически метод, така че вместо да презентира, водещият да фасилитира обща дискусия чрез насочващи въпроси.

ТЕМА 1: ФАЛШИВИ НОВИНИ ЗА РОМИТЕ

Фалшивите новини, както казахме и по-рано са феномен, който иронично получава широко разпространение тъкмо в епохата на бурното развитие на информационните и комуникационните технологии и интернет. Макар и да направиха възможно да се достига бързо и лесно до много голям обем от информация, тези технологии дадоха възможност също така бързо и лесно да се разпространяват медийни материали с невярно съдържание, което бива улеснено от социалните мрежи и обстоятелството, че много техни потребители споделят подобни материали без да се усъмнят в тях, като по този начин често и несъзнателно допринасят за дезинформацията на повече хора.

Някои от тези фалшиви новини спомагат за възпроизвеждане на стереотипи и за представители на различни уязвими или малцинствени групи и у нас, като

създават или възпроизвеждат негативни нагласи спрямо тях на базата на неверни твърдения, представени като обективни факти. За съжаление нерядко се публикуват и разпространяват фалшиви новини особено по отношение на ромската общност, които бързо се разпространяват от безкритични и/или предубедени потребители посредством социалните мрежи.

Признаци за фалшиви новини към ромите

Ето как изглеждат основните признаци на фалшивите новини, отнесени конкретно към ромската общност:

- **Заглавието търси да предизвика емоции**, най-често става дума за страх, който е силна базисна емоция – в случая с неверните материали за ромите обикновено става дума за страхове, които обаче могат да предизвикат на свой ред гняв и дори агресивно отношение. Най-често конкретният материал кореспондира с най-разпространените стереотипни представи за ромите – те „крадат“, „вършат престъпления“, „не плащат ток“, „не работят, а лежат на помощи“, „ще станат повече от нас и ни застрашават“ и т. н.
- **Медията, в която е публикувана новината не е достоверна медия**. Често в такива медии не се посочва автор на материала, нерядко липса информация и за редакторския екип (секция „За нас“). В случая с фалшивите новини за ромите това обикновено важи. В случай, че става дума не за фалшива новина, а за превратно представяне на фактите, се случва и по-авторитетни медии да се подведат от предразсъдъци, но това по-рядко става умишлено.
- **Новината не се потвърждава от други авторитетни медии** – ако става дума за изцяло фалшива новина, това обикновено си важи и когато става дума за представители на ромската общност.
- **Не са цитирани достоверни и авторитетни източници** – експерти, представители на институции, които носят отговорност за гумите си. В случая с фалшивите новини за ромите обикновено това е така. Нещата стоят по-различно обаче, когато става дума не за чисти фалшиви новини, а за тенденциозно представяне на фактите – тогава може да имаме хора с претенция за експертиза в дадена област и дори представители на институции.

Обикновено медийните материали с фалшиви новини се опират на или кореспондират с някои от най-разпространените митове за ромската общност, представени в доклада „Факти и аргументи – в отговор на най-разпространените митове за ромите“ (поместен в предходната глава на книгата). Та-

кива митове не почиват на обективни факти или представляват изопачено тълкуване на отделни факти, но формират (за съжаление, до голяма степен устойчиви) стереотипи за ромската общност, благодарение на които се формират и възпроизвеждат негативни и дори враждебни нагласи. Те често се възпроизвеждат в различни по-конкретни медийни материали или спрямо тях понякога се тълкуват и иначе верни факти. На тези стереотипи следва да се отговаря с точни и коректни факти. Интересен е въпро-

Кликбайт сайтове:

- Кликбайт сайт е онлайн медия, стремяща се да генерира печалба чрез сензационни заглавия и материали.

сът за мотивацията за публикуване и разпространяване на фалшиви новини конкретно за ромската общност. На голяма част от фалшивите новини обикновено основната мотивация е финансовата изгода (особено на т. нар. „Кликбайт сайтове“), заради която търсят да привлекат внимание с нещо „скандално“ и предизвикващо емоция, т.е. имащо по-голям шанс да не остави потребителя равнодушен. Освен тази мотивация, тук често става дума или за съзнателна пропаганда на „крайно десни“ възгледи, публикувана от медици, явно или тайно свързани с подобни политически формации, или за несъзнателно подвеждане от стереотипи, както е често при потребители, споделящи безкритично новината в социалните мрежи. Тази разлика е от значение, когато става дума за противодействие на тяхното разпространение.

План на обучителен модул по темата „Фалшиви новини“

Цел: Обучаемите да могат да разпознават признаците на фалшиви новини, свързани с ромската общност.

Материали: Флипчарт листа и стойка за флипчарт, маркери, компютър с връзка с интернет.

Въвеждаща дейност (10 мин.)	
Водещ	Обучаеми
<p>Пита участниците дали са попадали на фалшиви новини, свързани с (представители на) ромската общност. Ако са, ги помолва да дадат конкретни примери.</p>	<p>Отговарят на запитването. Дават примери за такива фалшиви новини, ако се сещат.</p>
Основна дейност (40 мин.)	
Водещ	Обучаеми
<p>Запознава участниците със следния медиен материал: „Резил: Държавата прати роми облечени като ветеринари да избиват животните в Странджа!“⁵⁴ Пита ги дали новината е достоверна според тях. Междувременно озаглавява празен лист от флипчарта „Признаци на фалшиви новини“. След това започва дискусия със следните насочващи въпроси:</p> <ul style="list-style-type: none"> • „Дали самата медия е надеждна според вас? Защо?“ • Поражда ли заглавието по-силни емоции? • Защо му е на автора да поражда емоции, когато предава новина? • Звучи ли ви достоверно? Какви доказателства са представени? • Кой трябва да потвърди информацията, дали са цитирани източниците (има ли конкретни имена, проверими ли са, доколко са реални и ако да, доколко са носители на експертиза по темата)? • Какви са мотивите на сайтовете да пускат фалшиви новини за ромската общност с грандиозни заглавия?“ <p>Водещият извлича признаците за разпознаване на фалшиви новини (критериите за оценка на достоверността на информацията), като ги записва и обсъжда с групата каква е мотивацията/причината за създаване и разпространяване на фалшиви новини за ромската общност. Пита участниците какво е „кликбайт сайт“ и обяснява при нужда, насочва ги към търсене и на други причини за генериране на фалшиви новини за ромската общност.</p>	
Заклучителна дейност	
Водещ	Обучаеми
<p>Скрива за малко флипчарт листа и помолва участниците да обобщят кои са признаците за разпознаване на фалшиви новини.</p>	<p>Изреждат признаците за разпознаване на фалшиви новини, които бяха изведени от основната дейност.</p>

54. <https://www.informiran.net/>

ТЕМА 2: МЕДИЙНИ МАНИПУЛАЦИИ, ПРЕДСТАВЯЩИ РОМИТЕ В НЕБЛАГОПРИЯТНА СВЕТЛИНА

По отношение на ромската общност често се разпространяват медийни материали, които представят информацията по манипулативен или подвеждащ начин, а не само фалшиви новини с изцяло невярно съдържание.

Медийните манипулации спрямо ромската общност, обикновено прилагат следните прийоми:

- Самият подбор на новините, свързани с ромската общност. По-често се представят новини, в които човек с ромски етнически произход е влязъл в конфликт със закона, но много рядко се показват добрите примери – хора от общността, които са постигнали значими успехи в своите професионални сфери или са извършили постъпка, която може да е за пример.
- Забелязва се устойчива тенденция етническият произход на извършителите на престъпления да се посочва, ако е различен от български и особено, ако е ромски.
- Правят се генерализации, като в медийните материали това рядко се прави експлицитно. По-често то се внушава чрез самия език, който се ползва (напр. „циганиТЕ обират“, а не конкретната личност X е извършила противозаконно действие спрямо конкретната личност Y).

Тук е представен накратко планът на втория обучителен модул, който е приложен в обученията на целевите групи – ромски активисти, лидери, здравни и образователни медиатори и на свой ред може да се ползва от тях за образование на хората в ромските общности, с които работят.

План на обучителен модул „Медийни манипулации, представящи ромите в неблагоприятна светлина“

Цел: Обучаемите да разпознават основните типове медийна манипулация и основните прийоми, които се ползват в такива медийни материали по отношение на ромската общност.

Материали: Флипчарт лист и стойка, маркери, компютър с връзка с интернет.

Въвеждаща дейност 15 мин.

Водещ	Обучаеми
<p>Водещият задава въпроси на участниците какви други форми на медийна дезинформация по отношение на ромската общност познават. Ако е нужно, и с допълнителни въпроси ги насочва към следните типове медийна манипулация:</p> <ul style="list-style-type: none">• смесване на факти и невярна информация;• тенденциозно представяне на фактите;• предаване на факти, заедно с интерпретацията на автора, без тя да е изрично представена като интерпретация. <p>Пита участниците какви може да са мотивите за такива медийни манипулации. Също – може ли да се правят и несъзнателно и ако да – в кои случаи.</p> <p>Очаквани отговори:</p> <ul style="list-style-type: none">• С цел печалба• С цел политическа/ идеологическа манипулация• Несъзнателно възпроизвеждане на стереотипи	

Основна дейност 40 мин.

Водещ	Обучаеми
<p>Водещият разделя обучаемите на три групи. Всяка от групите получава по един медийен материал. Задачата на всяка от групите е да помисли дали в нейния материал става дума за медийна манипулация и ако да, какви прийоми за манипулация са използвани.</p> <p>Обсъждане на резултатите от груповата работа.</p> <p>След като групите свършат, водещият приканва всяка от тях да запознае останалите с медийния материал, който ѝ се е паднал и да сподели с тях дали смята, че той представлява медийна манипулация и ако да, какви прийоми са използвани в него. След представянето на дадена група, учителят приканва другите две групи да споделят дали са съгласни с тези изводи и дали има нещо да добавят.</p> <p>Очаквани отговори:</p> <p>Това са медийни манипулации спрямо ромската общност, които прилагат следните прийоми:</p> <ul style="list-style-type: none">• Самият подбор на новините, свързани с ромската общност. По-често се представят новини, в които човек с ромски етнически произход е влязъл в конфликт със закона, но много рядко се показват добрите примери – хора от общността, които са постигнали значими успехи в своите професионални сфери или са извършили постъпка, която може да е за пример.• Етническият произход на извършителите на престъпления да се посочва, ако е различен от български и особено, ако е ромски.• Правят се генерализации, (напр. „циганиТЕ обират“, а не конкретната личност X е извършила противозаконно действие спрямо конкретната личност Y).	

Заклучителна дейност

Водещ	Обучаеми
<p>Участниците обобщават какви са основните форми на медийна манипулация и основните прийоми, които се ползват при такива манипулации по отношение на ромската общност.</p>	

ТЕМА 3: КАК ДА ПРОТИВОДЕЙСТВАМЕ НА ФАЛШИВИ НОВИНИ И МАНИПУЛАЦИИ ПО ОТНОШЕНИЕ НА РОМСКАТА ОБЩНОСТ

Противодействието на негативната тенденция да се възпроизвеждат стереотипи и негативни нагласи по отношение на ромската общност посредством фалшиви новини, дезинформация и медийни манипулации с тенденциозно и изкривено представяне на фактите, е от съществено значение, включително за защита на фундаментални демократични ценности в полза за цялото общество.

Принципи и похвати

Такова противодействие може да се осъществява през различни комуникационни и публични канали като участия в предавания на „традиционните медии“, различни форуми като кръгли маси, конференции и др. Също така може да се използват възможностите, които дава интернет и особено социалните мрежи, които в наши дни, за съжаление, съществено допринасят за разпространението на подобни стереотипни и негативни нагласи в обществото. Затова тук ще обърнем внимание най-напред на това на какви принципи и похвати е най-целесъобразно да се основава подобно противодействие, независимо през какъв комуникационен канал ще се осъществява то. След това ще разгледаме по-детайлно и как би било най-целесъобразно това да се случва в дигиталната среда и социалните мрежи, доколкото те представляват своеобразна медия, която има своя собствена специфика.

Независимо какви комуникационни канали се ползват, е важно да стъпва на следните принципи:

- **Първо, спокойно и ясно излагане на фактите**, с което да се разобличава разпространяваната невярна информация (когато става дума за фалшиви новини и дезинформация) и внимателно да се посочват слабостите в тенденциозни и злонамерени интерпретации на факти, в случаи на медийни манипулации и изкривяване на истината чрез тенденциозно представяне и тълкуване.
- **Второ**, когато се налага да се влезе в спор с опонент, който поддържа крайни и дискриминационни тези на базата на неверни факти или превратно тълкуване на отчасти верни факти, е **добре да се запази спокойствие и добрия тон, независимо от евентуалните провокации от негова страна**. Същевременно ясно и категорично следва да се оборват неверните твърдения и тенденциозни тълкувания. Влизането в по-агресивен тон, дори ако опонентът си позволява това, не допринася за търсения ефект на развенчаване на фалшиви новини, стереотипни представи или манипулативни изказвания, а е възможно да има обратен ефект.
- **Трето**, важно е да преценим **доколко фалшивите новини и дезинформацията за ромската общност отговарят на възгледите и мотивацията на опонента**. Понякога опонентът сам е заблуден или подведен (понякога и без да го осъзнава) от собствените си стереотипни представи. В много

случаи обаче става дума за хора, които умишлено лансират крайни и дискриминационни виждания и съзнателно работят за подобна крайна пропаганда. Когато се влиза в дискусия с такива хора, които имат интерес да лансират определени тези, е добре да имаме предвид, че е малко вероятно да ги разубедим в рамките на дискусия, колкото и добри насрещни аргументи да даваме.

В такива ситуации **всъщност убеждаваме не опонента си, а хората, които следят спора ни с него** и са непредубедени или несъзнателно робуват на определени предубеждения, които обаче могат да изоставят, когато им се представят факти и разумни и ясни аргументи. Такива опоненти също не се стремят да убедят вас, а говорят най-вече на хората, които следят разговора (телевизионни зрители, участници на някои форум или други потребители в социалната мрежа). Възможно е те умишлено да ви провокират, за да ви извадят от самоконтрол, да ви представят в неблагоприятна светлина пред аудиторията и така да компрометират вашите тези и аргументи. Често изначално предубедените хора с интерес към определени пропагандни прибязват и до аргументи *ad hominem*, т.е. атакуват личността на опонента си, за да го дискредитират, вместо да представят рационални и подкрепени с факти тези. Важно е личностните нападки да се опровергават спокойно, но категорично (ако се лансира и клеветата за Вас, бихте могли да потърсите отговорност на лицето, което го е направило дори по съдебен път). В същото време, дори и да сме провокирани, не трябва да изместваме на свой ред разговора към личностни нападки, а още по-малко към обидни квалификации, а да спорим с ясни и добре аргументирани факти.

Горните препоръки важат, както когато става дума за участие в предаване на „традиционна медия“ или някакъв форум на живо, така и за пространството на социалните медии.

Аргументирано развенчаване на стереотипни представи

По отношение на ромската общност се публикуват/излъчват различни фалшиви новини или медийни манипулации. Много от тях кореспондират със стереотипни представи и митове, формиращи негативни нагласи. Как използваме аргументите и фактите:

- **Важно е да се развенчават внимателно митовете и дезинформацията относно ромската общност**, но също така е добре да не се противодейства само чрез реакция и отговор на конкретни негативни тези, а да се представят проактивно и фактите, които спомагат за по-обективно виждане по тези теми и за по-толерантни и позитивни нагласи.
- **Важно е да се посочват проактивно и добрите примери за представители на ромската общност**, които дават ценен принос за обществото или са извършили достойни постъпки и могат да служат за пример и вдъхновение, както на представителите на самата ромска общност, така и на всички български граждани. Това рядко се прави в нашата медий-

на и публична среда, а би допринесло съществено за формирането на една по-толерантна и позитивна нагласа към ромската общност в българското общество по един естествен и ненаатрапчив начин. Заедно с това, добрите примери биха допринесли за повишаване на самооценката и на самата ромска общност и биха популяризирали както сред ромите, така и сред цялото общество позитивни модели на поведение, от каквито всички имаме нужда.

Противодействие в социалните мрежи

Социалните медии са много подходящ и потенциално ефективен инструмент за такова противодействие, тъй като, за разлика от „традиционните медии“ или различните форуми (като кръгли маси, конференции и др.) те са по-лесно достъпна трибуна, в която потребителят може да взаимодейства с останалите на практика по всяко време.

През последните години се забелязва устойчива тенденция интернет средата да измества традиционните медии или да ги интегрира в себе си. Например, тиражът на хартиените вестници спадна рязко спрямо 90-те години, тъй като медийните сайтове до голяма степен ги изместиха, някои печатни издания просто се прехвърлиха онлайн, а други поддържат също и онлайн версия. Телевизиите и радиата отдавна вече имат свои сайтове, като в много от тях може да се гледа съответната телевизия или да се слуша съответното радио и онлайн.

Освен това, голямата част от хората вече станаха потребители на социалните мрежи (в България най-популярна към момента остава Facebook). Забелязва се тенденция тези мрежи да интегрират в себе си голяма част от съдържанието в интернет (напр. Фейсбук страниците стават по-важни от отделните сайтове), включително на онлайн медиите и на онлайн версията на телевизиите и радиата. Заедно с това всеки потребител на социалната мрежа на практика си е сам медия и би могъл да ползва профила си като публична трибуна. Това обстоятелство роди феномена и на т. нар. „инфлуенсъри“ – влияещи през социалните мрежи хора, които имат много последователи, като някои от тях коментират и сериозни теми, включително и политически.

В същото време социалните медии се превърнаха в основна трибуна и на хора изразяващи крайни мнения, включително и на антиромски нагласи, базирани на дезинформация и манипулации. Затова е целесъобразно противодействието на тези негативни явления да се осъществява тъкмо там. Посочените по-горе принципи и прийоми за ефективно противопоставяне на подхранването на негативни и дискриминационни нагласи спрямо ромската общност на базата на фалшиви новини, дезинформация и медийни манипулации важат в публичната среда на социалните мрежи.

Специфики на социалните мрежи

Социалните мрежи обаче са феномен, който си има и своите собствени специфики. На първо място, политиката на големите социални мрежи като Фейсбук е хората да се регистрират с реалната си самоличност, а не с псевдоними (nicknames), както беше най-често в предходните чат-платформи и голямата част наистина да присъстват там с нея. Въпреки това, у много потребители се забелязва занижено ниво на чувство за отговорност за казаното от тях, сякаш имат някакво илюзорно усещане за известна скритост и неуязвимост, тъй като, когато става дума за постове и коментари липсва живият контакт „очи в очи“.

В този смисъл в социалните медии много по-често се ползва остър и дори груб тон към непознати хора, отколкото в „офлайн“ средата и много потребители най-вероятно не биха се гържали по същия начин в „реалния живот“. Ако искаме да противодействаме на крайни позиции, стъпващи на дезинформация и манипулация, влизайки в пряк или задочен спор с техните изразители, би следвало да спазваме и в дигиталната среда посочените и по рано принципи – спокойно излагане на факти и аргументи, спорене с тези или твърдения, а не аргументи ad hominem, запазване на добрия тон и спазване на норми на общуване и в дигиталната среда – т. нар. „нетикет“.

Съществена специфика на онлайн средата и на социалните мрежи в частност е участието на т. нар. „тролове“ – потребители, които влизат в самоцелен спор. Освен подобни потребители, които обичат да провокират обаче, в социалните мрежи са активни и т. нар. „платени тролове“ или „платени писачи“⁵⁵ – това са потребители, които получават заплащане, най-често от определени политически сили, за да публикуват и разпространяват предварително спуснати от работодателите им пропагандни тези, или „опорни точки“, включително и в групи или страници на техните опоненти. Обикновено такива потребители ползват фалшиви профили, през които публикуват постове и коментари.

Такива хора има и сред поддръжниците на тези и твърдения на „крайно десни“ и „националистически формации“. Важно е да се има предвид, че с платените тролове е безперспективно да се спори, тъй като те не могат да бъдат убедени с аргументи, понеже бездруго защитават своите тези не по убеждение, а срещу заплащане. В същото време човек може да загуби твърде много време и енергия в безплоден спор с тях, а е възможно и да го изкарат от равновесие,

Троловете са:

В жаргонната терминология на Интернет, „тролът“ е човек, който публикува противоречиви, провокиращи или извън темата съобщения във Фейсбук, в онлайн дискуссионни форуми, стаи за разговори (chat rooms), блогове, коментари към вестникарски статии, с основна цел да предизвика емоционален отговор от другите потребители, да ги провокира или тормози, или просто да попречи на нормалния тон на водения разговор.

55. <http://offnews.bg/index.php/175011/platenite-pisachi-ni-napadnaha-a-nie-mnogo-im-se-radvame>

което няма да е от полза за развенчаването на стереотипи и митове и ще улесни опонентите да се забавляват с това да провокират останалите.

Някои белези, по които подобни „платени тролове“ биха могли да бъдат разпознати:

- В профилите им в социалната мрежа често има **само една-две публикации**, а в същото време са **много активни в разни страници и групи** и под медийни материали, особено такива на политическа тематика.
- Обикновено в **профила липсват снимки, на които се вижда реален човек**, а вместо това за профилната снимка има напр. пейзаж, рисунка, някоя известна личност (напр. Холивудска звезда), анимационен герой или друго, различно от собствена снимка.
- Понякога и името на профила изглежда като **явен псевдоним**.
- Публикуват **едни и същи фрази и текстове на много места**.
- Често изобщо **не отразяват или не агресират контрааргументите**, които им дават.
- Много от тях непрекъснато **повтарят едни и същи неща**, дори в рамките на един и същ разговор, понякога съвсем буквално (чрез функцията copy-paste).

Идентифицирането на платените тролове би спестило време и енергия, за да се концентрираме върху хората, с които реално можем да дискутираме, да даваме контрааргументи или да разобличаваме фалшивите новини, на които стъпва тяхната аргументация. При все това и тук трябва да се има предвид, че някои от опонентите ни може да са твърде предубедени, дори и да не са платени тролове. И в социалните мрежи, освен да се реагира на дезинформиращи публикации, е важно проактивно да се разясняват реалните факти, както и да се показват добрите примери. Разбира се, спецификата на социалните мрежи е такава, че всеки пост, особено ако е публичен, бързо може да стане повод за дискусия или спор, за което следва да сме подготвени.

План на обучителен модул „Противодействие на фалшиви новини и медийни манипулации относно ромската общност“

Цел: Обучаемите да прилагат основни похвати за разобличаване на фалшиви новини и медийни манипулации и аргументирано представяне в дискусия през различни медийни и комуникационни канали – участия в предавания на „традиционни медии“ (телевизионни, радио предавания), участие на различни форуми (кръгли маси, конференции и др.) и в социалните мрежи. Обучаемите да прилагат конкретни аргументи за оборване на най-разпространените митове за ромите.

Материали: Флипчарт лист и стойка, връзка с интернет, поне три разпечатани копия на доклада „Факти и аргументи – в отговор на най-разпространените митове за ромите“.

Въвеждаща дейност

Водещ

Обучаеми

Водещият пита участниците през какви комуникационни канали е възможно и целесъобразно да се противодейства на фалшиви новини и медийни манипулации. Очаквани отговори:

- „традиционни медии“ – участия в телевизионни или радио предавания, интервюта за печатни издания.
- В интервюта за онлайн медии.
- На различни форуми, провеждащи се на живо – кръгли маси, конференции
- В социалните мрежи (особено Фейсбук, който е най-популярната социална мрежа у нас).

Водещият записва отговорите на флипчарт лист и обяснява, че най-напред ще обсъдят заедно основните принципи и похвати за противодействие на дезинформация и медийни манипулации по отношение на ромската общност, които могат да се прилагат във всички изредени от участниците комуникационни канали.

Основна дейност

Водещ

Обучаеми

Водещият разделя участниците на три групи. Всяка група получава конкретна задача, по която да се подготви и да разиграе като сцена пред останалите, както и разпечатано копие на доклада „Факти и аргументи – в отговор на най-разпространените митове за ромите“, което може да ползва при подготовката на представянето си.

- Първа група получава задача да влезе в телевизионен диспут с публична личност, поддържаща негавивни стереотипи спрямо ромите и анти-ромски тези, базирани на неверни факти и тенденциозни интерпретации.
- Втората група получава за задача да участва в дискусия на форум на живо, на който са поканени ромски и проромски активисти, представители на граждански организации, но и публични фигури, известни с „националистическите си“ и „крайно десни възгледи“.
- Третата група получава за задача да отговори на пост във Фейсбук, който възпроизвежда стереотипни нагласи и митове за ромската общност.

Обучаемите се подготвят за задачите си по групи като всяка изготвя сценарий на съответната дискусия като ползват и доклада и си разпределят ролите за сцената, която имат да разиграт.

Представяне на разработените сценарии от групите. След като времето за подготовката по групи изтече, всяка група разиграва подготвената сцена, а водещият следи и записва на отделен флипчарт лист основните похвати, ползвани от участниците в разиграните от тях ситуации, а на друг - записва конкретните аргументи, които са използвани. Обучителят иницира обща дискусия като първо се обръща към представителите на самата група за коментар към записаните похвати, приложени от тях в сцената, а след това се обръща към другите две групи за обратна връзка, с покана да добавят предложения, какво биха направили по различен начин и защо. Обучителят записва на флипчарт редакциите и допълненията към използваните от групата, представила сцената похвати, както и към конкретните им аргументите срещу най-разпространените митове, ако има такива.

Заклучителна дейност

Водещ

Обучаеми

След като скрива временно изписания флипчарт лист, водещият обучението приканва участниците да направят заедно обобщение като изредят подходящите похвати за дискусия през различни комуникационни канали.

ТЕМА 4: КАК ДА ИНФОРМИРАМЕ РОМСКИТЕ ОБЩНОСТИ В МАХАЛИТЕ ЗА ФАЛШИВИТЕ НОВИНИ - ПОДХОДИ И МЕТОДИ

В този случай настоящият Наръчник е напълно подходящ. Темите и плановете на обучителните модули могат да се използват така, като са дадени. Разбира се, **необходима е съответната адаптация, в зависимост от нивото на съответната група обучаеми**. Някои от тези НПО и групи са преминали през редица обучения, но има и такива, които тепърва навлизат в гражданската материя. Трябва да се съобразим и с условията – мястото на провеждане, необходимото оборудване, ако го има или импровизираме с наличните възможности.

За ефекта от обучението е важно освен участниците да придобият знанията относно фалшивите новини и антиромската дезинформация и уменията да я представят на своите съквартилци, да бъдат мотивирани така, че наистина след това да свършат работата. Защото хората от изолираните ромски общности са най-потърпевшите от фалшивите новини – в повечето случаи те наистина няма до кого да се допитат, освен до ромските медиатори и активистите от съответните граждански организации и инициативни групи.

След съответните обучения активистите трябва да са проактивни, а не да чакат хората да дойдат при тях и да ги питат. Те много добре знаят какви слухове и неверни твърдения се тиражират чрез социалните медии и „безжичния развален телефон“ и трябва да реагират адекватно на всяка ситуация – да обясняват и убеждават хората с аргументи, достъпни за тях.

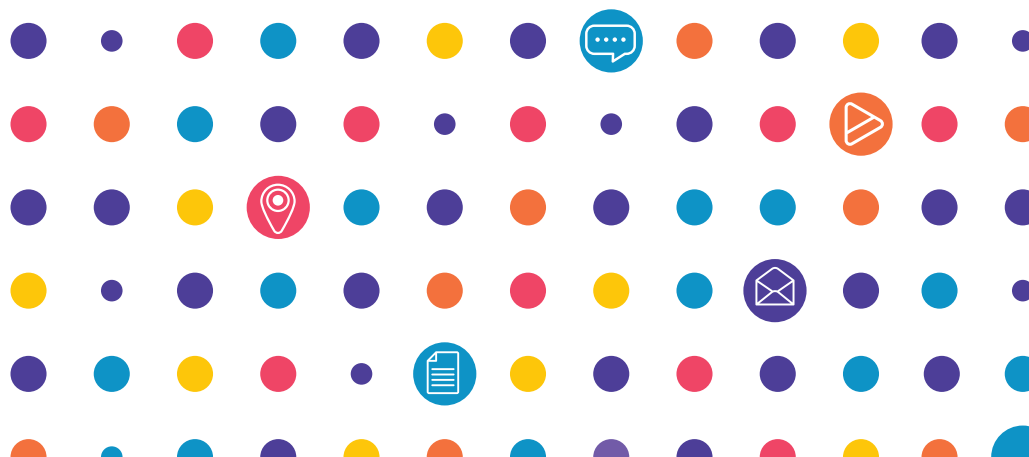
Директна работа с хората от обособените квартали цели пренасяне на знанията върху ромските общности. **Тук е необходимо да се търсят гъвкави подходи в зависимост от ситуацията в съответните квартали**, обособените части от тях, времето (лято, зима, дъжд, силно слънце), възникнали спонтанно проблеми свързани с фалшиви новини. Трудно може да се изброят всички ситуации.

- Тези срещи могат да бъдат **импровизирани**, но могат и да се насрочат. Провеждането им може да стане на открито или в на закрито – кафе, читалище, друго.
- Срещите от този тип не е необходимо, а и е невъзможно да протекат като обучения. Те са **неформални**, обикновено преминават като въпроси и отговори. Атмосферата непринудена, говори се на езика на мнозинството участници, но не е добре да се слиза на съвсем ниско, защото тогава ще изпадне в ситуация, че ние сме водещите.
- Добре би било да се използват **казуси от конкретния квартал** или злободневни за момента в национален или регионален мащаб.

- Необходимо е повече **търпение**, защото е трудно да се убедят хора с различна нагласа, че част от това, което са чули или прочели, може да не е вярно, да се провокира критично мислене и т.н. Дори и да не ви повярват всички е успех, защото сте провокирали мисленето им, че има и друга гледна точка. Често при следващ разговор се вижда, че даденият човек е мислил върху казаното на предишната среща.

Опитът показва, че след проведени срещи интересът към темата фалшиви новини и особено антиромска дезинформация нараства и хората започват да спират на улицата или да заговарят на други места – кафене, магазин, друго, активиста или медиатора, който е провеждал това събитие. Тези импровизирани индивидуални, често прерастващи в групови срещи са много важни, защото мултиплицират ефекта от първата, на която са участвали все пак ограничен кръг хора.

Независимо дали знанията се предават чрез обучения на представители на граждански организации и инициативни групи или директно на хората от обособените ромски квартали, е необходимо да се има предвид, че във всеки момент от вашето ежедневие може да се наложи да отговаряте на въпроси или да разяснявате казуси.



РОМСКАТА ОБЩНОСТ СРЕЩУ ФАЛШИВИТЕ НОВИНИ – ОПИТЪТ ОТ ОБЩНОСТНАТА РАБОТА

Методиката за Наръчника и обучителните модули са приложени в обученията на ромски лидери, активисти, медиатори и представители на ромски и про-ромски НПО. Те са получили съответните знания, за да могат на свой ред да ги ползват и да обучават по тях хората, с които работят, за да повишат капацитета им да разпознават фалшиви новини, дезинформация и медийни манипулации за ромската общност така че да се осигури устойчивост на проекта в дългосрочен план.

В края на вторите обучения всеки от участниците пое ангажимент да предаде наученото на хората от своя квартал. Както е описано по-горе и преподадено по време на обученията, това можеше да стане по различен начин и с различен подход, в зависимост от ситуацията или от хората, с които се срещат.

- Част от обучаемите използваха събирания по повод на някои събития в пряката им работа, по-точно подготовката за тях. Използвани бяха и преки казуси в хода на работата, за да се онагледят фалшивите новини, медийните манипулации и как в действителност можем да се справим с тях.
- Други предпочетоха срещи в местата, където се събират младите хора – местни кафета или развлекателни клубове. Там, в спокойна обстановка, близка до естественото общуване те показваха на събралите се около тях как да различават фалшивите новини и да се противопоставят на медийните манипулации. За онагледяване ползваха данни от собствените си телефони и от тези на участниците.
- Използвани бяха и офисите на местните организации, в които така или иначе често се събират местни активисти. Дискусиите в привична работна обстановка също бяха много продуктивни. Наличието на стационарен интернет даваше възможност за по-детайлно обяснение на отделни казуси, търсене на нови и изясняване на произхода на дадени фалшиви новини.
- В някои квартали бяха използвани регулярните събирания на евангелските църкви. Това ставаше единствено на местата, където пасторите не заемаха крайни позиции и изпълняваха единствено преките си задължения на проповедници.

Важен елемент от работата на обучените активисти и медиатори беше използването на местни казуси на фалшиви новини и дезинформация, въздействието на които хората са изпитали на собствен гръб. Така много по-лесно се възприема новата информация и след това съответно лесно се възпроизвежда сред другите хора, за да има мултиплициращ ефект. В хода на

работата излязоха няколко казуса, които онагледяват отрицателните ефекти от фалшивите новини и дезинформацията.

Казусът Ямбол

Особено в началото, по време на Ковид кризата в България се наблюдаваше изостряне на негативното отношение към ромските общности в страната. Ярък пример в това отношение беше затварянето на цели ромски квартали и обявяването им за източници и преносители на заразата. Блокади имаше в София - Факултета, Кюстендил, Самоков, Ямбол и други. Блокадата в Ямбол бе придружена с разпространение на фалшиви листовки, направени като бланки на Министерството на здравеопазването, съдържащи подвеждаща и фалшива информация, че Ковид е една измама, чрез която се цели контрол над населението. Листовките бяха разлепени на видни места в институциите в квартала, като разпространението бе масирано и придружено с изказвания на определени политически формации (ВМРО), приканващи за противопоставяне на различни части на обществото. Всичко това се случи в момент, в който липсваше адекватна здравна информация, засилена тревожност в обществото относно пандемията с Ковид, подсилена от действията на националистите, участващи в управлението на страната.⁵⁶ В Ямбол неадекватната политика стигна до абсурдни действия - пръскане с хеликоптери на дезинфектанти върху ромския квартал, което засили напрежението между роми и нероми в града. Всички тези неадекватни действия, придружени с активна дезинформация и разпространение на фалшиви новини, доведе до протести и напрежение в Ямбол. Този случай беше използван активно за мобилизиране на националистическия вот преди и по време на изборите.

Казусът Сливен

Случаят в Сливен може да се характеризира като първата организирана провокация към държавността в България от хора от ромската общност. В рамките на 30 минути, по време на учебния процес, ромски родители изведоха своите над 500 деца от две училища в близост до ромския квартал в Сливен с аргумента, че ако ги оставят те ще им ще бъдат отнети и отведени извън страната.⁵⁷

Как се стигна до тук? В продължение на няколко месеца систематично се разпространяваха фалшиви материали и слухове относно новата стратегия за закрила на детето. Умело се използваха каналите на ромските протестантски църкви в Сливен за разпространението на фалшиви материали и слухове, че предстои отнемане на ромските деца и изпращането им в други държави, в които да се полагат грижи за тях. В тези фалшиви пропагандни материали активно се говореше за сексуалното насилие върху децата в държавите, в

56. <https://news.bg/regions/vmro-iska-prokuraturata-da-proveri-koy-podstrekava-kam-bunt-romskiyakvartal-v-yambol.html>; <https://anteni.eu/Yambol>

57. <https://dnes.dir.bg/obshtestvo/panika-v-sliven-roditelite-izvadiha-stotitsi-detsa-ot-dve-uchilishta>; <https://slivenpost.bg/>; https://pan.bg/view_article-61-497582-romi-izvedoha-stotici-deca-ot-2-uchilishta-v-sliven.html

които се предполагаше, че ще бъдат изпратени. Когато слуховете достигнаха своя апогей, беше пусната фалшивата новина, че точно в този ден и час децата ще бъдат отведени директно от училищата. Както се вижда, провокацията беше добре планирана във времето и изпълнена успешно. Може да се каже, че това беше тест, как чрез фалшиви новини, слухове и манипулации могат да се използват ромските общности за користни цели, било то политически или други, включително срещу държавата. За значението на случилото се в Сливен говори и фактът, че тогавашният премиер на страната Бойко Борисов, който традиционно не се ангажира с проблемите на ромската общност, зае позиция и нареди службите по сигурността да разследват случая.

Абсолютно същият наратив, насочен срещу стратегията за закрила на детето, беше използван от националистически и про-руски формации в цялата страна и набра голяма популярност. Една от групите в социалните мрежи, която копира името на популярна организация за децата, достигна до над 200 000 последователи. Голяма част от тези последователи бяха представители на ромските религиозни общности, които в по-късен етап се включиха активно и в разпространението на анти-Ковид, анти-ваксини, анти-Украйна и проруски позиции. Изводите от проучването на случая показва, че националистически формации и про-руски групи са в основата на разпространението на фалшивите новини.

Казусът Украйна

От началото на руското нашествие в Украйна се наблюдава трайна тенденция за реанимиране на стари случаи на насилие върху ромската общност в Украйна⁵⁸ и представянето им за насилствено отношение на украинската армия върху ромите в момента. През 2018 г. имаше няколко нападения над ромски общности в Украйна, по които имаше ясни позиции на ромското лидерство в Европа. Тези компилации от стари случаи се показват като отношение на властите и обществеността към представителите на ромската общност в Украйна в настоящия момент по време на военните действия. Характерното за разпространението на тези клипове и репортажи, е че те се случват през същите източници, които разпространяваха анти-Ковид и анти-ваксини дезинформация. Те също се препокриват с каналите на проруските позиции гравитиращи около националистически формации в България. Важно е да се отбележи, че определени членове на ВМРО използваха каналите на протестантските ромски църкви за разпространение на анти-Ковид, анти-ваксини, а по-късно започнаха да се използват от про-руската пропаганда.

Общото във всички случаи, е че националистическите, проруски формации използват абсолютно същия наратив при конкретните казуси за да мобилизират подкрепа в тяхна полза. Този подход търси политическа подкрепа сред ромската общност, чрез които да се повишава влиянието на определени политически формации, а чрез тях да се постигат и геополитически интереси. Не случайно „Възраждане“ увеличава сериозно своите позиции сред ромите в България.

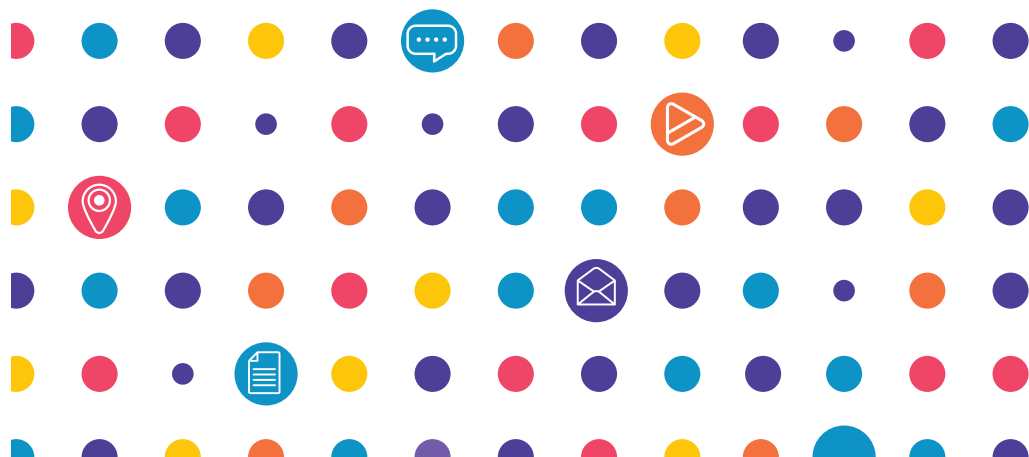
58. <https://www.dw.com>

ПИЛОТЕН УЧИЛИЩЕН МОДЕЛ ЗА ПРОТИВОДЕЙСТВИЕ НА ФАЛШИВИТЕ НОВИНИ



Уменията и компетенциите, които включва медийната грамотност, следва да се развиват от най-ранна възраст. Национално представително изследване на Националния център за безопасен интернет (координиран от Фондация „Приложни изследвания и комуникации“) от 2016 г. показва, че вече 97% от децата на възраст между 9 и 17 години са потребители на интернет. Близко 87% от тях са потребители и на социалните мрежи, включително и 73% от децата на възраст 9-11 години, т.е. под официално разрешената от най-популярните социални медии (като Фейсбук) минимална възраст за регистрация от 12 години. Според изследването 62% от децата признават, че не могат да различават фалшивите новини, което говори за сериозен дефицит в умението за оценка на информацията. Допълнително утежнява нещата и обстоятелството, че 58% от родителите също признават, че не могат да различават фалшивите новини.

Само че дигиталната среда, освен че дава възможност за комуникация и бърз достъп до огромно море от информация, крие риск децата да попаднат и на голям набор от материали с невярно съдържание, дезинформация и медийни манипулации, както и да влязат в негативна комуникация с други онлайн потребители. Сред дезинформиращите и манипулативни материали, които широко се разпространяват в социалните мрежи, особено зловредни са тези, които подхранват стереотипни и дискриминационни нагласи спрямо представители на различни малцинствени групи.



НАРЪЧНИК ЗА УЧИТЕЛИ – КАК ДА РАЗВИВАМЕ КРИТИЧНО МИСЛЕНЕ И ТОЛЕРАНТНО ОТНОШЕНИЕ СРЕД УЧЕНИЦИТЕ

Наръчникът е предназначен за учители, които да обучават учениците си как да разпознават и да се противопоставят на враждебни наративи в медиите, на медийна дезинформация, манипулации и фалшиви новини, чрез които се подхранват стереотипи и враждебност срещу представители на малцинствата и конкретно на ромската етническа общност.

ДИГИТАЛНО-МЕДИЙНА ГРАМОТНОСТ

Понятията „медийна грамотност“ и „дигитална грамотност“ са част от по-обхватния контекст на така нареченото „образование на 21-ви век“, което определя ролята на компетентностния подход в образованието като ключова за активното гражданство в модерните общества, пълноценното включване в икономиката на знанието и евентуалното справяне с глобалните предизвикателства, пред които идните поколения ще бъдат изправени.⁵⁹

Уменията, които изпълняват като основни в тази парадигма включват критично мислене, ефективна комуникация, сътрудничество, решаване на проблеми и творчески умения.⁶⁰ Тези компетентности представляват и основа, върху която може да се твърди, че са изградени по-конкретните измерения, както на дигиталната грамотност, така и на медийната грамотност. Систематичен анализ на 1 592 научни статии, изследващ взаимовръзката между уменията на 21-ви век и дигиталните умения показва, че дигиталните умения, които често се схващат като една отделна област на компетентност, всъщ-

59. Ananiadou, Katerina and Claro, Magdalen. „21st Century Skills and Competences for New Millennium Learners in OECD Countries“, OECD Education Working Papers, No. 41, OECD Publishing, Paris 2009; Scott, C. L. „The Futures of Learning 3: What Kind of Pedagogies for the 21st Century“. Education Research and Foresight Working Papers, UNESDOC Digital Library 2015; Van Laar, Ester. Van Deursen, Alexandar. Van Dijk, Johannes. De Han, Jos. „The relation between 21st-century skills and digital skills: A systematic literature review“ in Computers in human behavior, Twente 2017

60. Пак там

DigComp съдържа пет компетентности:

- Информационна грамотност;
- Комуникация и сътрудничество;
- Създаване на дигитално съдържание;
- Безопасност;
- Решаване на проблеми.

ност до голяма степен се припокриват с базисните умения – информационна грамотност, комуникация, сътрудничество, творчество, критично мислене и решаване на проблеми (van Laar et al., 2017)⁶¹. Като съпоставим Европейската рамка за дигитална грамотност (DigComp), Рамката за медийна и информационна грамотност на ЮНЕСКО (MIL) и Рамката за медийна грамотност на Европейската асоциация за интересите на зрителя (EAVI) откриваме, че има голяма степен на припокриване между тях, като следните области на компетентност: информационна грамотност, комуникация, сътрудничество, създаване на съдържание и решаване на проблеми са всъщност общи за дигиталната и медийната грамотност.⁶²

Именно взаимното допълване и надграждане на тези основни области на компетентност стои в основата на едно обединяващо понятие за „дигитално-медийна грамотност“. Медийният аспект на понятието акцентира върху масовите средства за информация и комуникация, чрез които компетентностите могат да се проявяват. Дигиталният контекст е подходящ, тъй като информационните и комуникационни технологии и интернет вече са основно средство за информиране и комуникация между младите хора и са неделима част от парадигмата за образование на 21-ви век.⁶³ И така, с медийен акцент и в дигитален контекст, критичният анализ и оценката на информацията, конструктивното взаимодействие с околните, себеизразяването чрез създаване на съдържание, решаването на проблеми и взаимовръзката между тези процеси представляват понятието дигитално-медийна грамотност, което настоящата методика предлага като ефективен инструмент за противодействие на дезинформацията и поляризацията в модерните общества.

Европейската рамка за дигитална грамотност (DigComp) бе избрана за целите на тази методика поради следните критерии:

- Тя представлява официален европейски документ, който е вече достатъчно интегриран и в българските учебни стандарти и програми.
- Рамката съдържа изчерпателен списък с области на компетентност, които са до голяма степен съпоставими и с медийните области на компетентност, посочени в други международни референтни рамки⁶⁴ и затова може да бъде ползвана и за дигитално-медийна грамотност.

Таблицата по-долу представя петте компетентностни области и съответните конкретни умения. Тази методика ще се фокусира най-вече върху информационната грамотност (когнитивен аспект) и областта на комуникативните умения (свързани със сферата на емоционалната интелигентност), тъй като предпоставката ни е, че тъкмо комбинацията между критично мислене и емоционална интелигентност може да бъде ефективна

61. van Laar et al., 2017

62. Livingstone, Sonia. Burton, Patric. Cabello, Patricio. Helsper, Ellen. Kanchev, Petar. Kardefeldt-Winther Daniel. Petrovic, Jelena. Stoilova, Mariya. Ssu-Han Yu. „Media and information literacy among children on three continents: insights into the measurement and mediation of well-being“ in Media and information literacy in critical times: Re-imagining learning and information environment, Barcelona 2020.

63. Scott, 2015; van Laar et al., 2017.

64. Livingstone et al., 2017

превенция на разпространението на радикални и нетолерантни нагласи, посредством дезинформация и медийни манипулации, широко разпространявани днес чрез социалните мрежи. Тъй като петте основни компетентности са взаимосвързани, предлаганата тук методика, развива също творческите умения на децата (създаване на съдържание), уменията за решаване на проблеми и тези, свързани с безопасност в онлайн средата.

Компетентности от рамката DigComp⁶⁵

Компетентност	Когнитивни умения
Информационна грамотност	<ul style="list-style-type: none"> • Търсене и подбор на информация • Анализ и оценка на информацията • Управление на информацията
Комуникация и сътрудничество	<ul style="list-style-type: none"> • Взаимодействие с други хора чрез дигитални технологии • Споделяне чрез/в дигитални технологии • Гражданско участие чрез дигитални технологии • Сътрудничество чрез дигитални технологии • Нетикет • Управление на дигитална идентичност
Създаване на съдържание	<ul style="list-style-type: none"> • Себеизразяване чрез създаване на съдържание • Отговорно създаване на съдържание • Етичен синтез и подобряване на чуждо и собствено съдържание
Безопасност	<ul style="list-style-type: none"> • Предпазване на устройства • Лични данни и поверителност • Грижа за здравето и благосъстоянието • Предпазване на околната среда
Решаване на проблеми	<ul style="list-style-type: none"> • Решаване на технически проблеми • Идентифициране на нужди и подбор на технологични решения • Иновативно използване на дигитални технологии • Идентифициране на пропуски в дигиталната компетентност

ПРИНЦИПИ И МЕТОДИ

Принципите на предлаганата тук методика са избрани, защото помагат на учениците да усвоят по-лесно и по-трайно необходимите умения и нагласи, свързани с критична оценка на информация в онлайн среда (и извън нея) и позитивно и толерантно поведение в нея (и извън нея). Често към тези принципи се реферира като към принципи на „неформалното образование“, но много учители успешно ги ползват и в работата си по задължителната учебна програма.

65. Carretero et al., 2017

Принцип на автономност

На всяка стъпка от обучението, а и на следващите етапи от програмата, е добре учениците да имат пълното усещане, че участието им е доброволно и значимо. Всеки от тях има право да откаже включване и да получи възможност за себеизразяване по време на всеки един от модулите. Техните решения, мнения и предложения са значими и допринасят за уникалното протичане на всяко обучение и за формирането на физическата среда около тях.

Насоки за прилагане на този принцип:

- **Включвайте учениците при въвеждането на правилата на групата.**
- **Включвайте в дискусиите само желаещи** и винаги приоритизирайте децата, които са имали най-малко възможност за изява.
- **Опитвайте се да запомните казаното от децата** (особено ако демонстрират знания или дават смислени предложения) и го използвайте по-нататък в обучението.
- **Извличайте знанията от децата чрез насочващи въпроси** (напр. вместо директно да обясните нещо, питайте учениците си, така че да ги насочите към отговора).
- **Окачвайте продуктите на децата** от различните дейности по стените на стаята по време на обучението.

Принцип на учене чрез преживяване

В рамките на обучението учениците прилагат досегашните си знания и опит по време на модулите, рефлектират върху преживяването си и прилагат наученото в последващите модули на обучението. Този процес става възможен вследствие на **създаването на подкрепяща образователна среда, използването на интерактивни методи и адаптирането към груповата динамика** от страна на учителите.

Насоки за поддържане на подкрепяща среда:

- Би било добре **столовете в стаята да са разположени в полукръг**, с лице към учителите, без да има празни места между децата и каквото и да било пред тях.
- **Подхождайте с уважение** и не се притеснявайте да се извините, ако не съзнателно проявите неуважение.
- **Поощрявайте** редовно.
- **Уважавайте изразяването на лично мнение.** Дори то да не е вярно, потърсете мнение от другите деца, преди да го опровергавате. Вие.
- **Зачитайте емоциите на децата** и ги питайте как се чувстват по време на почивките, особено ако забележите проява на негативни емоции от тяхна страна.

- **Спазвайте самооблагане и добрия тон.**

Адаптиране към груповата динамика:

- **При неспазване на правилата спокойно реферирайте към тях**, като напомните на децата, че те сами са ги създали.
- Ако групата продължава да не спазва конкретно правило, питайте ги: „Искате ли да премахнем това правило от списъка?“ По този начин ще предизвикате дискусия с тях, чрез която те ще рефлектират върху поведението си и е възможно да го променят.
- Някои групи са свръх енергични и колкото и да рефлектират, трудно променят поведението си. В такъв случай, **особено полезни са енерджайзъри**, които изразходват част от излишната енергия, но и помагат за фокусиране на вниманието.
- Други групи пък са твърде тихи и плахи. В такива случаи са полезни енерджайзъри, които са ефективни за отключване естествената изкривост и смелост на децата.
- **Идентифицирайте лидерите на групата и ги спечелете** – това е най-бързият начин да овладеете трудна група. Например, ако едно от децата често ви провокира и това се харесва на групата, поздравете го за остроумието и по-късно му предложете лидерска роля (напр. да раздава материали преди дейностите, да трие гъската, да подрежда столовете и прочие).

Принцип на учене чрез съпреживяване

Учителите съпреживяват с децата и се учат заедно с тях. Вместо сухо да предават знания, те дирижират и участват в поредица от игри, забавления и предизвикателства с децата. Те затварят кръга на групата, задават тона и границите на съпреживяването и се впускат в общото приключение с ентусиазъм.

Насоки за прилагане на този принцип:

- **Учителите не възприемат ролята си като авторитети по погръзбиране**, прибегвайки към принудителни методи, спазвайки твърде много дистанция, или залагайки твърде много на външна мотивация. Авторитетът се печели чрез създаване на чувство на доверие у децата, което зависи от Вашето умение да разкриете човешкото и детското у вас и да покажете, че разбирате интересите и нуждите им. Заложете на естествената си емпатия за това.
- **Учителите не възприемат ролята си и като приятели на децата.** Цел на първо място е да им помогнат да развият уменията си, а игрите и забавленията са средство за това. Например, когато децата много харесат някоя от дейностите и искат да я направят отново и отново, редно е да

им напомните с усмивка, че програмата трябва да продължи и преминете нататък. Ако започнете следващата дейност със същия ентузиазъм, възраженията ще стихнат.

- **Използвайте правилата на групата за обозначаване на ясни граници и предлагайте създаването на нови правила при нужда.** Децата създават правилата, но от Вас зависи да водите процеса, да ги прилагате и да ги обновявате. Например, ако групата не се е сетила за правилото „идваме навреме“ и закъснеят след някоя от почивките, напомнете им в колко часа е трябвало да започнете и ги питайте „Според вас трябва ли да създадем ново правило? Как бихте го формулирали?“
- **Винаги следете позицията си в пространството,** така че не загърбвате никого.
- **Забавлявайте се заедно с децата искрено по време на дейностите** – няма по-сигурен начин да спечелите групата, а и да обогатите собственото си преживяване.
- **Не се притеснявайте да си признаете, ако не знаете нещо.** Използвайте подобни случаи като възможност групата да се учи заедно.
- **Питайте децата от какво се интересуват, какво искат да учат, какви са хобитата им** и т.н. и използвайте наученото по време на обучението за правене на аналогии, мотивация и насочване на децата към най-подходящите за тях роли по време на груповите дейности (напр. ако разберете, че някой ходи на уроци по рисуване, логично е той/тя да оформя плакат, да рисува комикс и т.н.).

Методи

Предлаганите тук методи са свързани с описаните по-горе принципи и са избрани, за да улеснят процеса на развиване на уменията, правейки го максимално ефективен и в същото време приятен за учениците. Както към изложените по-горе принципи, към тези методи също често се реферира като към подходи на „неформалното образование“, но много учители ги прилагат успешно в рамките на часовете си по задължителната учебна програма.

Интерактивни дейности. Предложените тук урочни модули съдържат дейности, в които учениците са активни участници, а не просто пасивни приемници на информация и взаимодействат помежду си.

Игровизация. В предложената методика се залага на учене чрез игри и игровизирани обучителни дейности.

Работа по групи. Методиката залага много на работа по групи, защото тя спомага за развиването на екипни умения, които са сред заложените в нея умения, включени и в рамката за дигитално-медийна грамотност и също така кореспондират с търсената тук нагласа на толерантност и сътрудничество с другия, въпреки различията му.

„Извличане“ на отговорите с насочващи въпроси („Сократов метод“). Този метод се прилага широко в предлаганата тук методика, тъй като подтиква учениците да разсъждават върху отговорите, вместо да им ги дава наготово, което не би гарантирало осмислянето им.

Енерджайзъри - зареждащи с енергия упражнения. Такива упражнения са включени в предлаганите тук урочни планове, но в отделно приложение се дават и други примери за енерджайзъри, които учителите биха могли да ползват по свое усмотрение.

ПЛАНОВЕ ЗА ОБУЧИТЕЛНИ МОДУЛИ

План на урок по темата „Фалшиви новини“ (възрастова група 12-14 г.)

Цел: Учениците различават вярна и невярна информация в интернет. Идентифицират признаците на фалшивите новини.

Материали: бяла дъска/флипчарт лист, маркери, по 2 разпечатки на Новина 1 и Новина 2 (използвани в урока).

Подготовка на стаята: Подрежете столовете в кръг.

Въвеждаща дейност Време: 5 минути	
Учител	Ученици
Рисува върху флипчарт син кит по разпространения в интернет модел и пита какво е това. Когато получи отговора, пита от къде знаем за играта. След това пита децата какво мислят за тази новина. Моли с вдигане на ръка да покажат кои смятат, че историята със самоубийствената игра онлайн е вярна и кои не.	Доброволец отговаря. <ul style="list-style-type: none">Сред очакваните отговори на втория въпрос е „от медиите“ (може и изреждане на конкретни видове медии – телевизия, радио, вестници и интернет сайтове).По един привърженик на всеки от двата отговора да се аргументира.

Основна дейност: Работа по групи
Време: 30 минути

Учител	Ученици
<p>„Добре, да отворим две новини по темата – една, която твърди, че е истина и една, която по-скоро не.“</p> <p>Показва двата отворени сайта (единия BTV, другия Blitz, отразяващи играта „Син кит“).</p> <p>Озаглавява празен лист от флипчарта „Признаци на фалшиви новини“.</p> <p>Започва дискусия за сравнение между двата сайта със следните насочващи въпроси: Коя от двете медии е по-надеждна според вас? Защо? Според вас, кое от двете заглавия поражда по-силни емоции? Защо му е на автора да поражда емоции, когато предава новина? Кое от двете заглавия ви звучи по-достоверно? Колко деца пише, че са се самоубили? Какви доказателства са представени? Кои трябва да потвърди за самоубийствата? Какви са мотивите на сайтовете да пускат фалшиви новини с грандиозни заглавия?</p> <p>Търси „Син кит“ по изображение в Google и се вижда, че една и съща снимка на нарязана ръка се показва навсякъде. „А как може да се фалшифицира снимка?“</p> <p>Отново пита групата кой мисли, че играта е истинска и кой – не. Пак с вдигане на ръка.</p> <p>Докато извлича признаците за разпознаване на фалшиви новини (критериите за оценка на достоверността на информация) ги записва на флипчарт лист.</p>	<p>Участват в дискусията.</p> <p>Резултати от дискусията: участниците стигат до заключението, че играта „Син кит“ е всъщност фалшива новина и извеждат следните признаци на фалшиви новини:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Заглавието поражда силни емоции. • Няма потвърждение от официален източник. • Новината не се показва в сериозни и международни медии. • Използват се едни и същи снимки навсякъде, които лесно се фалшифицират. <p>Добавят „фалшиви новини“ към списъка с важните теми на стената.</p>

Заключителна дейност: Дискусия
Време: 5 минути

Учител	Ученици
<p>Скрива временно флипчарт листа с изписаните начини за разпознаване на фалшиви новини и приканва учениците към обобщение на урока като изредят тези признаци.</p>	<p>Участват в дискусията и чрез помощта на въпросите на водещия извеждат стратегии за разпознаване на фалшиви новини и кликбейт сайтове:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Сравняваме информацията с поне още 2 източника. • Проверяваме кой е авторът на статията. • Проверяваме датата на публикацията. • Търсим потвърждение от експерт в областта. • Отнасяме се критично към информацията в интернет.

План на урок по темата „Фалшиви новини“ (възрастова група 15-17 г.)

Цел: Учениците различават вярна и невярна информация в интернет. Идентифицират признаците на фалшивите новини.

Материали: бяла дъска/флипчарт лист, маркери, по 2 разпечатки на Новина 1 и Новина 2 (използвани в урока).

Подготовка на стаята: Подредете столовете в кръг.

Въвеждаща дейност Време: 5 минути	
Учител	Ученици
<p>Водещият обяснява, че предстои да играят игра, която се нарича „Две истини и една лъжа“. За целта няколко доброволци си намислят по 3 факта за тях – два са истина, а един е лъжа (напр. „Имам по-голяма сестра“, „Любимата ми храна е пица“, „Не мога да плувам“). След като участникът сподели трите факта за себе си, другите трябва да познаят кой от тях е лъжа, без да задават въпроси.</p> <p>Водещият обобщава, че понякога дадена информация може да изглежда като истина, но всъщност да е лъжа – важно е да познаваме много добре човека (източника на информация), за да можем да преценим дали ни лъже, или не.</p>	<p>Участват в играта.</p>
Основна дейност: Работа по групи Време: 30 минути	
Учител	Ученици
<p>Учителят обяснява, че темата на гнешния час са фалшивите новини и стартира кратка дискусия: „Избройте няколко начина, по които информацията достига до нас!“, „Кой е най-бързият и удобен начин, за да получим някаква информация?“, „Вярно ли е всичко, което се публикува в интернет?“, „Вие самите сблъскали ли сте се с фалшиви новини?“ (2 мин.)</p> <p>Водещият казва, че сега класът ще се раздели на 4 групи, като 2 от групите ще работят с една новина, а другите две – с друга. Водещият разделя класа на 4 групи и на две от тях дава по една разпечатка на Медиен материал 1, а на другите две групи – по една разпечатка на Медиен материал 2. Всяка група трябва да прочете новината, която има, и да определи дали съдържа достоверна или фалшива информация. Всяка група трябва да изведе поне 3 признака, за да се обоснове. (12 мин.)</p>	<p>Участват в дискусията.</p> <p>Примерни отговори:</p> <p>„Чрез телевизия, радио, вестници, интернет. Най-бързо и удобно е да потърсим нещо в интернет. Не всичко, което е онлайн, е вярна информация.“</p> <p>Групите обсъждат зададените материали и избират говорител, който да представи резултатите от обсъждането пред класа.</p>

След като групите са готови с обсъждането, **водещият започва дискусия с една от групите, чели Материал 1.** Представителят на групата прочита новината и споделя дали според групата тя съдържа достоверна информация или е фалшива новина, както и по какви критерии членовете на групата са стигнали до своето заключение. После учителят дава думата на другата група, работила по същия материал, които могат да допълнят или дадат **други аргументи, ако имат такива.**

Примерни насочващи въпроси за дискусията:

Нека доброволец да прочете новината. Как се почувствахте, докато четяхте новината? Чували ли сте за някои от нещата, написани в статията? Каква според вас е тази новина - истинска или фалшива? Какви са вашите аргументи за това? Какво ви прави впечатление в заглавието? Статията има ли автор? Защо е важно всяка информация да има автор? Има ли споменати официални източници в текста? Кои източници могат да бъдат официални? Каква е целта на този текст в крайна сметка? Нека обобщим признаците на фалшивата новина!

След това водещият се обръща към другите **две групи, работили по Материал 2** и на същия принцип регулива въпросите към тях.

Примерни въпроси: Нека един доброволец да прочете новината. Има ли съвпадение между информацията в двете новини (въпрос към всички)? Кое съпада и кое е различното? Каква е според вас тази новина – истинска или фалшива? Какви са вашите аргументи за това? С какво заглавието е по-различно? Статията има ли автор? В нея споменават ли се официални източници? Какви? Каква е целта на този текст? Нека обобщим признаците на истинската новина! (16 мин.)

Участват в дискусията към новина 1 от медиен материал 1. Примерни отговори:

„Тази новина е фалшива.“

„Целта на заглавието е да привлече вниманието/да уплаши хората... То не показва ясно за какво ще се говори в новината.“

„Статията няма автор, за да не поеме никой отговорност за написаното, защото текстът може да е копиран от друго място...“

„В текста не се споменават официални източници. Примери за официални източници са полицията, болници, доказани организации...“

„Този текст цели да предизвика повече емоции, отколкото да предаде вярна и обективна информация.“

Участват в дискусията към новина 2 от медиен материал 2. Примерни отговори:

„Тази новина е истинска.“

„Заглавието показва за какво ще се говори в текста – то е обективно и не предизвиква толкова силни емоции, а по-скоро кара читателя да се замисли.“

„Статията има автор, като също са посочени неговата организация и данни за контакт.“

„В статията са посочени два официални източника – например, CNN и Националният център за безопасен интернет. Това прави информацията по-достоверна.“

„Целта на новината е да информира и да накара читателя да се замисли.“

Заключителна дейност: Дискусия
Време: 5 минути

Учител	Ученици
<p>Учителят казва, че има няколко начина, по които можем да разпознаем дали една новина е истинска, или фалшива, както и кликбейт сайтовете. Стартира кратка дискусия, чрез която да изведе стратегиите:</p> <p>След като знаем признаците на една фалшива и една истинска новина, какво първо можем да направим, ако се съмняваме в истинността на една новина? Можем ли да проверим други източници? Какви? Как можем да проверим кой е авторът на статията? Ако няма такъв, това какво значи? Ако се чудим дали новината е истинска, или не, кого можем да попитаме?</p>	<p>Участват в дискусията и с помощта на въпросите на водещия извеждат стратегии за разпознаване на фалшиви новини и кликбейт сайтове:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Сравняваме информацията с поне още 2 източника. • Проверяваме кой е авторът на статията. • Проверяваме датата на публикацията. • Търсим потвърждение от експерт в областта. • Отнасяме се критично към информацията в интернет.

По желание учителят може да даде на учениците задача за въкъщи: да потърсят други примери в интернет за фалшиви новини и използвайки критериите, научени в урока, да се обосноват защо според тях съответната новина е фалшива.

План на урок по темата „Онлайн тормоз – дискриминационно поведение онлайн“ (възрастова група 12-14 г.)

Цел: Формулират стратегии за справяне с онлайн тормоз на база на етническа принадлежност. Развиват умения за работа в екип.

Материали: маркери, бяла дъска/флипчарт лист, 5 принтирани казуса

Подготовка на стаята: Подрежете столовете в кръг.

Въвеждаща дейност Време: 7 минути	
Учител	Ученици
<p>Учителят начертава вен диаграма (две пресечени окръжности) на дъската и пише в лявата „тормоз в училище“, а в дясната – „онлайн тормоз“.</p> <p>Пита децата дали се сещат каква е идеята на тази диаграма.</p> <p>Помолва ги да изредят характеристики на тормоза в училище и онлайн тормоза.</p>	<p>Очакван отговор: в единия кръг пишем какво е характерно за тормоза в училище, в другия – за онлайн тормоза, а по средата – което е и за двете.</p> <p>Очакван отговор за онлайн тормоз: „Характеристиките на онлайн тормоза са: случва се в интернет, продължава 24 часа и е видим от много хора.“</p>
Основна дейност: Работа по казус Време: 23 минути	
Учител	Ученици
<p>Учителят разделя класа на 5 групи на произволен принцип. На всяка група раздава принтирания казус и обяснява, че на листа е написана историята на една жертва на онлайн тормоз. Задачата на всяка група е да прочете казуса и да отговори на въпросите след него.</p> <p>Докато учениците работят, учителят може да се разхожда из стаята, да следи как работят групите и да им дава насоки, ако имат нужда. (15 мин.)</p> <p>Обсъждане на груповата работа:</p> <p>След като изтекат 15-те минути, учителят приканва първата група да каже как е отговорила на първия въпрос. След това пита дали другите групи има какво да добавят, докато се достигне до пълния отговор на въпроса.</p>	<p>Сядат по групи и в рамките на 15 минути работят върху казуса.</p> <p>Групите се редуват да отговарят на въпросите и да се допълват.</p> <p>Примерни отговори:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Това е ситуация на онлайн тормоз, защото е създадена обидна страница във Фейсбук, която се посещава от много хора и в нея може да се влезе по всяко време. • Извършители на онлайн тормоза са Иван и неговите приятели/само Иван/ само приятелите на Иван/хората, които посещават групата.

Насочващи въпроси за дискусията:

„Можете ли да посочите основните характеристики на онлайн тормоза?

Кои са те в този случай?

Ясни ли са ролите в тази ситуация?

Кой носи по-голяма вина – Иван или момчетата, които коментират на страницата?

Как се чувства Асен?

Възможно ли е тормозът да ни разболеет?

Ако вие сте съученици на Асен, какво бихте направили, за да се почувства той по-добре?“

(15 минути)

Ключови моменти от дискусията:

- Ясно се извеждат трите роли при онлайн тормоза: жертва, извършител/и и свидетели.
- Обръща се внимание на това как се чувства жертвата и какви могат да са последиците от онлайн тормоза (вкл. и физически симптоми).
- Подчертава се, че пасивните наблюдатели могат да имат голяма роля, ако бъдат ангажирани в това да докладват и да помогнат за спирането на тормоза.
- Насърчава се критичното мислене към медийните публикации (връзка с предната тема) и се отхвърлят генерализациите за хората.
- Ясно се извеждат конкретните стъпки, които могат да бъдат предприети в ситуация на онлайн тормоз.

- Жертвата на онлайн тормоза е Асен.
- Жертвата е шокирана, обидена, натъжена, стресирана, засрамена...
- Другите участници са хората, които са харесали страницата и които я посещават – те са пасивни свидетели на това, което се случва.
- Асен може да помоли съучениците си да изтрият страницата и да спрат да качват негови снимки. Може да сподели с родителите си или с учител. Асен може да подаде сигнал на Консултативната линия за онлайн безопасност (www.safenet.bg; тел. 124 123) и да докладва във фейсбук.
- Бихме посъветвали групите участници да докладват страницата във фейсбук, за да може тя да бъде свалена.
- Иван се е настроил срещу Асен заради статията, която е прочел в интернет.
- Може да се обясни на Иван, че това, че някой ром прави нещо лошо, не означава, че всички роми го правят. Всички познават Асен от месеци и никога не е правил проблеми.

Стратегии за справяне, до които учениците могат да достигнат:

- Винаги можем първо да помолим извършителите да спрат
- **Можем да подадем сигнал на Консултативната линия към Националния център за безопасен интернет (www.safenet.bg; тел. 124 123).**
- Можем да споделим на възрастен, на когото имаме доверие – по-голям брат/сестра, родител, учител.
- Можем да докладваме съдържанието в самия сайт.
- Можем да помолим приятели и пасивните свидетели също да докладват неприемливото съдържание.

Заклучителна дейност: Дискусия
Време: 5 минути

Учител

Ученици

Учителят обобщава часа, като задава въпроси на учениците: „Какво правихме през този час? Какво беше полезно/ценно за вас? Какво можете да направите в ситуация на онлайн тормоз? Към кого ще се обърнете?“

Споделят своите наблюдения за това как е протекъл часът и отговарят на въпросите на учителя.

План на урок по темата „Онлайн тормоз – дискриминационно поведение онлайн“ (възрастова група 15-17 г.)

Цел: Формулират стратегии за справяне с онлайн тормоз на база на етническа принадлежност. Развиват умения за работа в екип.

Материали: маркери, бяла гъска/флипчарт лист, 5 принтирани казуса

Подготовка на стаята: Подрежете столовете в кръг.

Въвеждаща дейност: Игра**Време: 7 минути**

Учител	Ученици
<p>Учителят моли учениците да споделят кое е любимото им приложение, сайт или дейност в интернет, като започва от себе си. Обобщава играта, като казва, че интернет предоставя много възможности за свързване с околните, за забавление и споделяне, но че крие и определени рискове. Пита ги какви са характеристиките на онлайн тормоза и какво го различава от другите видове тормоз, напр. тормоза в училище (включително като брой свидетели и продължителност).</p> <p>Пита учениците дали са чували или са ставали свидетели на примери за онлайн тормоз като изрично помолва да не споменават конкретни имена на участниците в ситуацията. Обяснява, че през този час ще поговорят повече за онлайн тормоза, като ще имат възможност да работят върху конкретен казус.</p>	<p>Учениците се редуват да споделят за това какво обичат да правят в интернет, както и кои сайтове и приложения обичат да посещават.</p> <p>Очакван отговор за характеристиките на онлайн тормоза:</p> <ul style="list-style-type: none"> • случва се в интернет, • продължава 24 часа, • видим е от много хора. <p>Споделят примери за онлайн тормоз, за които са чували или на които са били свидетели.</p>

Основна дейност: Работа по казус**Време: 30 минути**

Учител	Ученици
<p>Учителят разделя класа на 4 групи на произволен принцип. На всяка група раздава принтирания казус и обяснява, че той съдържа историята на потърпевши от онлайн тормоз. Задачата на всяка група е да прочете казуса и да отговори на въпросите след това. Докато учениците работят, учителят може да се разхожда из стаята, да следи как работят групите и да им дава насоки, ако имат нужда. (15 мин.)</p> <p>Резултати от груповата работа:</p> <p>След като изтекат 15-те минути, водещият приканва първата група да каже как е отговорила на първия въпрос. След това пита дали другите групи има какво да добавят, докато се достигне до пълния отговор на въпроса.</p> <p>Насочващи въпроси за дискусията:</p> <p>Можете ли да посочите основните характеристики на онлайн тормоза в този случай?</p> <p>Кое е специфичното за него спрямо други случаи на онлайн тормоз?</p> <p>Кой в каква роля е в тази ситуация от участниците в нея?</p> <p>Каква е причината Иван да постъпи така? Има ли право на подобно отношение и ако не, в какво бърка?</p> <p>Как се чувства Асен? Какви последици може да има за него?</p>	<p>Сядат по групи и работят върху казуса в рамките на 15 минути.</p> <p>Групите се редуват да отговарят на въпросите и да се допълват.</p> <p>Примерни отговори:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Това е ситуация на онлайн тормоз, защото е създадена обидна страница във Фейсбук, която се посещава от много хора и в нея може да се влезе по всяко време. • Извършители на онлайн тормоза са Иван и неговите приятели/само Иван/само приятелите на Иван/ хората, които посещават групата. • Жертвата на онлайн тормоза е Асен. • Жертвата е шокирана, обидена, натъжена, стресирана, засрамена... • Другите участници са хората, които са харесали страницата и които я посещават – те са пасивни свидетели на това, което се случва.

Ако вие сте съученици на Асен, какво бихте направили, за да се почувства той по-добре? Какво бихте посъветвали страничните наблюдатели на случващото се? Чували ли сте за „социално блокиране, знаете ли какво значи това? (15 мин.)

Ключови моменти от дискусията:

- Ясно се извеждат трите роли при онлайн тормоза: жертва, извършител/и и свидетели.
- Обръща се внимание на това как се чувства жертвата и какви могат да са последиците от онлайн тормоза (вкл. и физически симптоми).
- Подчертава се, че пасивните наблюдатели могат да имат голяма роля, ако бъдат ангажирани в това да докладват и да помогнат за спирането на тормоза.
- Насърчава се критичното мислене към медийните публикации (връзка с предната тема) и се отхвърлят генерализациите за хората.
- Ясно се извеждат конкретните стъпки, които могат да бъдат предприети в ситуация на онлайн тормоз.

- Асен може да помоли съучениците си да изтрият страницата и да спрат да качват негови снимки. Може да сподели с родителите си или с учител. Асен може да подаде сигнал на Консултативната линия за онлайн безопасност (www.safenet.bg; тел. 124 123) и да докладва във фейсбук.
- Бихме посъветвали другите участници да докладват страницата във Facebook, за да може тя да бъде свалена. Това е т. нар. „социално блокиране“ – колкото повече хора докладват, толкова по-вероятно е едно вредно или незаконно съдържание да бъде премахнато.

Стратегии за справяне, до които учениците могат да достигнат:

- Винаги можем първо да помолим извършителите да спрат.
- **Можем да подадем сигнал на Консултативната линия към Националния център за безопасен интернет (www.safenet.bg; тел. 124 123).**
- Можем да споделим на възрастен, на когото имаме доверие – по-голям брат/сестра, родител, учител.
- Можем да докладваме съдържанието в самия сайт.
- Можем да помолим приятели и пасивните свидетели също да докладват неприемливото съдържание.

Заключителна дейност: Обобщение на часа

Време: 5 минути

Учител	Ученици
<p>Учителят обобщава часа, като задава въпроси на учениците: как може да се реагира в подобни ситуации, как биха могли да се предотвратят?</p>	<p>Отговарят на въпросите на учителя.</p>

Казус към Онлайн тормоз

Иван е прочел в статия, споделена от негов приятел в интернет, че ромите обират бабите във врачанските села и така си създава лошо мнение за тях без да познава нито един ром. Един ден в класа му идва момче на име Асен, което е от ромски произход. Някои от момчетата се сприятеляват с него, но Иван стои настрана и месеци наред повтаря на приятелите си да внимават с новото момче, въпреки че никои през това време не е имал проблеми с него. Накрая създава страница, с обидно заглавие срещу ромите, в която качва снимки на Асен с подигравателни коментари. Приятелите на Асен и други момчета от класа и от училището виждат страницата, но си замълчават. Някои от съучениците им обаче също започват да пишат обидни и подигравателни коментари срещу Асен, включват се и хора, които изобщо не го познават. Асен разбира за страницата и започва да не ходи на училище.

- Това ситуация на онлайн тормоз ли е? Защо/Защо не? (припомнете си характеристиките на онлайн тормоза)
- Кой / кои са извършителите на онлайн тормоза?
- Кой е жертвата на онлайн тормоза?
- Как мислите се е почувствала жертвата?
- Освен извършителят и жертвата, има ли други участници в онлайн тормоза? Кои са те и как бихте определили тяхната роля?
- Какъв съвет бихте дали на Асен в тази ситуация? Към кого бихте го насочили да се обърне?
- Какво бихте посъветвали другите участници?
- Каква е причината Иван да се настрои срещу Асен?
- Можем ли да кажем нещо на Иван и на другите момчета, които пишат коментари, което да ги убеди да спрат? Ако да, какво е то?

РАЗВИВАНЕ НА НАГЛАСИ ЗА ТОЛЕРАНТНОСТ

Толерантност

След като учениците са преминали през уроци за развиване на умения за общуване и емоционална интелигентност, които да им дадат инструментите за комуникация с другия, независимо от неговия пол, раса, етнос, както и през темата за разпознаване на фалшиви новини и медийни манипулации, които са основни способности за разпространяване и затвърждаване на негативни стереотипи, остава да преминат и през още един важен компонент, който е решаващ за формиране на толерантно отношение към различните. **Това е опознаването на различните.** Най-често негативното и враждебно отношение към другия идва до голяма степен от непознаването му.

По отношение на стереотипите и дискриминационното отношение важи същото. Обикновено става дума за слабо познаване на общността, към която насочена омразата, за поглед към нея само през негативни стереотипи без знание за позитивните ѝ характеристики, така отсъства всякакво чувство за приобщеност към нея. Тази негативно възприемана група се оприличава като нещо чуждо и непонятно, сиреч като заплаха. На нейните представители се гледа като на едни деперсонализирани „аватари“ на тази безлична заплаха. Затова познанието на другите общности и осъзнаването на близкото и общото помежду ни е важен елемент от формиране на толерантна нагласа.

В този урок това се съчетава и с развиване на умения за намиране и подбор на вече позитивна и достоверна информация онлайн, а не само на разпознаване на фалшивата информация и манипулацията.

План на урок по темата „Толерантност“ (възрастова група 12-14 г.)

Цел: Подбиране на информация за различни етнически групи и развиване на нагласа за любознателно и позитивно отношение, ценене на многообразието, при съзнание за общото между хората

Материали: Разноцветни маркери, флипчарт листа, интернет връзка или компютърна зала.

Подготовка на стаята: Подрежете столовете в кръг.

Въвеждаща дейност Време: 5 минути	
Учител	Ученици
<p>Въвеждаща игра (2 мин.)</p> <p>Предлага на децата да застанат в кръг. Дава инструкции за играта и дава сигнал за начало.</p> <p>Дава инструкция за втора стъпка – всяко дете да брое наум от 1 до 10 и като стигне до 10 пляска с ръце.</p> <p>Задача въпрос: „Защо при броенето наум пляскането се случва по различен начин?“ Насочва децата към това, че всеки е различен и индивидуален и се развива с различна скорост.</p> <p>„Мозъчна атака“ (брейнсторминг) – 3 мин. Помолва децата да споделят какво според тях е „толерантност“ като дават примери от реални случаи.</p>	<p>Всички деца започват да броят от 1 до 10, като вместо да кажат „10“, пляснат с ръце.</p> <p>Броят наум до 10 и пляснат с ръце като стигнат до 10.</p> <p>Дават отговори на въпроса.</p> <p>Отговарят на въпроса и дават примери.</p>
Основна дейност Време: 30 минути	
Учител	Ученици
<p>Учителят моли децата да назоват празници и обичаи, които са им известни. Моли ги да опишат характерния начин на честването на даден празник в тяхното населено място.</p> <p>Разделя класа на пет групи. Всяка група получава по един от тези празници – Великден, Василца, Байрам, Арменска Коледа и Ханука. Всяка група има за задача да събере информация за празника от интернет като запомни/запише ключовите думи, с които търси и източниците на информация, които ползва. Получават и флипчарт, на който да рисуват и пишат.</p>	<p>Назовават празници и обичаи, които знаят. Описват как се празнуват някои от тях в тяхното населено място.</p> <p>По групи събират информация за празниците, които са получили.</p> <p>Всяка група представя информацията, която е събрала, на останалите, като споделя и какви ключови думи и какви източници на информация е ползвала.</p>
Заключителна дейност Време: 10 минути	
Учител	Ученици
<p>Приканва учениците към обобщение с въпроса по какво си приличат и по какво се различават празниците и обичаите на различните етнически общности в България. Насочва ги към разбирането, че различията дават многообразие, но при всички различия хората от тези общности имат много общи неща.</p>	<p>Отговарят, намирайки прилики и разлики между празниците и обичаите на различните етнически общности в България.</p>

План на урок по темата „Толерантност“ (възрастова група 15-17 г.)

Въвеждаща дейност Време: 5 минути	
Учител	Ученици
<p>Въвеждаща игра (2 мин.)</p> <p>Предлага на децата да застанат в кръг. Дава инструкции за играта и дава сигнал за начало.</p> <p>Дава инструкция за втора стъпка – всяко дете да брои наум от 1 до 10 и като стигне до 10 пляска с ръце.</p> <p>Задава въпрос: „Защо при броенето наум пляскането се случва по различен начин?“ Насочва децата към това, че всеки е различен и индивидуален и се развива с различна скорост.</p> <p>„Мозъчна атака“ (брейнсторминг) – 3 мин. Помолва децата да споделят какво според тях е „толерантност“ като дават примери от реални случаи.</p>	<p>Всички деца започват да броят от 1 до 10, като вместо да кажат „10“, пляска с ръце.</p> <p>Броят наум до 10 и пляска с ръце като стигнат до 10.</p> <p>Дават отговори на въпроса.</p> <p>Отговарят на въпроса и дават примери.</p>
Основна дейност Време: 30 минути	
Учител	Ученици
<p>Учителят моли децата да назоват празници и обичаи, които са им известни. Моли ги да опишат характерния начин на честването на даден празник в тяхното населено място.</p> <p>Разделя класа на четири групи. Всяка от групите има за задача да информира за празници от интернет (като посочи и източниците на информация, които ползва и обясни защо е подбрала тези източници), празнувани по характерен начин от две различни етнически общности и да ги сравни – кое е общото между тях, кое е различното. Първа група има за задача да сравни традиционното българско празнуване на Коледа с празника Василица, втора група, да го сравни с арменската Коледа, трета – с Ханука. Четвърта група – да сравни православния Великден с Байрам.</p> <p>Получават и флипчарт, на който да рисуват и пишат.</p> <p>Групова дискусия:</p> <p>Всяка група представя информацията, която е събрала, на останалите, като споделя и какви ключови думи и какви източници на информация е ползвала.</p>	<p>Назовават празници и обичаи, които знаят. Описват как се празнуват някои от тях в тяхното населено място.</p> <p>По групи събират информация за празниците, които са получили.</p> <p>Всяка група представя информацията, която е събрала, на останалите, като споделя и какви ключови думи и какви източници на информация е ползвала.</p>
Заклучителна дейност Време: 10 минути	
Учител	Ученици
<p>Приканва учениците към обобщение с въпроса по какво си приличат и по какво се различават празниците и обичаите на различните етнически общности в България.</p> <p>Насочва ги към разбирането, че различията дават многообразие, но при всички различия хората от тези общности имат много общи неща.</p>	<p>Отговарят, намирайки прилики и разлики между празниците и обичаите на различните етнически общности в България.</p>

ТЕМАТИЧНА РОДИТЕЛСКА СРЕЩА ПО ТЕМАТА „ФАЛШИВИ НОВИНИ“

Подготовка: Подредете столовете в стаята в полукръг, с отворената страна към дъската. Така родителите ще могат да се виждат един друг и да водят партньорски разговор помежду си и с учителя. Това повишава доверието и намалява съпротивите при обсъжданията.

Откриване: Учителят благодари на родителите за откликването на поканата и напомня целта на срещата, която вече е посочена в поканата: създаване на споделено разбиране за това как влияят фалшивите новини и медийните манипулации, разпространявани в интернет и особено в социалните мрежи и как родители и учители заедно могат да помогнат на децата да ги разпознават, за да не се влияят от тях.

След това запознава родителите как ще протече срещата: с разговор за това как може да се разпознават фалшиви новини и медийните манипулации, как те могат да повлияят негативно на децата и как дигитално-медийната грамотност помага на децата да се ориентират в информационната среда и да се предотврати това негативно влияние. Провежда се и разговор за ролята на възрастните в този процес.

Разговор за фалшивите новини и медийните манипулации: Учителят предлага на родителите да напишат върху лепящи листчета с различен цвят три признака за разпознаване на фалшиви новини и да изпишат срещу всеки дали според тях децата им прилагат този критерий за разпознаване. След това родителите залепват на дъската листчетата, които са анонимни, за да се чувстват спокойни да споделят. След като родителите се връщат по местата си, учителят прочита и обобщава кои са основните признаци за разпознаване на фалшиви новини според групата и доколко родителите смятат, че децата им ги познават и прилагат. Родителите допълват или поясняват написаното. Целта е да се насочи мисълта им към проблема с разпознаването на фалшивите новини и към това, доколко той засяга децата им. След това изписват предложения какво е нужно да се направи, за да се подготвят децата им да разпознават дезинформацията. Учителят прочита и тях и коментира предложенията им.

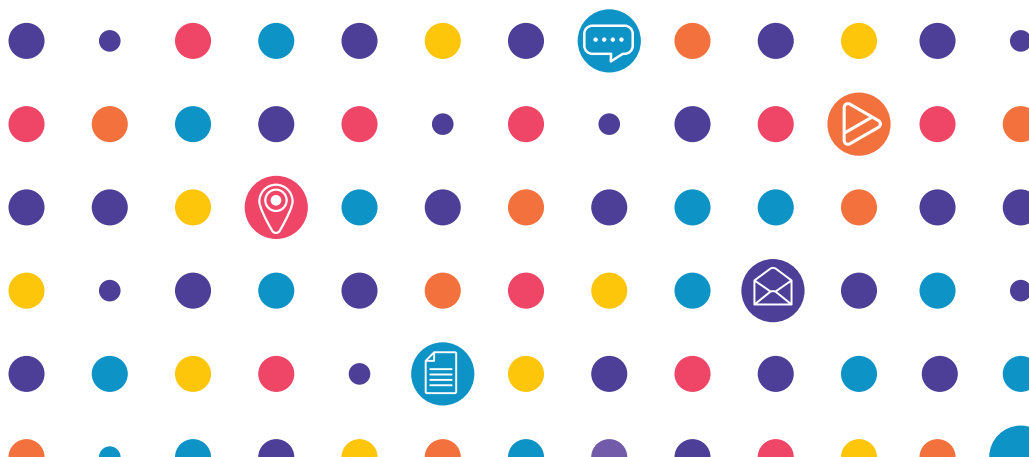
Дискусия: В тази дискусия е желателно учителят да разясни на родителите точно как могат да подкрепят неговите усилия за изграждане на дигитално-медийна грамотност у децата от класа.

Ключови теми, въпроси и предложения към родителите, например, могат да бъдат:

- Да поговорят с децата за това какво са научили в училище за дигитално-медийната грамотност;
- Как могат да разпознават фалшиви новини и медийни манипулации;

- Да се интересуват или да участват в изпълнението на домашни работи, свързани с оценка на информация в интернет и с използване на дигитални устройства;
- Да поговорят с децата си за насажданите от медиите стереотипи и прочие.

Закриване на срещата: Учителят благодари на родителите за полезното обсъждане и им представя следващите стъпки, които ще направи с класа за повишаване на дигитално-медийната грамотност, и какво би очаквал от родителите в негова подкрепа.



ДОБРИ ПРАКТИКИ НА ОТКРИТИ УРОЦИ В УЧИЛИЩЕ

След проведените обучения на учители от училища в цялата страна, в които те получиха знания и умения как да разпознават фалшивите новини и медийните дезинформации, за да могат да ги предадат на своите ученици, на основата на предложените ресурси в наръчника учителите проведоха сери от уроци. На някои от тях присъстваше и експерт от Фондация „Приложни изследвания и комуникации“, който оказваше методическа подкрепа. По-долу представяме два примера (от наблюденията на експерта) как учителите се справят с възложената им задача и как уроците се възприемат от учениците.

В 90 СУ „Ген. Хосе де Сан Мартин“ в София три учителки - Шеннур Неджмиева, учител по ИТ, Теменушка Георгиева, по предприемачество и Жана Вълчанова, начален учител, проведоха уроци на 17 май 2022 г. за разпознаването на фалшиви новини в общо шест класа (два шести, осми, девети, единадесети и дори във втори клас). Г-жа Неджмиева и г-жа Георгиева представиха госта различни уроци по темата за фалшивите новини, но и в двата случая комбинирайки (адаптирани) дейности, включени в урочните планове в наръчника за учители и свои творчески идеи. Г-жа Георгиева успешно приложи и дигиталните технологии за дейностите от урока. Учениците възприемаха с интерес материала, участваха активно в процеса и в края на часа определено бяха ентузиазирани да продължат да се ровят за нови данни.

Г-жа Георгиева е провела и тематична родителска среща по темата за дезинформацията с родители на деца от трети клас. Интересът на родителите определено е висок, защото темата се отнася пряко до благополучието на децата им. Г-жа Неджмиева приложи и някои от дейностите, обсъждани от групата учители по време на обучението. След първия урок експертът на фондацията даде обратна връзка свързана с времевата рамка на дейностите от урока. Получените съвети тя веднага интегрира в работата си със следващия клас, на който преподаде същия урок за фалшивите новини, като резултатът беше отличен.

Учителят по информационни технологии в **СУ „Цветан Рагославов“ в Свищов** Ивайло Петков, който също участва в обученията, в периода 14-17 март 2022 г. апробира урока за фалшивите новини с цели 131 ученика от осем различни класа (ученици от 4-ти, 6-ти, 7-ми, 8-ми и 10-ти клас). Той също е адаптирал урочни дейности от методиката и обучението, добавяйки творчески, свои елементи, продиктувани от неговата практика. Г-н Петков споделя, че уроците са предизвикали „изключителен интерес сред учениците“ и че „създава условия за развиване на умения за работа в екип, критично мислене, синтезиране и анализиране на информация; творчески умения, ангажиране на вниманието на учениците“. Той и неговите колеги от училището, ще продължат да провеждат уроци за разпознаване на фалшивите новини и противодействие на дезинформацията, защото виждат реална нужда от това.

С ПОГЛЕД НАПРЕД



Представените канали на фалшиви новини, антиромска дезинформация, митове и фактологията, която ги оборва и обяснява защо са се появили в публичното пространство, не изчерпват негативното говорене срещу ромските общности. Това е невъзможно дори поради факта, че такива се появяват и много бързо се разпространяват в съвременния свят на информационни технологии. Лесният достъп до информация ни дава възможност за бърз и ефективен достъп до нови знания. В същото време електронните медии и социалните мрежи ни заливат с неверни и фалшиви новини, които приемани безкритично и пречупвани през предразсъдъците, дават началото на митове, предизвикващи омраза.

Препоръки към подходите за изграждане на капацитет и за противопоставяне на антиромската враждебност в медиите и онлайн

1. Осигуряването на достъп до по-качествени източници на информация на представителите на ромските общности може да помогне на ромите да извоюват независимостта и самостоятелността си при консумирането на медийна информация. По този начин може да се подобри и информационната среда, която е достъпна за ромските общности. Сред възможните качествени източници на информация, които да се популяризират сред ромските общности са:

- „Етични медии“, които се ползват с добра репутация. Това включва качествена българска журналистика, налична в платформи като (Биволъ, Свободна Европа и Маргиналия), официални и правителствени интернет страници (като например уебсайтът на Министерство на здравеопазването, който редовно публикува актуална информация), както и интернет страниците на ромски НПО.
- Специално създадени „проромски безопасни пространства“ онлайн, които да разпространяват съдържание и информация от високо значение за ромските общности. Едно „проромско безопасно пространство“ би могло да бъде например Фейсбук страница за роми, където ромски лидери и активисти да си комуникират лесно с останалите членове на ромските общности. Там ромските активисти и лидери, които са по-информирани и по-активни граждани, могат да споделят знание и информация и така да служат като информатори на по-широката общност.
- Ромските медиатори, лидери и активисти сами по себе си са високо продуктивен канал за информиране сред ромските общности. Методът „от уста на уста“ може да спомогне за бързото и своевременно разпространение на важна и ползотворна информация, ако основните говорители в този процес са високо информираните ромски граждани.

2. Оспорването на базовите стереотипи за ромите в публичните дискурси и дебати може да подпомогне промяната в публичната представа за ромите и да промени предубежденията и предразсъдъците на етническото мнозинство. Базовите антиромски стереотипи, които трябва да бъдат преодолени, включват образа на ромите като престъпници, образа за ромската неграмотност, образа на ромите като варвари и не-хора, образа на ромите като социални паразити, които живеят на социални помощи. Тези стереотипи могат да бъдат оборвани публично онлайн (в секциите за коментари във Фейсбук и/или новинарски уебсайтове), както и в реална междуличностна комуникация (в разговори между хората) чрез:

- Споделяне на положителни истории за ромите. Това могат да бъдат реални примери за успешно реализирани и впечатляващи роми.
- Обосноваване с официални факти и знание. Това знание може да бъде базирано на статистики за заетостта в България, изводи от научни изследвания, позоваване на правна регулативна рамки и др.
- Споделяне на знание за постиженията и приноса на ромските общности към българското общество. Тук може да се споделят истории за спортни постижения, както и висоти в образованието и реализацията на роми в България или в чужбина.

3. Да се даде възможност на ромите да виждат повече „хора като себе си“ в популярните национални медии - това би могло да подобри публичното представителство на ромските общности и по този начин да поправи неблагоприятната връзка на медиите с ромските общности. Някои първоначални стъпки за осигуряването на репрезентация на ромите в българските медии биха могли да бъдат:

- Търсенето на сътрудничество от страна на медиите, които да увеличат репортажите си по теми, силно засягащи ромските общности. Сред тези теми са: разпределението на социалните помощи в България, налагането на образователен ценз, училищната сегрегация и др.
- Търсенето на застъпници сред журналисти, инфлуенсъри и интелектуалци. Те биха могли да допринесат за подобряването на медийната среда в България, като осигуряват достъп на представители на ромските общности до популярни медийни канали, като осъществяват журналистически разследвания на теми, близки до ромските общности и като допринасят за увеличаване на знанието на по-широката общественост във връзка с ромските общности и тяхната култура.

4. Запознаването на ромските общности с основните компоненти на антиромската медийна враждебност в България би могло да бъде основополагаща първа крачка за поощряването на критическото мислене на ромските общности по въпросите на медийната и информационната дезинформация.

Тези първоначални основи ще улеснят процеса по изграждането на медийна и дигитална грамотност сред членовете на ромските общности. Ромските общности биха могли да бъдат обучени за:

- Фалшивите новини и как да ги разпознават – Някои от най-ярките и лесни за идентифицирани черти на фалшивите новини са „крещящите заглавия“, простоват и лесен език на изразяване и внушаването на паника.
- Конспиративните теории и как да ги разпознават – най-успешните дезинформационни кампании в България са базирани на добре разказани публични конспирации. Ключовите елементи от успешните конспиративни теории включват създаването на чувство за надвиснала опасност, обрисването на далечен и непознат враг, интригуващи обяснения за най-наболелите проблеми на общностите, както и многократна употреба на символи и истории за дълъг период от време.
- Антиромските митове и предразсъдъци, които постоянно се разпространяват от българските медии – базовите антиромски митове, с които членовете на ромските общности трябва да се запознаят, са митът за противопоставянето на ромите и властта, митът за малоценността на ромите, митът за ромите като публична собственост, митът за ромите като политически продажници.

5. Създаването на голям набор от съдържания „за ромите от ромите“ би могло да допринесе за акумулирането на съдържание, което е значимо за ромските общности и по този начин да подобри медийната и онлайн информационна среда за ромите в България.

Такова съдържание трябва да се създава от представителите на ромските общности, защото те са най-доверените и най-способните производители и разпространители на знание и информация сред своите общности. Това съдържание трябва и да бъде адресирано към ромските общности, защото по този начин то ще създаде чувството за принадлежност към онлайн и медийна среда, която е предназначена за ромите. Някои възможни мерки за поощряването на създаването на онлайн и медийно съдържание „от ромите за ромите“ биха могли да включват:

- Приспособяването на проромските безопасни пространства онлайн за разпространение на важна за ромските общности информация по достъпен начин (когато се налага включително чрез споделянето на кратки резюмета на важни новини, преведени на ромски език и разказани на по-ясен език).
- Създаването и разпространението на оригинално съдържание за културата и историята на ромските общности в България. Тези материали могат да бъдат споделяни в популярни национални медийни канали или могат да бъдат лесно достъпни като Фейсбук постове, кратки видеа или коментари.

- Увеличаването на онлайн присъствието и видимостта на активните членове на ромските общности (като активистите и медиаторите), за да могат те самите да служат като надежден канал за споделяне на достоверна информация и качествено проромско съдържание.

6. Преформулирането на публичното обсъждане на „типично ромски“ проблеми вероятно би оказало положително влияние върху опитите да се спечели публична подкрепа по въпросите за равенството и интеграцията.

Някои семантични и тактически промени, първоначално направени от активисти (и впоследствие възприети от по-широката публичност), които биха били полезни, първоначално включват:

- Да се говори за въпросите на интеграцията като за въпроси на „социално включване“, „равенство“ и/или „социализация“, за да бъде заменена думата „интеграция“, която е получила негативни публични значения в България.
- Да се говори за „социално включване на хора в нужда“, вместо за „социално включване на роми“, за да се отчита разнообразието сред ромите и техните нужди.
- Да се инкорпорират ромски гледни точки по важни теми от публичен интерес. По този начин ще се преодолее „затварянето“ на ромите и техните перспективи само в определени полета от социална значимост. Също така ще се постави под съмнение схващането за ограничения брой от „типично ромски“ теми и въпроси.

7. Подобриването на емоционалното разбиране на ромите за тяхната идентичност и за идеологическото и практическото им място в българското общество би могло да бъде основната първа крачка към преодоляването на психо-социалните последици от антиромската медийна враждебност в България. В името на емоционалното благосъстояние на ромите могат да се вземат следните мерки:

- „Проромските безопасни пространства онлайн“ могат да послужат и като канал за взаимопомощ и подкрепа между членовете на ромските общности. Създаването на безопасни пространства онлайн би създавало канал за емоционална подкрепа и обмен на практически съвети между членове на различни ромски общности в България.
- Формирането на постоянна (виртуална или реална) мрежа за подкрепа, която да се състои от ромски медиатори, ромски лидери, ромски активисти и други представители на ромските общности в страната. В нея могат да бъдат включени роми с различен профил и принадлежност, за да може от една страна да се осигури включване на ромското разнообразие, и от друга – да се противодейства на междугруповите предразсъдъци сред ромските общности.

8. Борбата с фалшивите новини и целенасочената дезинформация и медийната враждебност, водещи до повишаване на негативните нагласи на мнозинството към ромите, трябва да бъде интегрирана в политиките на държавата, отнасящи се до преодоляване на дискриминацията и равноправното включване на етническите малцинства в обществения живот.

За целта могат да бъдат включени мерки като:

- Целенасочени мерки в плана за действие на „Националната стратегия на Република България за равенство, приобщаване и участие на ромите 2021-2030 година“, чрез които ромите да получават адекватна информация за фалшивите новини и медийната враждебност и как да се противопоставят на нея;
- Дейности, насочени към промяна на нагласите на журналистите, чрез обучения, организирани на пътувания в различни части на страната за запознаване с реалния живот на ромите и предоставяне на информация за изявени роми;
- Граждански организации и институции да провеждат съвместни кампании за преодоляване на антиромските нагласи и предразсъдъци в мнозинството, които са основани на дезинформация и фалшиви новини;
- Мониторинг на езика на омразата в медийните публикации и санкциониране при фактически случаи на фалшиви новини и дезинформации, водещи до повишаване на антиромските нагласи.

Надяваме се, че тази книга ще помогне да се намерят стъпките и подходите, през които трябва да премине всеки, който иска да се пребори, да покаже на хората около себе си, че неверните данни и информация, прерастващи с времето в митове, са погрешни и лъжливи.

Те вредят на ромските общности, но не само на тях – те вредят на цялото българско общество, настройвайки едни срещу други различни части от него.



**Фондация "С.Е.Г.А. – Старт за ефективни
граждански алтернативи"**

www.cega.bg



Център за изследване на демокрацията

www.csd.bg



Фондация „Рома – Лом“

www.roma-lom.org



**Фондация „Приложни изследвания
и комуникации“**

www.arcfund.net

Fake News Fake

Fake Fake Fake

e News Fake N

