

Ама вярно ли?

Предпоставки за медийна грамотност и способност на Европа да се справи с феномена „пост-истина“

Въпросът за „пост-истината“ напоследък стана доста значим като феномен, свързан с редица от днешните политически и социални тенденции. В тази статия концепцията „медийна грамотност“ се използва, за да се измери способността за справяне с негативните ефекти от намаляващото обществено доверие, крайно поляризираната политика и фрагментираната медийна среда, които са свързани с феномена „пост-истина“. В предложения модел са използвани няколко индикатора, чрез които да се идентифицира състоянието на медийна грамотност в европейските страни според нивото на медийна свобода, образование, доверие и нови форми на участие. Основното допускание е, че обществата в страни с по-образовани хора, по-свободни медии и по-високи нива на доверие между гражданите ще могат да постигнат по-високо ниво на медийна грамотност и ще са по-добре подготвени да се справят с негативните ефекти на „пост-истината“.

Марин Лесенски

Програмен директор, ИОО - София

Донякъде е иронично, че във време, когато данните стават едни от най-търсените стоки, т.нар. „пост-истина“ диктува значими политически и социални тенденции в противоречие с обективната информация. През 2016 г., „пост-истина“ бе избрана за дума на годината на речника на Оксфорд – прилагателно, дефинирано като „отнасящо се до или обозначаващо обстоятелства, при които обективните факти са по-малко значими при формиране на общественото мнение,

отколкото позоваването на емоция и лични вярвания.“ Появи се и свързаното понятие „политика на пост-истината“.

Има редица обяснения и предложения как обществата може да се справят с тази ситуация. Може би една от най-подходящите и важни концепции е „медийна грамотност“. Според една от дефинициите това е термин, който „включва всички технически, познавателни, социални, граждански и творчески умения, които ни позволят да имаме достъп и критично разбиране както за традиционните, така и за новите видове медии и да си взаимодействаме с тях“. „Дигитална информационна грамотност“ е друго понятие, което трябва също да се спомене, като се вземе предвид степента на използването на социалните мрежи и новите форми на комуникация.

Индекс на медийната грамотност	
Индикатори	Тежест
Медийна свобода	
Freedom of the Press, Freedom House	20%
Press Freedom Index, Репортери без граница	20%
Образование	
PISA, четене	30%
PISA, наука	5%
PISA, математика	5%
Дял на населението с университетско образо	5%
Доверие	
Доверие в хората	10%
Нови форми на участие	
Е-участие	5%

Тази статия съдържа предложение за измерване на медийната грамотност чрез редица показатели, които да показват и потенциала на устойчивост на обществата към феномена „пост-истина“. Предложеният модел съдържа няколко индикатора, които се отнасят към различни аспекти на медийната грамотност и пост-истината. Основното допускане е, че нивото на образование, състоянието на медиите, степента на доверие в обществото и използването на нови форми на участие са предпоставки за развитието на медийна грамотност.

Тъй като индикаторите са с различна важност, те са включени с различна тежест в модела. Най-голяма тежест имат индикаторите за медийна свобода и тези за образование, като от тях четивната грамотност има най-голяма тежест, а индикаторите „е-участие“ и „доверие“ са със сравнително най-малка тежест спрямо другите.¹

¹ Използваните данни са от „Индекс на настигането“ на “Институт Отворено общество – София”. Може да намерите описание и повече информация на www.thecatchupindex.eu. Точките са от 0 до 100 (най-нисък до най-висок резултат), а класацията е от 1 до 33 (от най-висока до най-ниска позиция). Моделът използва базови индикатори с различни източници и мерни единици. Това налага използването на стандартизация на стойностите чрез статистическа процедура, която ги превежда в един мащаб (т.нар. „z -точки“) както е описано в методологията на „Индекс на настигането“ (www.thecatchupindex.eu).

Медийна среда

„Печатът е мъртъв“, казва филмовият персонаж д-р Егон Спенглер в комедията „Ловци на духове“ от 1984 г. Това се случва 30 години преди Фейсбук и преди навлизането на интернет, когато „медии“ все още означаваше „медии“. През 2017 г. обаче не е напълно изключено много хора да приемат комедийните ситуации в този филм като факти, като се имат предвид предразположението към конспирации или свръхествени обяснения. Но ситуацията с медиите не е никак смешна. Затова „свободата на медиите“ е включен като ключов индикатор за медийна грамотност. Нарастването на фалшивите новини в условията на фрагментирана медийна среда или пък на слаби и контролирани медии в някои страни е съпроводено от влошаване на качеството на публичните и обществените дебати и на качеството на демократичния процес като цяло. В модела, предложен в тази статия, се използват два общоприети индекса, които измерват медийната свобода – на Фрийдъм хауз и на Репортери без граници.

Образование

Образованието е друг ключов компонент. Например, финландското правителство счита силната система на обществено образование като основно средство за противопоставяне на информационната кампания, която се води срещу страната. Нещо повече: „широко разпространеното критическо мислене сред финландското население и последователните мерки на правителството“ се приемат като основен елемент за устояване на кампанията от фалшиви новини.

Като цяло се счита, че по-образованите хора са по-информирани, мислещи по-критично и по-малко склонни да попаднат в капана на фалшивите новини. Но има и по-сложни психологически механизми, които действат в случая. Едно изследване на конспиративните теории показва, че по-образованите хора контролират по-голяма степен живота си, не вярват много на лесни решения и имат повече аналитични умения.²

Включените индикатори за образование са от изследването PISA за четене, научна и математическа грамотност, като тези за четивна грамотност са включени с най-голяма тежест. PISA е много подходящ показател, защото дава представа не само за постиженията на учениците, но и за цялостното функциониране на образователната система в една страна. Индикаторът „Дял на хората с висше образование“ също е включен за измерване на нивото на образование, но с по-малка тежест.

² Вижте “Why Education Predicts Decreased Belief in Conspiracy Theories” by Jan-Willem van Prooijen, Applied Cognitive Psychology, Appl. Cognit. Psychol. 31: 50–58 (2017). Published online 28 November 2016 in Wiley Online Library (wileyonlinelibrary.com) DOI: 10.1002/acp.3301, James N. Druckman, The Politics of Motivation, 2012.

Доверие в обществото

Съществуващото доверие е друг важен аспект. Феноменът „пост-истина“ е придружен от изключително високи нива на недоверие към институциите, традиционите медии, политици и експерти. Теориите на конспирацията като водеща представа за функциониране на света едновременно отразяват и водят до по-ниски нива на доверие. В предложения модел се използва свързан индикатор – „доверие в хората“. Той измерва нивата на доверие в обществото и „отразява възприятието на хората за това, доколко може да се доверят на другите“ според определението на Организацията за икономическо сътрудничество и развитие. Като цяло, високите нива на доверие са белег на успешните общества и отразяват степента на развитие на гражданското общество.

Е-участие

В допълнение, „е-участие“ е индикатор, който измерва използването на информационните и комуникационните технологии, за да засили политическото участие и да се направи възможно за гражданите да комуникират един с друг, с политиците и институциите.

Допълнителни бележки

Когато се обсъжда темата за феномена „пост-истина“ и за състоянието на медийна грамотност в едно общество, е необходима известна предпазливост, както и да се имат предвид няколко допълнителни детайла. Има някои аспекти на „пост-истината“, които са доста специфични и трудни за оценка. Вече споменатото по-горе определение за пост-истина слага ударение върху ролята на емоциите и личните вярвания. Например, няма обикновена причинно-следствена връзка между образование и „пост-истина“, а има по-сложен психологически механизъм в действие. Това може да е например склонността на хората да дават предимство на информация, която потвърждава техните предварителни теории, вярвания и т.н., отхвърляйки информацията, която не съвпада с вече формираното им мнение дори когато то е в противоречие с обективните факти.

Освен това има редица други аспекти, които трябва да се вземат предвид. Например, фалшивите новини са измислени новини и съзнателно представяне на неверни твърдения като факти, които могат да преследват политически или финансови облаги и не бива да се бъркат със случаи на просто лоша журналистическа работа.³

³ Financial Times, “Fake news in the post-factual age” by Lionel Barber, 16 September 2017, available at <https://www.ft.com/content/c8c749e0-996d-11e7-b83c-9588e51488a0>

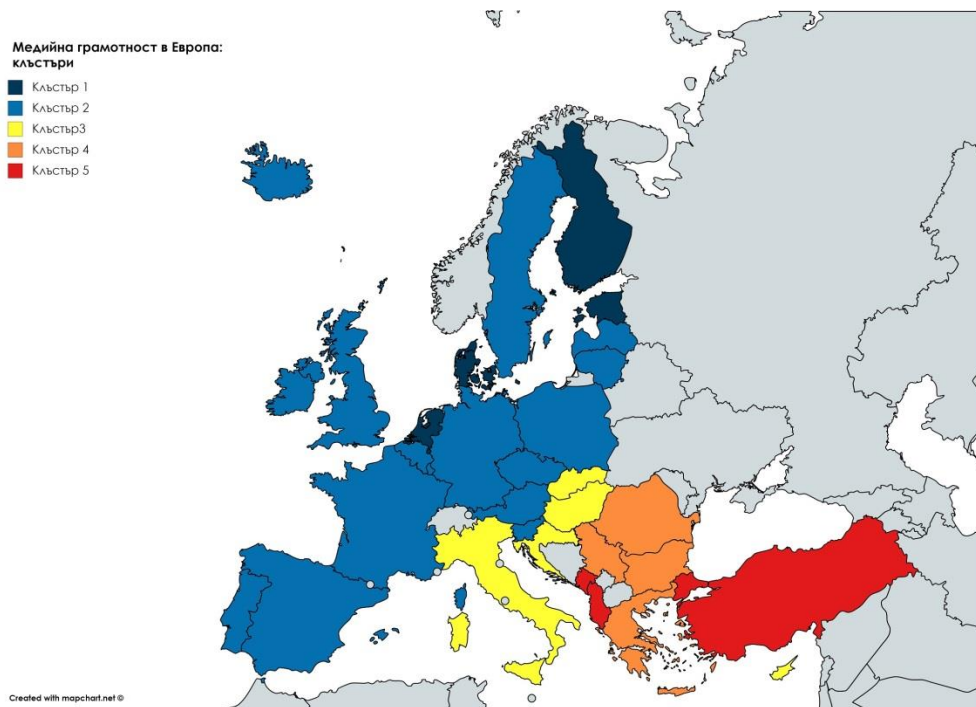
Резултатите: класация на страните в Европа

Индекс на медийната грамотност в Европа			
Класация (1-33)	Страна	Точки (100-0)	Клъстър
1	Финландия	78	1
2	Холандия	72	
3	Дания	72	
4	Естония	71	
5	Ирландия	67	2
6	Швеция	66	
7	Белгия	64	
8	Германия	63	
9	Великобритания	62	
10	Словения	61	
11	Австрия	61	
12	Люксембург	60	
13	Исландия	59	
14	Португалия	59	
15	Испания	58	
16	Полша	57	
17	Латвия	56	
18	Чехия	56	
19	Литва	55	
20	Франция	55	
21	Словакия	50	3
22	Малта	49	
23	Италия	48	
24	Хърватия	43	
25	Унгария	42	
26	Кипър	41	4
27	Румъния	37	
28	Гърция	36	
29	Сърбия	33	
30	България	32	5
31	Черна гора	25	
32	Албания	24	
33	Турция	15	

Основното допускане, на което се базира този модел е, че обществата с по-свободни медии, по-добро образование и по-високо доверие между хората ще имат и по-висока медийна грамотност и така тези общества ще са по-подготвени да се справят с негативните ефекти на пост-инстината. Моделът, базиран на изброените по-горе индикатори, дава като резултат обобщени точки за всяка страна и класира според получените точки включените в модела 33 страни.

Класацията показва няколко определени тенденции. Страните, които имат по-добри оценки по всички показатели (медии, образование, доверие, др.) включват страните от Северна и Западна Европа, като Финландия, Холандия и Дания са на първите три позиции. Това съвпада с характеристиката на Финландия, спомената по-горе, като страна, която е много добре подготвена да се справи с такива предизвикателства поради добрата си образователна система и образовано население. Добре е да се отбележи, че Естония е четвърта в класирането, като наред със свободните медии тя има и най-

добрите резултати като цяло в Европа по PISA. Страните, които са начело на класацията като цяло имат и по-високи нива на доверие между хората, което дава възможност на техните общества да се справят по-добре с предизвикателствата. Те имат и по-високи нива на е-участие, като Естония и другите северни страни имат по-ефективно и масово използване на информационни и комуникационни технологии.



Точките в крайния резултат дават възможност и за последващи анализи. Беше направен и кълъстърен анализ, който разделя страните на пет групи с подобни характеристики. Получените кълъстър, визуализирани на картата на Европа, показват определени географски тенденции. Страните от Северна и Северозападна Европа са начело, следвани от останалите страни от Западна Европа. Има среден преходен кълъстър между Италия и Словакия, който обхваща и съседните Унгария и Хърватия. Балканските страни, включително Гърция и Турция, остават в последните два кълъстър с най-нисък брой точки.

Най-зле представящите се страни като цяло имат по-контролирана медийна среда, по-ниско ниво на образование и по-високо недоверие между хората. Това са характеристики на по-лоша медийна грамотност и по-голяма склонност на обществата да се влияят от негативните ефекти на т.нар. пост-истина – пост-истина в политиката, „алтернативни факти“, конспиративни теории за функционирането на света.

В заключение

Съществуват два основни подхода за справяне с пост-истината и свързаните феномени. Първият подход е регулативен и рестриктивен: например, създаване на нови регулации за новите медии. Някои от тези нови регулации са необходими и полезни, но има и недостатъци, основно доколкото те могат да ограничат в известна степен свободата на словото. Вторият подход е да се инвестира във важни умения за четене и анализ, т.е. да се повиши медийната грамотност като ефективно и дълготрайно решение. Може би подобен подход си струва да получи шанс и подкрепа. Във всеки случай, по-доброто образование, по-здравословната медийна среда и по-високото доверие между хората носят и доста допълнителни ползи за обществото.

Индекс на медийната грамотност в Европа: източници и данни									
Използвани данни и източници		Freedom of the Press (Freedom House)	Press Freedom Index (Репортери без граници)	PISA, четене (ОИСР)	PISA, наука (ОИСР)	PISA, математика (ОИСР)	Дял на населението с университетско образование	Доверие в хората (Евростат, др.)	Е-участие (ООН)
Класация	Страна	Скала от 0 до 100 (най-добра до най-лоша оценка)	Скала от 0 до 100 (най-добра до най-лоша оценка)	По-висок резултат е по-добър, 500 е много добър, под 300 е слаб	По-висок резултат е по-добър, 500 е много добър, под 300 е слаб	По-висок резултат е по-добър, 500 е много добър, под 300 е слаб	В проценти от 100 до 0 (по-висок процент е по-добре)	Скала от 10 до 0 (най-висока до най-ниска)	Скала 1 to 0 (най-висока до най-ниска)
1	Финландия	11	8.59	526	531	511	35.5	7.4	0.9153
2	Холандия	11	8.76	503	509	512	30.5	6.9	0.9492
3	Дания	12	8.89	500	502	511	30.7	8.3	0.8136
4	Естония	16	14.31	519	534	520	33.3	5.8	0.8136
5	Ирландия	17	12.4	521	503	504	37.4	6.4	0.7119
6	Швеция	11	12.33	500	493	494	34.0	6.9	0.7627
7	Белгия	11	14.18	499	502	507	32.7	5.7	0.6441
8	Германия	20	14.8	509	509	506	23.8	5.5	0.7627
9	Великобритания	25	21.7	498	509	492	37.6	6.1	1
10	Словения	23	22.26	505	513	510	26.6	6.5	0.7288
11	Австрия	23	13.18	485	495	497	28.1	5.9	0.8814
12	Люксембург	13	14.43	481	483	486	35.2	5.5	0.6949
13	Исландия	15	15.3	482	473	488	31.7	7.0	0.661
14	Португалия	18	17.27	498	501	492	20.7	5.3	0.661
15	Испания	28	19.92	496	493	486	32.1	6.3	0.9322
16	Полша	28	23.89	506	501	504	24.4	6.0	0.8814
17	Латвия	28	17.38	488	490	482	28.1	6.5	0.5254
18	Чехия	21	16.66	487	493	492	19.8	5.3	0.5593
19	Литва	23	19.95	472	475	478	33.2	6.1	0.8305
20	Франция	28	23.83	499	495	493	30.4	5.0	0.8983
21	Словакия	24	13.26	453	461	475	18.9	5.8	0.5424
22	Малта	23	23.84	447	465	479	18.1	6.2	0.7797
23	Италия	31	28.93	485	481	486	15.5	5.7	0.9153
24	Хърватия	42	27.91	487	475	464	19.6	5.1	0.7797
25	Унгария	40	28.17	470	477	477	20.9	5.3	0.4915
26	Кипър	24	18.26	443	433	437	36.3	4.5	0.5254
27	Румъния	38	24.29	434	435	444	15.0	6.4	0.6271
28	Гърция	48	30.35	467	455	454	25.4	5.3	0.6102
29	Сърбия	45	27.6	432	446	441	16.25	4.2	0.8305
30	България	40	34.46	432	446	441	24.1	4.2	0.6949
31	Черна гора	41	32.79	427	411	418	17.00	4.2	0.8305
32	Албания	51	29.92	405	427	413	11.00	4.2	0.6441
33	Турция	71	50.76	428	425	420	14.8	4.5	0.6271

* Използвани са налични данни до края на 2016 г. В случаите на липсващи данни са използвани методи на заместване според методологията на "Индекс на настига нето" (www.thecatcupindex.eu)