



Съфинансирано от  
Европейския съюз



**SLACC**

STOP LIES ABOUT CLIMATE CHANGE

**РЕЗЮМЕ**

**ЮЛИ 2022**

**SLACC-PROJECT.EU**

Проектът SLACC (Stop Lies About Climate Change) има за цел да **повиши уменията за критично мислене на младите хора** и да им предостави необходимите (комуникационни) умения за развенчаване на фалшивите новини относно климатичните промени, като по този начин ги **подготви за ролята на „климатични посланици“**. Проектното партньорство се състои от 7 партньорски организации от Австрия, България, Германия, Италия, Кипър, Словения и Франция. За да гарантират, че образователните потребности на двете целеви групи (младежи и младежки работници) са адресирани по най-добрия начин от последващите дейности по проекта, партньорите **проучиха задълбочено ситуацията относно фалшивите новини за климатичните проблеми** в своите страни и какви подходи всяка от тях прилага към образованието в тази област. Освен това партньорите анализираха начините, по които климатичното образование може да се подобри чрез използването на неформални методи и кои са най-добрите стратегии за борба с дезинформацията.

Проучването показва, че хората във всички страни партньори **осъзнават сериозността** на климатичните промени и свързаните тях проблеми. Съществуват обаче някои **категорични различия**, когато става въпрос за степента на внимание, което медиите и националните правителства отделят на темите, свързани с климата. Повсеместно възприетата от обществото **липса на достатъчно информация** не е за подценяване, когато говорим за младите хора, тъй като тя може да доведе до липса на позиция у тях, което означава, че те потенциално биха били **по-податливи на заплахите от дезинформационни кампании**. Въпреки това нивото на информираност сред младежите относно въздействието на климатичните промени върху тяхното ежедневие се оказва доста високо. Общият интерес към темата, особено от страна на по-активните и добре образовани млади хора, също непрекъснато нараства. За това говори и големият брой проекти и инициативи за повишаване на осведомеността относно климата, стартирали през последните години, както и нарасналият брой (младежки) организации, ангажирани с борбата с климатичните промени. Това свидетелства за **голям потенциал у младите хора** да се превърнат в своеобразни посланици на климата.

Проучването показва също, че държавните и неправителствените актьори са доста активни в **разработването на учебителни материали** и в провеждането на обучения по теми, свързани с климата. В резултат на това обучението по климатичните въпроси изглежда вече е **задължителна част от училищните програми** в почти всички страни партньори, макар и да е доста фрагментирано. Въпреки че навсякъде неправителствените организации се явяват **активен двигател на промяната**, истината е, че общите образователни стандарти изглеждат непълни и все още **липсва универсална образователна рамка** в областта на климатичните промени и опазването на околната среда.

Според проведеното проучване освен училището, основните източници, които младите хора използват, за да се информират по климатични въпроси, са **онлайн платформи** като каналите на големите социални медии, а в случая на по-осъзната аудитория - уебсайтове на чуждестранни медии или дори уебстраници, посветени изцяло на климатични теми. В офлайн

средата, (по-малка част от) младежите са склонни все още да се доверяват на телевизията и традиционните печатни медии. Общата тенденция е към **по-кратки текстове, видеосъдържание** и по-малък обем информация като цяло. Същевременно съществува **ниска чувствителност** към необходимостта от това информацията да бъде допълнително проверена; към това, че дори да изглеждат така, някои източници може да не са достатъчно надеждни или че **диверсифицирането на източниците** всъщност допринася за формирането на информирано мнение по такива сложни въпроси. Поради тази причина най-ефективните начини за информиране и ангажиране на младежите по темата за климатичните промени биха следвали техните нужди и интереси – а именно: използване на различни игри и предизвикателства, кратки информационни видеоклипове, достъпно и ангажиращо съдържание, публикувано в социалните медии, свеждане на темата до собственото им ежедневие им чрез реални и близки примери, поемане на отговорност чрез разработване на собствени проекти/инициативи (учене чрез правене), интерактивност (свободно обсъждане, а не назидателно поучаване). Въпреки че за преподавателите и младежките работници понякога е трудно да бъдат в крак с всички новопоявили се комуникационни канали, е важно те да ги използват, за да достигнат до младите хора и да **говорят на техния език**. Важно е също така да се признае, че дори и да позволяват повече фалшиви новини поради свободния достъп и липсата на контрол, **онлайн платформите все пак допринасят за развитието на критичното чувство у младите хора**, колкото и крехко да изглежда то.

Потенциалът е налице, но какво се оказва, що се касае до мотивацията и интереса у младежите да станат своеобразни климатични посланици? Проучването показва, че младите хора определено се интересуват от климатичните промени и са наясно със съществуването на фалшиви новини по темата, макар и да им е **трудно да се ориентират** в наличните ресурси, предоставящи най-разнообразна информация. Младежите масово възприемат по-възрастните хора като **по-податливи на фалшиви новини** поради редица причини: те са по-малко запознати със социалните медии (където най-често се публикуват фалшиви новини) и техните капани; склонни са да вярват повече на това, което намират в интернет, тъй като нямат същите дигитални умения и климатично образование като младежите, и следователно е по-малко вероятно да разпознаят фалшивите новини. В този смисъл младите хора са съгласни, че е **изключително важно да образуват другите** (и себе си) относно фалшивите новини, за да се избегнат погрешни убеждения и възприятия, които биха могли да се превърнат във вредно поведение. В същото време те признават, че **уязвимостта към фалшиви новини не е свързана с възрастта**, а с други фактори като икономическо положение, радикализация и липса на критично мислене.

Това, което трябва да е ясно, за да се води успешна борба с дезинформацията, е **логиката** зад нея - как се разпространяват фалшивите новини и кой е заинтересован от разпространението им. Докладът показва, че основните действащи лица се простират отвъд традиционните бизнес и политически интереси или просто почитателите на конспиративни теории, и че те

намират **все по-иновативни начини да разпространяват дезинформация**, да формират мнения и да създават изкуствени дебати в публичното пространство. Ето защо е изключително важно да се развиват умения за критично мислене възможно най-рано, да се образова и да се повишава чувствителността на обществото, и особено тази на младите хора, че фалшивите новини са част от днешната реалност и че **дезинформацията може да приема много и различни форми**.

Но как да разпознаем фалшивите новини в огромния океан от информация? Съществуват множество **увлекателни упражнения**, използващи игрови елементи като състезания за разобличаване на фалшиви новини, задачи за проучвания в интернет, открити дискусии, интерактивни обучения по медийна грамотност, които в идеалния случай биха били адекватно интегрирани във формалното образование. Освен това има **много онлайн инструменти**, които могат да помогнат в борбата с дезинформацията и трябва да бъдат популяризирани сред младите хора, включително уебсайтове за проверка на фактите и акаунти в социалните медии, публикуващи **синтезирана и достъпна научна информация**, образователни подкасти, онлайн курсове и други дигитални инструменти. Преди всичко, основното, което изпъква като обучителна нужда е **умението за критично мислене**, включително развиване на **съзнание за проблема с дезинформацията** изобщо, последвано или придружено от развиване на методи за **разграничаване на достоверна от фалшива информация**. Необходимо е още да се развиват **преносимите меки умения** като комуникационни умения, проактивност, гъвкавост, постоянство - всички те биха били от полза на един бъдещ посланик на климата.

## Partners



EUROCIRCLE / France  
[eurocircle.fr](http://eurocircle.fr)



DIE BERATER / Austria  
[www.dieberater.com](http://www.dieberater.com)



CATRO / Bulgaria  
[catrobg.com](http://catrobg.com)



CESIE / Italy  
[www.cesie.org](http://www.cesie.org)



BUPNET / Germany  
[www.bupnet.de](http://www.bupnet.de)



CARDET / Cyprus  
[www.cardet.org](http://www.cardet.org)



PINA / Slovenia  
[www.pina.si](http://www.pina.si)



SLACC © 2022 is licensed under CC BY-NC-SA 4.0.  
To view a copy of this license, visit:  
<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>



Co-funded by  
the European Union

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

Project Number: 2021-1-FR02-KA220-YOU-000028761