

АНАЛИЗ НА ИНФОРМАЦИОННАТА СРЕДА В ОБЛАСТ ШУМЕН

Дезинформация и фалшиви новини – механизми на създаване,
начини за разпространение, въздействие



2025 г.



Съфинансирано от
Европейския съюз



ФОНДАЦИЯ
РАБОТИЛНИЦА
ЗА ГРАЖДАНСКИ
ИНИЦИАТИВИ

покрепяме инициативните

Съдържание

Въведение	3
Общ профил на региона	4
Канали за информиране на населението в област Шумен	6
Традиционни канали за информираност	6
Онлайн медии и новинарски сайтове	7
Социални мрежи	8
Видове дезинформация и фалшиви новини в региона	9
Механизми за създаване и разпространение	10
Въздействие върху населението	10
Примери от региона	10
Инициативи за противодействие	10
Как се информира област Шумен и откъде идва дезинформацията – поглед от анкетата	11
Как местната общност възприема медиите и дезинформацията – поглед от фокус групите ..	19
Заключение	23

Въведение

Информационната среда в съвременния свят е ключов фактор за устойчивостта на обществото, националната сигурност, развитието на демокрацията и качеството на живот. Това определя начина, по който гражданите възприемат, споделят и използват информация. Чрез информационната среда се формира общественото мнение, на базата на което хората вземат решения.

Понятието „информационна среда“ определя съвкупността от всички канали, източници, технологии и социални мрежи, чрез които хората създават, разпространяват, получават и интерпретират информация. Тя включва както традиционните медии (телевизия, радио, печат), така и дигиталните платформи (онлайн медии, социални мрежи, приложения), институционалните комуникации, както и неформалния обмен на информация в обществото.

В област Шумен, както и в останалата част на България, разпространението на дезинформация и фалшиви новини се засилва, особено в контекста на политически, здравни и социални кризи (напр. пандемията от COVID-19, избори, геополитически конфликти и др.).

Настоящият анализ има цел да представи състоянието на информационната среда в област Шумен. Целта е да се изследват начините, по които се създава и разпространява подвеждаща информация, както и нейното влияние върху местното население. Анализът има за задача да очертае актуалните рискове и да предложи мерки за повишаване на устойчивостта на обществото към дезинформация. Акцентира се и върху дезинформацията и фалшивите новини.

Общ профил на региона

Област Шумен се намира в централната част на Североизточна България и заема площ от 3,39 хил. кв. км, което представлява 3,05 % от територията на страната. На запад граничи с област Търговище и област Разград, на север - с област Силистра и област Добрич, на изток – с област Варна и на юг - с област Сливен и област Бургас (фиг. 1).



Фиг. 1

Област Шумен включва 10 общини (Велики Преслав, Венец, Върбица, Каолиново, Каспичан, Никола Козлево, Нови пазар, Смядово, Хитрино, Шумен) и 151 населени места, от които 8 града и 143 села. Най-голяма е територията на община Шумен (19,2 % от площта на областта), а най-малка – територията на община Венец (6,6 % от площта на областта)¹.

Населението в област Шумен, по данни на НСИ, през 2024 г е около 165–170 хиляди души. Това е област с изключително богато историческо минало. Населението е смесено като най-голям процент са българите, на второ място са т.нар. етнически турци. В областта живеят роми, арменци и други народности.

Град Шумен е административния център на областта с приблизително 70 хил. жители. Той е важен културен, образователен и индустриален център. Шумен е древен град с богата история. Възниква като тракийско селище, утвърждава се като старобългарско укрепление и до днес е част от многовековната история на България. **Културно-историческото значение** на област Шумен се свързва с Първото българско царство –

¹ <https://oblastshumen.government.bg/new/oblast-shumen/geografsko-polozhenie/>

столиците Плиска и Велики Преслав. Феноменът Мадарски конник е обявен за паметник на световното културно наследство от ЮНЕСКО².



Фиг. 2

Другите значими градове в област Шумен са Нови пазар, Велики Преслав (стара българска столица), Смядово, Каспичан, Върбица, Каолиново.

Етнокултурна структура: населението е смесено – българи, турци и роми са основните общности.

При преброяването през 2021 и официалните анализи ³:

Българите в областта са около **57.9 %** от населението

Турците — около **31.3 %**.

Ромите — около **8.0-8.2 %**

Има и други малцинствени групи, но техният дял е значително по-малък.

В някои общини българите са мнозинство: например **Шумен, Каспичан, Смядово, Велики Преслав, Нови пазар**. В други общини преобладават турци: **Венец, Хитрино, Каолиново, Върбица, и Никола Козлево** ⁴

²² [Мадарският конник в списъка на ЮНЕСКО](#)

³ [Етносите в Шуменско: 58% българи, 31% турци, 8% роми - ШУМ.БГ](#)

⁴ [Petel.bg - новини - Българите в област Шумен са 58%](#)

Канали за информиране на населението в област Шумен

Поради спецификата на населението в област Шумен информираността на хората се определя от редица социално-икономическите фактори като образование, професия, възраст, социален статус и местоживееене. Тези социално-икономическите фактори определят достъпа до радио, телевизия, социални мрежи, както и до различни медийни платформи.

Лицата с по-висок доход обикновено имат по-добър достъп до интернет и платени медийни услуги, като абонаменти за стрийминг платформи и вестници.

Област Шумен разполага с разнообразни медийни канали, въпреки че броят на локалните медии е ограничен. Основните източници на информация включват:

- Онлайн медии: ШУМ.БГ, 24shumen.com, ShumenOnline.bg и др.
- Регионални радио и ТВ: БНР – Радио Шумен и ТВ Шумен.
- Социални мрежи: Facebook, Instagram, TikTok – широко използвани, особено от младите.

Голяма част от населението се информира предимно чрез социални мрежи, което увеличава риска от експозиция на непроверена информация.

Традиционни канали за информираност

В област Шумен най-старата медия е *Радио Шумен (БНР)*. През 1973 г., на 1 февруари, започва излъчването му и до ден днешен е основен източник на информация. Радио Шумен е регионална радиостанция на Българското национално радио и част от националната обществена радиомрежа.

Радио Шумен е регионална радиостанция, но според програмната си лицензия информационно обслужва населението на Шуменска, Търговишка, Разградска, Силистренска и Русенска области Информационно – музикална програма на Радио Шумен се излъчва 24 часа. В сайта на радиото е посочено, че „според социологическите проучвания през годините стои в челните позиции по месечна аудитория в региона“⁵.

Радио Шумен поддържа собствен сайт - www.bnr.bg/shumen и страница в социалната мрежа Фейсбук- www.facebook.com/RadioShumen със 74 хил. последователи.

⁵ <https://bnr.bg/shumen/post/100312202/za-nas>

Втората традиционна медия в област Шумен е *Общинска телевизия – Телевизия Шумен*. Тя започва да се излъчва в ефир на 16 февруари 1993 г. като местна телевизионна програма. С решение на Общинския съвет от 21 март 2002 г. телевизията се реструктурира в ЕООД „Общински медиен център – Шумен“, като едноличен собственик на капитала е община Шумен. През 2013 г. Търговското дружество е преобразувано в общинско предприятие „Общински медиен център“ отново с решение на Общинския съвет. „Телевизия Шумен е обществен оператор с политематичен профил и ежедневна 24-часова програма с национално покритие, разпространявана чрез кабелни електронни съобщителни мрежи от „А1“, „Булсатком“ /IPTV/, „Добруджа кабел“, „Бергон“, „Плевен спринт“, „М CAT“, „NetWorx“⁶.

Програмата може да се гледа в реално време и в интернет портала www.tvshumen.tv, а седмичната програма и собствената продукция – в интернет портала www.tvshumen.bg.

Онлайн медии и новинарски сайтове

Най-популярните онлайн медии и новинарски сайтове в област Шумен са „Шум.бг“, 24shumen.com, ShumenOnline.bg, RADIAN.BG и OFFNews – всички предоставят актуални новини, анализи и репортажи от региона. Основните тематики са:

- местни новини – инфраструктура, културни събития, образование, здравеопазване;
- обществени теми – екология, транспорт, сигурност, местна политика;
- регионални инициативи – проекти, финансираня, граждански консултации.

Най-посещаваният новинарски сайт е „Шум. бг“. Той се счита за електронен вестник, който предоставя информация за Шумен и региона. На сайта са разделени не само новините по категории, но отделно за град Шумен, отделно на регионално ниво по общини: Велики Преслав, Върбица, Каспичан, Нови Пазар, Хитрино, Смядово, Каолиново, Никола Козлево.

Новините на сайта на „Шум..бг“ не се ограничават до регионални, а се представят новини и от България и света⁷.

⁶ <https://tvshumen.bg/about-us/>

⁷ <https://www.shum.bg/>

24shumen.com е също новинарски сайт, който покрива Шумен и региона. И на него новините са разделени по категории. Предоставят се препратки към сайтовете на всяка община от областта⁸.

24shumen.com се представя и в социалните мрежи. Неговата фейсбук страница е с 16 хил. последователи.

Другият новинарски сайт в област Шумен е *ShumenOnline.bg*⁹. Неговата фейсбук страница е с 8 хил. последователи¹⁰.

Radian.bg¹¹ е също новинарски сайт, който отразява новините в Шуменска област.

Zashumen.bg¹² е новинарски сайт, електронен вестник, който също отразява новините и събитията в Шумен и за всяка община от областта по отделно.

Новините за Шуменска област могат да се видят и в електронния вестник OFFNews.¹³

Социални мрежи

Най-голямата група във фейсбук е „Шумен днес“¹⁴ с 84,4 хил. последователи. Другите фейсбук групи са „Дочуто видяно“¹⁵ - 9 хил. последователи и „Забелязано в Шумен“. Те често служат като място за разпространение на непроверени или манипулирани новини.

В заключение може да се обобщи, че каналите за информиране на населението в област Шумен са разнообразни и отразяват както развитието на съвременните технологии, така и спецификата на социално-икономическите условия в региона. Областта разполага с добре изградена, но неравномерно развита информационна среда, в която традиционните медии, онлайн платформите и социалните мрежи съществуват едновременно, но не винаги действат в синхрон. Като цяло, каналите за информиране демонстрират баланс между традиция и модерност, но и ясно изразено разделение между различните възрастови и социални групи. По-възрастните и по-слабо дигитално активните граждани разчитат основно на радио и телевизия, докато младите се информират предимно

⁸ <https://24shumen.com/>

⁹ <https://shumenonline.bg/>

¹⁰ https://www.facebook.com/profile.php?id=100064165744277&ref=embed_page#

¹¹ <https://radian.bg/>

¹² <https://zashumen.bg/>

¹³ <https://offnews.bg/tags/%D0%A8%D1%83%D0%BC%D0%B5%D0%BD/>

¹⁴ https://www.facebook.com/groups/966479460112051?locale=bg_BG

¹⁵ <https://www.facebook.com/groups/205726066647358>

чрез интернет и социални мрежи. Това води до определена фрагментация на информационния поток и различия в нивото на осведоменост.

За да се постигне по-качествена и устойчива информираност на населението, е необходимо да се насърчава развитието на независими регионални медии, да се повишава медийната и дигитална грамотност на гражданите и да се подкрепят инициативи за сътрудничество между традиционните и новите канали за комуникация. Само чрез подобен подход област Шумен може да изгради стабилна, достъпна и надеждна система за информиране, която отговаря на нуждите на всички групи от населението.

Видове дезинформация и фалшиви новини в региона

В региона се наблюдават различни форми на дезинформация, които засягат обществения живот, здравето и икономиката. Сред най-разпространените са политическата дезинформация, насочена към подкопаване на доверието в кандидати по време на избори чрез фалшиви твърдения и манипулирани анкети. Здравната дезинформация също е ключов фактор за манипулиране на хората. Тя включва подвеждащи новини относно ваксините, COVID-19 и алтернативната медицина, които водят до рисково поведение сред гражданите. Наблюдават се и икономически спекулации и измами, които се проявяват чрез фалшиви работни обяви, пирамидални схеми и недостоверни онлайн магазини. Освен това, активно се разпространяват конспиративни теории, свързани с „чипиране“, 5G мрежи и други несъществуващи заплахи.

Може да се обобщи, че дезинформацията в региона е системен и многоаспектен проблем, който подкопава доверието в обществото и увеличава уязвимостта на гражданите към манипулации. Нейното присъствие показва, че информационната среда е чувствителна към недостоверни и тенденциозни послания, което подчертава необходимостта от устойчиви механизми за проверка на информацията, насърчаване на критично мислене и изграждане на медийна и дигитална грамотност сред населението. Защото дезинформацията функционира не просто като изкривяване на фактите, а като инструмент за манипулиране на обществените нагласи. Ефективното справяне с този проблем изисква интегриран подход, включващ както институционални, така и

образователни и обществени инициативи, за да се създаде среда, в която гражданите могат да се ориентират надеждно и да вземат информирани решения.

Механизми за създаване и разпространение

Фалшивите новини често произхождат от анонимни източници без ясно посочен автор или медия. Те се създават с цел да предизвикат силна емоционална реакция чрез сензационни заглавия, съдържащи думи като „шок“, „ужас“ или „скандал“. Част от съдържанието е резултат от платена пропаганда, включително публикации в социалните мрежи, които не са обозначени като спонсорирани. Алгоритмите на тези платформи допринасят за разпространението, тъй като приоритизират публикации с висока ангажираност, без оглед на тяхната достоверност.

Въздействие върху населението

Последиците от дезинформацията са сериозни. Те включват намаляване на доверието към институции и традиционни медии, както и промяна в поведението на гражданите – например отказ от ваксинация или участие в протести, основани на невярна информация. Фалшивите новини създават социално напрежение между различни групи и водят до икономически загуби при хора, попаднали в измамни схеми.

Примери от региона

По време на пандемията от COVID-19 в Шумен се разпространиха слухове за „принудително ваксиниране“ в болницата, които предизвикаха обществено напрежение и отказ от медицинска помощ. При местни избори в региона се появиха фалшиви анкети и анонимни сайтове с компромати срещу кандидати, целящи да манипулират общественото мнение.

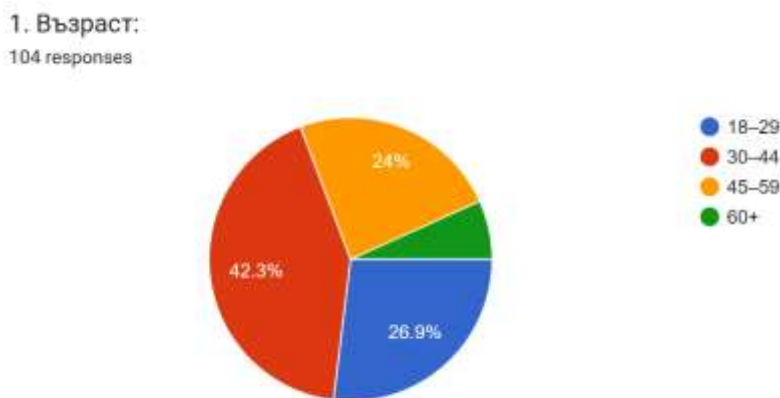
Инициативи за противодействие

В последните години се предприемат редица инициативи за повишаване на медийната грамотност. В някои училища в Шумен се въвеждат уроци по дигитална безопасност, а библиотеки и читалища организират обучения на тема „Как да разпознаваме фалшиви

новини?“. Граждански организации и младежки проекти също насърчават критичното мислене и участието на младите хора в проверки на факти.

Как се информира област Шумен и откъде идва дезинформацията – поглед от анкетата

Анкетно проучване сред жителите на област Шумен, проведено през есента на 2025 г., изследва навиците за информиране на хората и начините, по които фалшивите новини и дезинформацията достигат до тях. Анкетата е анонимна, направена чрез разпращане на стандартизиран въпросник. В нея се включиха 103 души. Извадката е доминирана от хора на възраст 30–44 г. (42,7%), следвани от 45–59 г. (26,2%) и 18–29 г. (24,3%); групата 60+ е представена с 6,8% — профил, който предполага активни онлайн потребители и по-висока новинарска интензивност (фиг.3).



Фиг.3

Най-голям брой от респондентите (30.4%) работят в администрацията на общините в областта, 25.5% казват, че са заети в сферата на образованието, 16.7% са студенти или учаци, а 7.8% - представители на неправителствени организации. Над 68% от отговорилите имат висше образование, а близо 32% - средно.

Най-често живеещите на територията на област Шумен се информират от националните частни телевизии (65%) и социалните мрежи (62.5%), следвани от национални новинарските сайтове (40.4%), обществената телевизия (31.7%) и местните информационни сайтове (29.8%). Радиото и печатните медии остават далеч назад – под 10%. Тази комбинация показва, че жителите на областта живеят между два медийни

свята – официалния и дигиталния като 36.5% отговарят, че проверяват онлайн новините по няколко пъти на ден.

Видно от резултатите основен източник на информация за жителите на област Шумен са социалните мрежи. Почти две трети от анкетираните отбелязват, че именно през тях получават новини и актуална информация. Сред социалните платформи най-силно се откроява Facebook. Част от участниците в анкетата споделят, че се информират и чрез разговори със семейство, приятели или чрез групи във Viber и WhatsApp. (фиг.4).

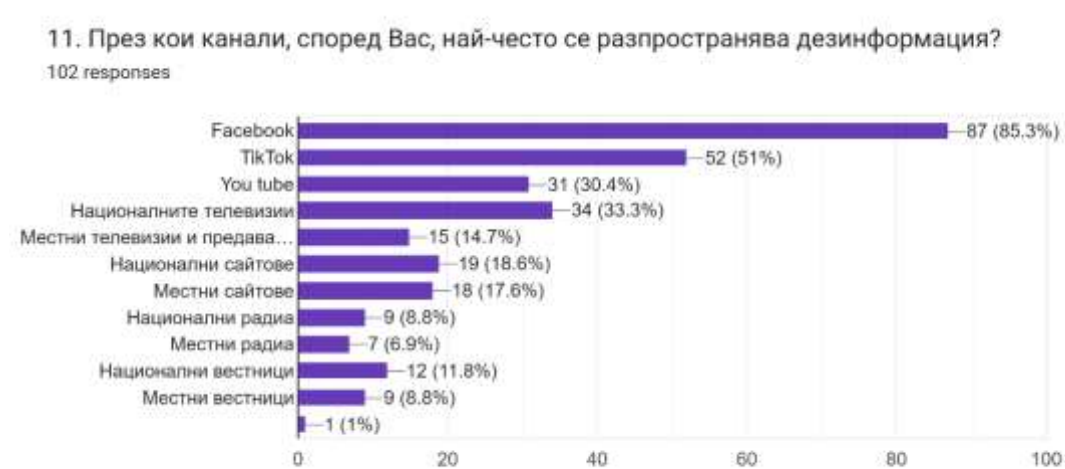


Фиг.4

Именно тези затворени комуникационни кръгове се явяват особено уязвими по отношение на дезинформация, защото информацията се предава между близки хора и се приема с по-високо ниво на доверие, без проверка на първоизточника. Така се създава своеобразна „информационна верига на доверие“, която обаче често може да възпроизвежда непроверени твърдения.

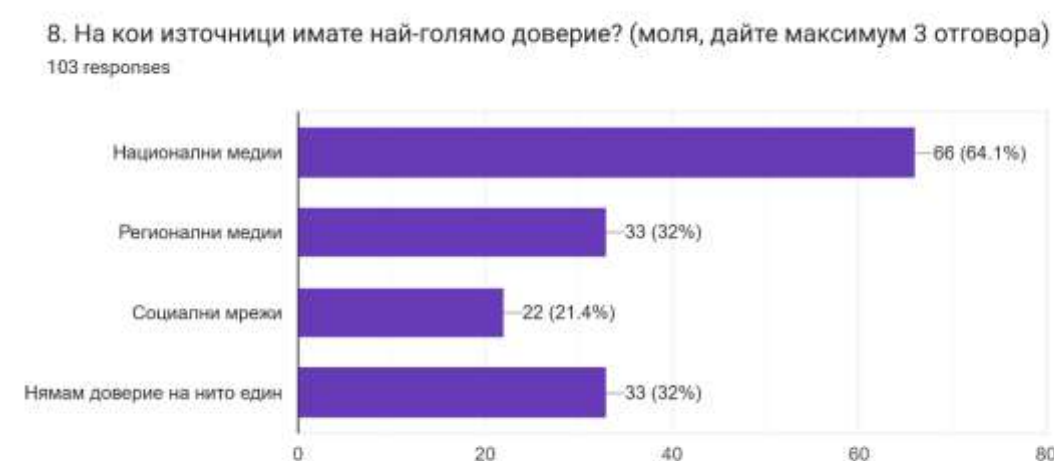
Facebook се възприема едновременно и като основен източник на информация, и като най-сериозен канал за разпространение на невярна такава – над 85% от анкетираните посочват Facebook като място, откъдето често произлиза дезинформация. След него се нареждат TikTok (51%) и YouTube (30.4%), което подчертава значимостта на визуалните и краткоформатни съдържания в ежедневната информационна среда. За сравнение,

едва 33.3% смятат, че и националните телевизии разпространяват дезинформация. (фиг.5)



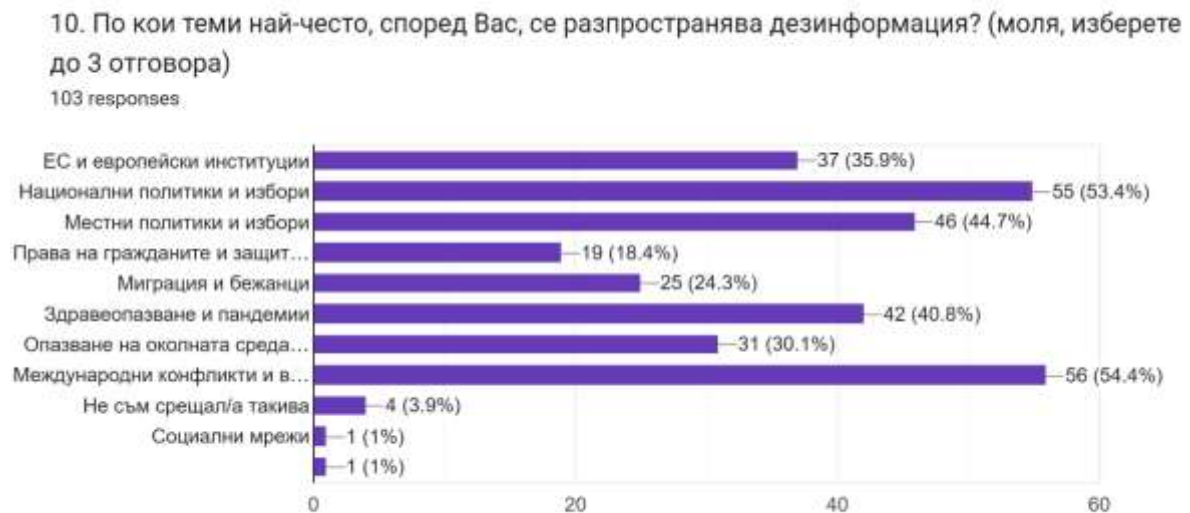
Фиг.5

Когато обаче питаме за доверие, националните медии са първи (64.1%), но една трета от анкетираните изобщо не вярват на нито един източник (32%) — сигнал за ерозия на доверие и отдръпване към „частни“ филтри и социални кръгове. Регионалните медии печелят доверие при 32% от респондентите, докато социалните мрежи — едва на 21.4%. Този дисонанс между високо използване на социални мрежи и ниско доверие към тях е ключов рисков фактор. (фиг.6)



Фиг.6

Най-често дезинформация се среща по теми, свързани с международни конфликти (54.4%), националната политика и избори (53.4%) и местни политика и избори(44.7%). Тези резултати потвърждават, че политическите и кризисни ситуации са „гориво“ за фалшиви новини. Това са области с висока емоционална ангажираност и често се превръщат в поле за манипулации. (фиг.7)

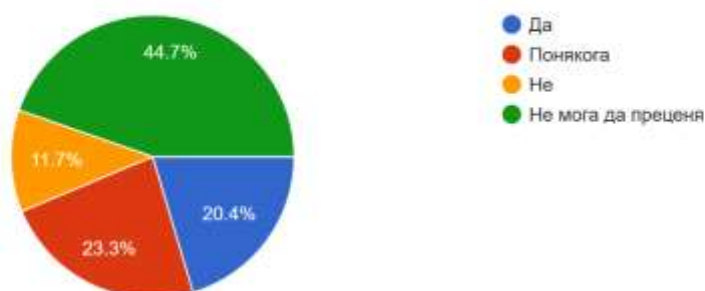


Фиг.7

Голям процент от анкетираните казват, че са се сблъскали с фалшиви новини, а 43.7% смятат, че дезинформацията е реален или понякога проблем в област Шумен. (фиг.8) Един от участниците обобщава: „Дезинформацията води до недоверие и разделение в обществото – хората спират да вярват на всичко, а това е също толкова опасно, колкото да вярват на всичко.“

20. Проблем ли е, според Вас, дезинформацията в област Шумен?

103 responses



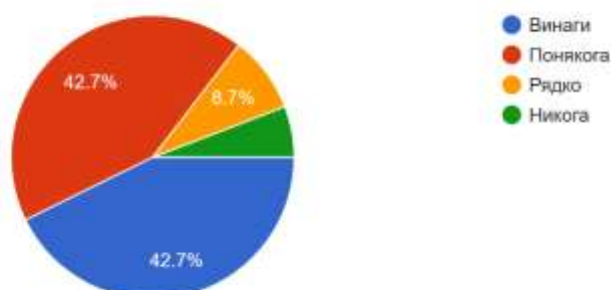
Фиг.8

Основните причини, според анкетираните, са липсата на критично мислене, сензационни заглавия и слаба медийна грамотност. „Хората обичат конспирации и лоши новини“, казва един от участниците в анкетата. Друг добавя: „Гръмки заглавия, скандални снимки и страх – това продава.“ Отворените отговори назовават психологическите „куки“ на дезинформацията: „гръмки заглавия“ и емоционален език, смесване на неверни твърдения с реални факти, съвпадение с предварителните нагласи и повторемостта в социалните мрежи. В локален контекст се споменават конкретни Facebook групи, където дезинформацията се разпространява масово, което подсказва за общностни „ехо-камери“.

Положителното е, че над 85% от анкетираните проверяват източника поне понякога (фиг.9), а близо 70% търсят официален източник или институция при съмнение.

14. Проверявате ли източника на дадена новина преди да ѝ повярвате или да я споделите?

103 responses

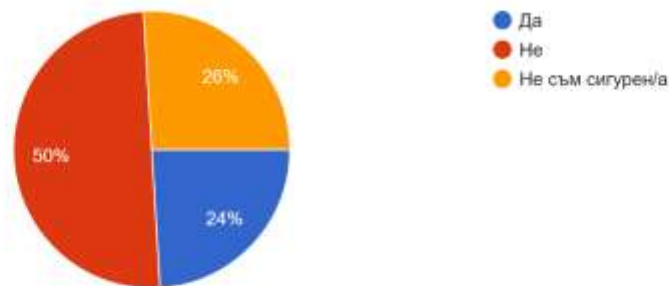


Фиг.9

Въпреки това 24% от запитаните отговарят, че им се е случвало да споделят новина, за която по-късно са разбрали, че е невярна. Само половината от анкетираните са категорични, че това не им се е случвало. (фиг.10)

12. Случвало ли Ви се е да споделите новина, за която по-късно сте разбрали, че е невярна?

104 responses



Фиг.10

Голям процент (75%) от анкетираните използват често или са опитвали от любопитство инструменти с изкуствен интелект като ChatGPT или Copilot – предимно за получаване на информация. Над половината (51%) са категорични, че AI може да се използва за създаване на дезинформация. (фиг.11)

18. Смятате ли, че с помощта на изкуствен интелект е възможно да се създава дезинформация (фалшиви новини, подвеждащи изображения, видео и др.)?

104 responses



Фиг.11

Най-голям дял от анкетираните (32.4%) смятат, че образованието е ключът към ограничаване на фалшивите новини. Това показва разбиране, че дългосрочното и устойчиво решение се крие в повишаване на медийната грамотност и критичното

мислене на обществото, а не само в краткосрочни мерки. Втората най-предпочитана мярка са платформите за проверка на фактите (24.5%), което подчертава доверието към граждански и независими механизми за контрол на информацията. 18.6% от участниците поставят акцент върху етичните стандарти на журналистите и прозрачността на медийната собственост, което показва търсене на по-отговорна медийна среда и контрол отвътре, в рамките на самия медийен сектор. Само 17.6% подкрепят държавната регулация, което говори за предпазливост към политическа намеса и потенциални рискове за свободата на словото. (фиг.12)

22. Според Вас, как може да се ограничи разпространението на фалшиви новини?
102 responses



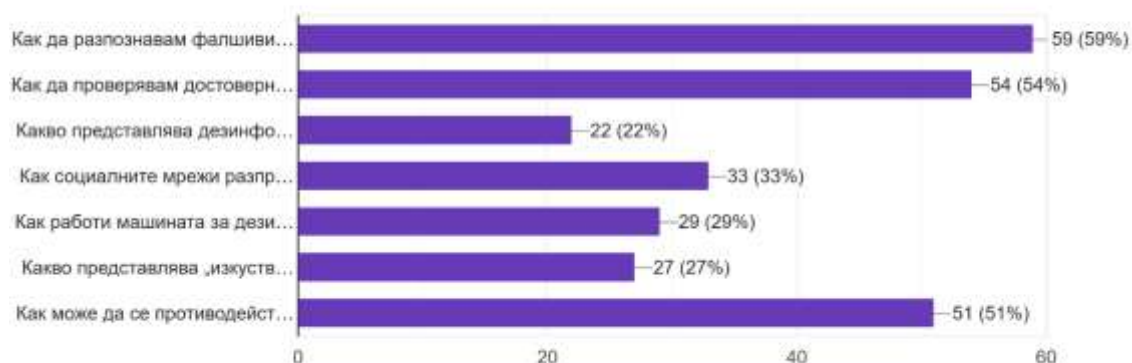
Фиг.12

Жителите на област Шумен живеят в динамична медийна среда, където телевизията и социалните мрежи се преплитат, а границата между информация и дезинформация се размива. Решението, според анкетиранияте, е образование, прозрачност и умение за критично мислене.

На въпрос дали биха участвали в безплатно обучение по темата, 39% казват „да“, а 46% – „не знам“. Това показва, че почти половината от хората проявяват колебание, но не категоричен отказ. От данните може да се заключи, че има значителен потенциал за привличане на участници, ако обучението бъде представено по достъпен, практичен и ангажиращ начин. Най-желаните теми са как да разпознават фалшиви новини (59%), как да проверяват достоверността на информацията (54%) и как да противодействат на фалшивите новини (51%). Търсят се конкретни инструменти и методи, а не теоретични знания. (фиг.13)

24. Ако участвате в обучение, свързано с дезинформацията, какво бихте искали да научите? (възможен е повече от един отговор)

100 responses



Фиг.13

На базата на резултатите от анкетата могат да се открият няколко основни механизма, по които дезинформацията се разпространява в област Шумен. Най-напред това е Facebook, където локалните групи и администратори често се възприемат като авторитетен източник на информация. Именно чрез тези групи се разпространяват и най-много непроверени твърдения, особено когато касаят местни теми. Вторият важен канал са чат приложенията – Viber и WhatsApp, които позволяват бързо и неформално препредаване на информация в затворени кръгове, трудни за мониторинг и корекция. Следват визуалните платформи като TikTok и YouTube, където доминират кратки видеа с емоционални послания и често подвеждащи монтаж. Макар в по-малка степен и традиционните медии понякога са възприемани като носители на дезинформация – предимно когато се тълкува пристрастност или недостатъчна проверка на фактите. Анализът на данните от анкетата показва още, че информационната среда в област Шумен е силно фрагментирана и подложена на противоречиви влияния. Високото използване на социални мрежи за новинарски цели, съчетано с ниско доверие към тях, подсказва, че гражданите се ориентират повече чрез навици и социални кръгове, отколкото чрез обективна оценка на достоверността на съдържанието. Това създава условия за „информационни вериги на доверие“, където непроверена информация се възприема автоматично и се разпространява в затворени общности, а това увеличава риска от масово възприемане на манипулирани послания.

Данните от анкетното проучване водят до заключение, че основният механизъм, чрез който дезинформацията функционира, не е просто разпространение на неточни факти, а изграждане на доверие в неофициални канали и засилване на емоционални реакции. Така справянето с проблема изисква не само контрол върху съдържанието, но и развитие на умения за критично мислене, осъзнаване на психологическите механизми на влияние и стимулиране на култура на проверка и анализ на информацията сред населението. Ефективните стратегии за намаляване на въздействието на дезинформацията ще трябва да се фокусират върху образователни инициативи, изграждането на устойчиви критични навици, прозрачност на медиите.

Как местната общност възприема медиите и дезинформацията – поглед от фокус групите

Фокус групите, проведени за нуждите на анализа, допълват количествените резултати от анкетното проучване, като разкриват по-задълбочено как жителите на област Шумен, представители на местната власт, медиите, образованието и неправителствения сектор, възприемат процесите на информиране и явлението дезинформация. Чрез свободната дискусия бяха очертани нагласите, мотивите и предизвикателствата, които стоят зад статистическите данни и беше потърсено разбиране за това как местната общност изгражда доверие в информационните източници и как реагира на фалшивите новини в дигиталната среда.

Първата фокус група очерта значимите тенденции и проблеми, свързани с информационната среда в област Шумен, както и с начините, по които гражданите възприемат, оценяват и споделят информация. **В дискусията участваха** представители на различни обществени и професионални сектори — **журналисти, експерти от неправителствени организации, представители на социални услуги, собственици и администратори на онлайн медийни платформи**. Тази разнородност позволи да се проследят различните гледни точки към медиите, доверието в тях и потенциала за разпространение на дезинформация в регионален контекст.

Основен извод от разговора е, че доверието в местните медии е изключително ниско. Участниците подчертават, че в област Шумен липсват достатъчно професионални журналистически стандарти, а съдържанието в местните онлайн медии често е зависимо

от политически и икономически интереси. Това създава усещане за едностранчивост и манипулативност на поднасяната информация. Много от участниците споделят, че предпочитат да се информират от национални източници или от социалните мрежи, макар и там да съществува риск от фалшиви новини. Така местната журналистика, която би трябвало да бъде най-близо до общността и нейните реални проблеми, постепенно губи общественото си доверие. Втора отчетлива тенденция е свързана с **общото недоверие към всички източници на информация**, независимо дали са традиционни медии, социални мрежи или институции. Някои участници посочват, че това недоверие произтича от прекомерната политизация на публичния дебат, както и от усещането, че медиите често служат като инструмент за пропаганда, а не като платформа за обективно отразяване на фактите. Отбелязва се, че хората все по-често се обръщат към **„лични източници“** — приятели, познати или групи в социалните мрежи, където информацията циркулира без контрол и проверка. Тази тенденция значително увеличава риска от разпространение на дезинформация и фалшиви новини.

Фокус групата очерта и **конкретни теми**, в които фалшивите новини намират най-благоприятна почва — **здравеопазване, мигрантска криза, войната в Украйна, местна политика и образователни инициативи**. Именно в тези области дезинформацията е най-ефективна, защото стъпва върху емоционални теми, несигурност и страхове. Част от участниците изразиха тревога, че в малките населени места подобни новини се възприемат като „факти“, особено когато идват от близък човек или местна фейсбук страница, която има създадена общност и доверие. Интересен акцент в разговора бе **навлизането на изкуствения интелект в процеса на създаване и разпространение на информация**. Участниците демонстрираха осъзнаване за потенциала му не само като инструмент за създаване на качествено съдържание, но и като средство за манипулация. Изказани бяха примери за генерирани чрез AI изображения и текстове, които изглеждат напълно достоверни и лесно могат да заблудят аудиторията. Това предизвиква усещане за необходимост от нов тип медийна грамотност, в която критичното мислене и разпознаването на изкуствено създадени материали стават основни умения. Когато обсъждат начините, по които разпознават фалшиви новини, участниците посочват различни лични стратегии – проверка на информацията чрез няколко източника, сравнение с национални медии, търсене на оригинален източник, използване на специализирани платформи за проверка на факти. Въпреки това повечето признават, че

подобни практики изискват време, усилие и знания, с които не всички граждани разполагат. Това още веднъж подчертава нуждата от целенасочено обучение по темата за дезинформацията и критичното мислене. В края на дискусиата участниците бяха единодушни, че в региона има сериозен потенциал за развитие на инициативи, свързани с медийна грамотност и дигитална култура.

В заключение, фокус групата ясно показва, че жителите на област Шумен се намират в **информационна среда, белязана от ниско доверие, зависими местни медии и висока уязвимост към дезинформация**. В същото време обаче се наблюдава готовност за промяна и осъзнаване на нуждата от повишаване на медийната грамотност. Тези изводи очертават конкретна посока за обучителна програма – тя трябва да бъде ориентирана към практическо овладяване на инструменти за проверка на информация, разбиране на механизмите на манипулация и изграждане на устойчиво критично мислене в дигиталната епоха. Само чрез подобен тип инициативи може да се повиши обществената устойчивост срещу фалшивите новини и да се укрепят демократичните ценности на местно ниво.

Разговорът **във втората фокус група** очерта един по-задълбочен, професионален и аналитичен поглед върху информационната среда в област Шумен, като в него ясно се проявиха гледните точки на **участници, които са едновременно част от институционалната комуникация, академичната общност и местното управление**. Тази перспектива позволи обсъждането на темата за дезинформацията да се разгърне не само като проблем на медиите, но и като системно отражение на доверието – или по-скоро недоверието – в обществото. Още в началото се забеляза интересна **двуполюсност в оценката на местните медии**. От една страна, част от участниците не се съгласиха с ниския процент доверие, посочен в анкетата, като отбелязаха, че шуменци активно следят местните електронни издания и търсят чрез тях информация за случващото се в града. Това свидетелства за значимостта на локалната информация, която, макар и ограничена по мащаб, изпълнява функцията на социално свързващ елемент. От друга страна, други участници акцентираха върху еднотипността на съдържанието и прекомерната зависимост от институционални прессъобщения, което лишава местните медии от критичен поглед и журналистическа дълбочина. Така доверието към тях е не толкова резултат от съмнение в достоверността, колкото от усещане за формалност и липса на анализ.

Дискусията показва **и по-широк контекст на недоверие** – не само към медиите, а към институциите и системата като цяло. Участниците говориха за „глобализирано недоверие“, при което хората вече трудно вярват на когото и да било, освен на собствената си преценка. Тази нагласа се свързва както с личния опит, така и с усещането, че информацията е „централизирано зададена отгоре“ и че медиите често действат в рамките на наложен тон и официална позиция. Подобно възприятие **засилва скептицизма и насърчава хората да търсят „алтернативни“ източници**, което парадоксално ги прави по-уязвими на фалшиви новини. Като

особено **рискови сфери за дезинформация** бяха открити политиката – национална и местна – и здравеопазването. Участниците изразиха тревога, че фалшивите новини в тези области могат да ерозират общественото доверие в институциите, да предизвикат хаос и апатия, както и да разединяват хората дори на лично ниво. Според тях основната опасност е не само в самото наличие на неверни твърдения, а в тяхното натрупване, което води до объркване и умора. Така фалшивите новини не просто дезинформират, а подкопават способността на гражданите да вземат информирани решения и да участват пълноценно в обществения живот.

Интересен акцент в разговора беше личният опит на участниците с фалшиви новини. Част от тях признаха, че дори като хора с опит в комуникацията не винаги успяват веднага да разпознаят подвеждаща информация. Критериите, които използват, включват проверка на източника, сравняване на новината с други медии и наблюдение на визуалните елементи – прекомерна реклама, странни линкове, сензационни заглавия. Представител на общинската администрация посочи и обратната страна на проблема – случаи, в които реални съобщения, изпратени от институции, се „украсяват“ от медиите в стремеж към по-голяма аудитория. Това очерта още една посока на анализ – как в преследването на видимост и кликове, **границата между журналистическа редакция и манипулация се размива** дори при иначе достоверни източници.

Темата за изкуствения интелект предизвика особено оживена дискусия. Участниците споделиха, че все по-често се натъкват на изображения, видеа и текстове, генерирани от AI, като някои от тях все още могат да бъдат разпознати по неестествени детайли, но други вече изглеждат напълно автентични. Общото мнение беше, че липсва достъпен инструментариум за обикновения потребител, който да помага в **разпознаването на AI-създадено съдържание**. Това засилва усещането за безпомощност и нуждата от

обучение, което да дава конкретни стратегии за проверка на източници, изображения и видеа.

В заключение, втората фокус група показва по-високо ниво на аналитичност и системно мислене по темата, характерно за участници с професионален и управленски опит. Разговорът потвърди **ключовите изводи** от първата група – **ниско доверие в медиите, липса на медийна грамотност и необходимост от обучение** – но добави нови измерения: критичното отношение към ролята на институциите, осъзнаването на технологичните предизвикателства и стремежа към практическо овладяване на уменията за разпознаване на дезинформация.

Заключение

Информационната среда в област Шумен не прави изключение от общите тенденции в страната – висока зависимост от социалните мрежи, ниско доверие в традиционните медии и ограничена медийна грамотност. Жителите на региона са уязвими към дезинформация, която функционира както като разпространение на неточни факти, така и като инструмент за влияние върху нагласите и поведението на общността. Дезинформацията се появява не само от злонамерени действия, но и поради липса на критично мислене, слаба медийна култура и ограничена прозрачност в комуникацията на институциите и медиите.

Конкретни стъпки за подобряване на ситуацията са:

- системно обучение по медийна грамотност в училищата и общините;
- активна роля на местните медии в проверката на факти;
- гарантиране на прозрачност на собствеността;
- създаване на регионални платформи за проверка на информация;
- засилено сътрудничество между институции, училища и НПО.

Освен това, насърчаването на граждански инициативи за „дигитална хигиена“ би подпомогнало изграждането на устойчиви навици за критично оценяване на информацията.

Област Шумен притежава потенциал да се превърне в пример за добри практики в региона, ако се инвестира в образованието, развитието на местните медии и партньорствата, които поставят истината и доверието в центъра на обществената комуникация. Такъв подход би укрепил информационната устойчивост, социалната

съпричастност и способността на гражданите да вземат информирани решения в дигиталната епоха.

Този документ е създаден в рамките на инициатива „3D – дигитализация, дезинформация, демокрация“, финансирана от Европейския съюз и фондация „Работилница за граждански инициативи“ (ФРГИ). Изразените възгледи и мнения са единствено на авторите и не отразяват непременно тези на Европейския съюз или на Европейската изпълнителна агенция за образование и култура (ЕАСЕА) или на ФРГИ. Нито Европейският съюз, нито ЕАСЕА, нито ФРГИ могат да бъдат държани отговорни за тях.“