

MIS
DIS

atire
lead
tort

INFORMATION

ews
r
ruth
fy
lse
otive
ody
urce
act check

ntent
eliberate

etalupina
e

ಪ್ರಕಾಶನ ಕೃಷಿಡಿ

MIS DIS INFORMATION

ಪತ್ರಕರ್ತರ ಕೈಪಿಡಿ

ಪರಿವಿಡಿ

❖ ಮುನ್ನುಡಿ	1
❖ ಪ್ರಸ್ತಾವನೆ	3
❖ ಪರಿಚಯ	5
❖ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನ	6
❖ ಸುಳ್ಳು ಮಾಹಿತಿ ಮತ್ತು ತಪ್ಪು ಮಾಹಿತಿಯ ವಿಧಗಳು	7
❖ ಪರಿಶೀಲನೆಗಾಗಿ ಸಾಧನಗಳು (Tools for Verification)	9
♦ ಚಿತ್ರ ಪರಿಶೀಲನೆ (Image Verification)	
• ಹುಡುಕಾಟದ ಸಾಧನಗಳು (Search Tools)	
ಗೂಗಲ್‌ನ ರಿವರ್ಸ್ ಇಮೇಜ್ (Google's Reverse Image Search)	
ರೆವ್‌ಬ ರಿವರ್ಸ್ ಇಮೇಜ್ ಹುಡುಕಾಟ: ವಿವಿಧ ಸರ್ಚ್	
ಇಂಜಿನ್‌ಗಳನ್ನು ಬಳಸಿ ಹುಡುಕಾಟ (RevEye Reverse Image Search)	
• ಕೆಲವು ಸಲಹೆ-ಸೂಚನೆಗಳು	
• ಕ್ರಾಪಿಂಗ್ ಟೂಲ್ಸ್/ಸಾಧನಗಳು (Cropping Tools)	
ಆಸಂ ಸ್ಕ್ರೀನ್ ಶಾಟ್ (Awesome Screenshot)	
ಗ್ರೀನ್‌ಶಾಟ್ (Greenshot)	
• Time Filter-ನಿಮ್ಮ ಇಮೇಜ್ ಸರ್ಚ್‌ನ ಹುಡುಕಾಟವನ್ನು ಪರಿಷ್ಕರಿಸುವುದು	
• ಕೆಲವು ಸಲಹೆ-ಸೂಚನೆಗಳು	
♦ ವಿಡಿಯೋ ಪರಿಶೀಲನೆ (Video Verification)	14
• ಇನ್‌ವಿಡ್ (InVid)	
• ಯೂಟ್ಯೂಬ್‌ಡಾಟಾ ವ್ಯೂಅರ್ (YouTube Data Viewer)	
• ಪ್ರತಿ ಫ್ರೇಮ್‌ಅನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸಿ (Watch Frame by Frame)	
• ಕೆಲವು ಸಲಹೆ-ಸೂಚನೆಗಳು	

◆ ಸ್ಥಳ ಪರಿಶೀಲನೆ (Geo-location)	18
<ul style="list-style-type: none"> • ಗೂಗಲ್ ಮ್ಯಾಪ್‌ಗಳು/ನಕ್ಷೆಗಳು (Google Maps) • ಗೂಗಲ್ ಸ್ಟ್ರೀಟ್ ವ್ಯೂ (Google Street View) • ಗೂಗಲ್ ಅರ್ತ್ (Google Earth) • ಮ್ಯಾಪಿಲರಿ (Mapillary) • ಕೆಲವು ಸಲಹೆ-ಸೂಚನೆಗಳು 	
◆ ಮೂಲದ ಪರಿಶೀಲನೆ (Source Verification)	22
<ul style="list-style-type: none"> • ಸುಳ್ಳು ಅಕೌಂಟ್‌ಗಳು ಹಾಗೂ ವೆಬ್‌ಸೈಟ್‌ಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸುವುದು • ಸೋಶಿಯಲ್ ಆಡಿಟಿಂಗ್ (Social Auditing) • ಕೆಲವು ಸಲಹೆ-ಸೂಚನೆಗಳು 	
◆ ಮಾಹಿತಿ ಪರಿಶೀಲನೆಗಾಗಿ ಸಲಹೆ-ಸೂಚನೆಗಳು	24
◆ ಸುದ್ದಿ ಲೇಖನಗಳನ್ನು ಓದಲು ಸಲಹೆ-ಸೂಚನೆಗಳು	
❖ ಸುಳ್ಳು ಮಾಹಿತಿ ಮತ್ತು ತಪ್ಪು ಮಾಹಿತಿ: ಅವಲೋಕನ	26
<ul style="list-style-type: none"> ◆ ಸುಳ್ಳು ಮಾಹಿತಿ ಮತ್ತು ತಪ್ಪು ಮಾಹಿತಿ ◆ ಸುಳ್ಳು ಮಾಹಿತಿ/ತಪ್ಪು ಮಾಹಿತಿಗೆ ಕಾರಣಗಳು ◆ ಸುದ್ದಿಮನೆಗಳು/ಸುದ್ದಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಸ್ವರೂಪ ◆ ಮಾಧ್ಯಮ ಹಾಗೂ ಓದುಗರ ನಡುವಿನ ಸಂಬಂಧ ◆ ಮಾಹಿತಿ-ಪರಿಶೀಲನೆ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಹಾಗೂ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಪಾತ್ರ 	
❖ ಉತ್ತಮ ವ್ಯವಸ್ಥೆಗಳು	30
<ul style="list-style-type: none"> ◆ ಪತ್ರಕರ್ತರು <ul style="list-style-type: none"> • ಮೂಲಗಳು • ವರದಿಗಾರಿಕೆ/ಬರವಣಿಗೆ/ಸಂಪಾದನೆ • ಮಾಹಿತಿ ಪರಿಶೀಲನೆ (Fact-checking) ◆ ಮಾಧ್ಯಮ ಮುಖ್ಯಸ್ಥರು/ಸಂಸ್ಥೆಯ ಮುಖ್ಯಸ್ಥರು ◆ ಪತ್ರಕರ್ತರು ಹಾಗೂ ಮಾಧ್ಯಮ ಒಕ್ಕೂಟಗಳು 	
❖ ಸುದ್ದಿಮನೆಗಳಲ್ಲಿ ತಪ್ಪು ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ನಿಭಾಯಿಸುವುದು: ಶಿಬಿರಾರ್ಥಿಗಳ ಸೂಚನೆಗಳು	36
❖ ಮಾಹಿತಿ-ಪರಿಶೀಲನೆ ಮಾಡುವ ವೆಬ್‌ಸೈಟ್‌ಗಳು	39
❖ ಹೆಚ್ಚಿನ ಓದಿಗೆ ಸಂಪನ್ಮೂಲಗಳು	41
❖ ಉಲ್ಲೇಖಗಳು	43

ಮುನ್ನುಡಿ

ಡ್ಯಾನ್ ಶೆಲ್

ಕಾರ್ಯಕಾರಿ ನಿರ್ದೇಶಕರು

ರೇಡಿಯೋ ಟೆಲಿವಿಷನ್ ಡಿಜಿಟಲ್ ನ್ಯೂಸ್ ಅಸೋಸಿಯೇಷನ್
ವಾಷಿಂಗ್ಟನ್, ಡಿಸಿ

ತಪ್ಪು ಮಾಹಿತಿ (Misinformation), ಹಾಗೂ ಅದರ ಹೆಚ್ಚು ಅಪಾಯಕಾರಿ ಸಂಬಂಧಿ, ಸುಳ್ಳು ಮಾಹಿತಿ (Disinformation), ಜಗತ್ತಿನಾದ್ಯಂತದ ಪ್ರಜಾಪ್ರಭುತ್ವಕ್ಕೆ ಅಂಟಿದ ಶಾಪಗಳಾಗಿವೆ. ಅವುಗಳಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿರುವ ಜನರು ಹಲವಾರು ಬಾರಿ ಚುನಾವಣೆಗಳ ಮೇಲೆ ಪ್ರಭಾವ ಬೀರುವಲ್ಲಿ, ಮುಗ್ಧ ಜನರ ವರ್ಚಸ್ಸಿಗೆ ಹಾನಿ ಮಾಡುವಲ್ಲಿ ಮತ್ತು ಕೆಲ ಅಪರೂಪದ ಸಂದರ್ಭಗಳಲ್ಲಿ ಹಿಂಸಾಚಾರವನ್ನು ಪ್ರಚೋದಿಸುವಲ್ಲಿ ಸಫಲವಾಗಿದ್ದಾರೆ.

ತಿಳಿದೋ ತಿಳಿಯದೆಯೋ, ಸುಳ್ಳು ಮತ್ತು ತಪ್ಪು ಮಾಹಿತಿಯ ಹರಡುವುದನ್ನು ತಡೆಯುವ ಹೊಣೆ ಪತ್ರಕರ್ತರ ಮೇಲಿದೆ, ಅಷ್ಟೇ ಅಲ್ಲದೆ, ಸತ್ಯದ ತಲಸ್ಪರ್ಶಿ ಶೋಧನೆ ಮಾಡಿ, ನಿಜಸ್ವರೂಪವನ್ನು ಬಯಲು ಮಾಡುವ ಗುರುತರ ಜವಾಬ್ದಾರಿಯೂ ಅವರ ಮೇಲಿದೆ. ಆಗಸ್ಟ್ 2019ರಲ್ಲಿ, ದಕ್ಷಿಣ ಭಾರತದ ಪತ್ರಕರ್ತರು, ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿಗಳು ಹಾಗೂ ಸಾರ್ವಜನಿಕರೊಂದಿಗೆ ತಪ್ಪು ಮಾಹಿತಿ ಮತ್ತು ಸುಳ್ಳು ಮಾಹಿತಿಯ ಅಪಾಯಗಳ ಬಗ್ಗೆ, ಹಾಗೂ ಸುಳ್ಳು ಮಾಹಿತಿಯಿಂದ ಉಂಟಾಗುವ ಹಾನಿಯನ್ನು ತಡೆಗಟ್ಟುವ ಪ್ರಯತ್ನದಲ್ಲಿ ಅವರು ನಿಭಾಯಿಸಬೇಕಾದ ವಿಶಿಷ್ಟ ಪಾತ್ರಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಮಾತನಾಡಲು ಚೆನ್ನೈಗೆ ಬರಲು ಅವಕಾಶ ಸಿಕ್ಕಿದ್ದು ನನ್ನ ಭಾಗ್ಯ. ಈ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ವಿಡಿಯೋ ಕಾನ್ಫರೆನ್ಸ್‌ನ ಮೂಲಕ, ಕರ್ನಾಟಕ, ಕೇರಳ ಮತ್ತು ತಮಿಳುನಾಡಿನ ಪತ್ರಕರ್ತರೊಂದಿಗೂ ನಾನು ಸಂವಾದ ನಡೆಸಿದೆ.

ನಾನು ಭೇಟಿ ಮಾಡಿದ ಸಂಪಾದಕರು, ಹಿರಿಯ ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮಿಗಳು, ಪತ್ರಕರ್ತರು ಹಾಗೂ ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿಗಳು, ಅವರಿಗೆ ನೀಡಲಾದ ಹೊಣೆಗಾರಿಕೆಗೆ ಸ್ಪಂದಿಸಿದುದು, ಅದರಲ್ಲೂ, ಸುಳ್ಳು ಮಾಹಿತಿ ಹಾಗೂ ತಪ್ಪು ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಬುಡಸಮೇತ ಕಿತ್ತೊಗೆದು, ಬಹಿರಂಗಗೊಳಿಸಿ, ಹಾಗೂ ನಿಜಸ್ವರೂಪ ಬಯಲಿಗೆಳೆಯುವ ಮೂಲಕ, ಸಾರ್ವಜನಿಕರನ್ನು ಪ್ರಚೋದಿಸುವ/ರೊಚ್ಚಿಗೆಬ್ಬಿಸುವ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ನೀಡದೆ, ವಾಸ್ತವದ ನೆಲೆಗಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ವರದಿಗಾರಿಕೆ ಮಾಡಲು ಒಪ್ಪಿಕೊಂಡಿದ್ದಕ್ಕೆ ನನ್ನ ಮನಸ್ಸು ಆದ್ರ್ವವಾಯಿತು.

ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮವು ಪವಿತ್ರ ಕರೆ ಎಂದು ನಂಬಿದ ಅನೇಕರಲ್ಲಿ, ನಾನು ಒಬ್ಬ. ಅದು ಹೆಚ್ಚು ತಿಳುವಳಿಕೆಯುಳ್ಳ ಹಾಗೂ ಸುಶಿಕ್ಷಿತ ಸಮಾಜವನ್ನು ರೂಪಿಸುವ ಮಹತ್ವದ ಕಾರ್ಯವನ್ನು ಮಾಡುವುದೆಂದು ಅನೇಕರು ನಂಬಿದ್ದಾರೆ. ಇತಿಹಾಸದುದ್ದಕ್ಕೂ, ಸಮಗ್ರ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಹೊಂದಿರುವ ಜನರು ತಮ್ಮ ಜೀವನ, ತಮ್ಮ ಸಮುದಾಯ ಹಾಗೂ ತಮ್ಮ ಸ್ಥಳೀಯ, ಪ್ರಾದೇಶಿಕ ಹಾಗೂ ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಸರ್ಕಾರಗಳ ಮುಂದಾಳತ್ವವನ್ನು ಯಾರು ವಹಿಸಬೇಕೆಂಬುದರ ಬಗ್ಗೆಗೆ ಉತ್ತಮ ನಿರ್ಧಾರಗಳನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಂಡಿದ್ದಾರೆ.

ಈ ಕೈಪಿಡಿಯು, ಸುಳ್ಳು ಮಾಹಿತಿ ಹಾಗೂ ತಪ್ಪು ಮಾಹಿತಿಯ ವಿರುದ್ಧದ ಹೋರಾಟದಲ್ಲಿ, ದಕ್ಷಿಣ ಭಾರತದ ಪತ್ರಕರ್ತರು ಬಳಸಬಹುದಾದ, ಹಾಗೂ ಬಳಸಲೇಬೇಕಾದ ಅಮೂಲ್ಯ ಮಾರ್ಗದರ್ಶನ ಮತ್ತು ಸಾಧನಗಳನ್ನು ಒದಗಿಸುತ್ತದೆ - ಹೆಚ್ಚು ತಿಳುವಳಿಕೆಯುಳ್ಳ ಹಾಗೂ ಸುಶಿಕ್ಷಿತ ಸಮಾಜವನ್ನು ರೂಪಿಸುವ ಆತ್ಮಸಾಕ್ಷಿಗೆ ಸ್ಪಂದಿಸಲು ಅವರು ಇದನ್ನು ಬಳಸಬಹುದು ಹಾಗೂ ಬಳಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ.

ಮುನ್ನುಡಿ

ನಳಿನಿ ರಾಜನ್

ಡೀನ್ ಆಫ್ ಸ್ಟಡೀಸ್

ಏಶಿಯನ್ ಕಾಲೇಜ್ ಆಫ್ ಜರ್ನಲಿಸಂ

ಪತ್ರಕರ್ತನನ್ನು ಸದಾ ಸಾರ್ವಜನಿಕರಿಗೆ ಮಾಹಿತಿ ಹಂಚುವ, ಸಮಾಜದ ಕಾವಲುಗಾರರಾಗಿರುವ ಹಾಗೂ ಶಿಕ್ಷಣ ನೀಡುವ ಗುರುತರ ಪಾತ್ರವನ್ನು ವಹಿಸುವ ದೃಷ್ಟಿಯಿಂದಲೇ ಕಾಣಲು ಸಾಧ್ಯವಿಲ್ಲ. ಹಲವಾರು ಕಾರಣಗಳಿಗಾಗಿ, ಪತ್ರಕರ್ತರು ಕೆಲವೊಮ್ಮೆ ತಾವು ಕಂಡುಕೊಂಡ ಸತ್ಯಗಳನ್ನು ತಪ್ಪಾಗಿ ಗ್ರಹಿಸುತ್ತಾರೆ ಮತ್ತು ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ಸುಳ್ಳು ಮಾಹಿತಿ ಅಥವಾ ತಪ್ಪು ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಪ್ರಕಟಿಸಬಹುದು/ಪರಿಚಯಿಸಬಹುದು. ಜುಲೈ-ಸೆಪ್ಟೆಂಬರ್, 2019ರಲ್ಲಿ ಪ್ರಾದೇಶಿಕ ಭಾಷೆಗಳಾದ ಕನ್ನಡ, ಮಲಯಾಳಂ, ಮತ್ತು ತಮಿಳು ಭಾಷೆಗಳಲ್ಲಿ, ದಕ್ಷಿಣ ಭಾರತದಾದ್ಯಂತ ನಡೆಸಿದ ಮೂರು ಕಾರ್ಯಾಗಾರಗಳಲ್ಲಿ ಭಾಗವಹಿಸಿದ ಹಲವಾರು ಭಾಗಾಧೀನಗಳೂ ಇದೇ ಅಭಿಪ್ರಾಯವನ್ನು ವ್ಯಕ್ತಪಡಿಸಿದರು. 'ದಕ್ಷಿಣ ಭಾರತದಲ್ಲಿ ತಪ್ಪು ಮಾಹಿತಿ/ಸುಳ್ಳು ಮಾಹಿತಿ ತಡೆಗಟ್ಟುವುದು: ಪ್ರಾದೇಶಿಕ ಮಾಧ್ಯಮ ಸಾಕ್ಷರತಾ ಉಪಕ್ರಮ' ಎಂಬ ವಿಷಯವನ್ನು ಕುರಿತಾದ ಈ ಕಾರ್ಯಾಗಾರಗಳನ್ನು ಯುಎಸ್ ಕಾನ್ಸುಲೇಟ್ ಜನರಲ್ ಸಹಯೋಗದೊಂದಿಗೆ ಮೀಡಿಯಾ ಡೆವಲಪ್‌ಮೆಂಟ್ ಫ್ಲಾಂಡೇಶನ್ (ಮಾಧ್ಯಮ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಪ್ರತಿಷ್ಠಾನವು) ಚೆನ್ನೈನಲ್ಲಿ ನಡೆಸಿತು.

ಪತ್ರಿಕಾಗೋಷ್ಠಿಯಲ್ಲಿ ಹೇಳಲಾದ ಎಲ್ಲ ವಿಷಯಗಳ ನಿಖರತೆಯನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸುವುದು ಕಷ್ಟಕರವಾಗಿರುವುದೂ, ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ತಪ್ಪು ಮಾಹಿತಿಯು ಕಾಣುವ ಹಲವಾರು ಕಾರಣಗಳಲ್ಲಿ ಒಂದಾಗಿದೆ; ಆದರೂ, ಅಂತಹ ಎಲ್ಲ ಪ್ರಯತ್ನಗಳನ್ನೂ ಒಬ್ಬ ಪತ್ರಕರ್ತನು ಮಾಡಬೇಕು. ಜೊತೆಗೆ, ಚ್ಯಾನಲ್‌ಗಳ ನಡುವೆ ಬ್ರೇಕಿಂಗ್ ನ್ಯೂಸ್ ಕೊಡುವಲ್ಲಿ ಇರಬ, ಅಂತಹ ಗೌಪ್ಯವಾಗೇನೂ ಉಳಿಯದ ಪೈಪೋಟಿ ಇದ್ದು, ಜನಪ್ರಿಯತೆ ಹಾಗೂ ಟಾರ್ಗಟ್ ರೇಟಿಂಗ್ ಪಾಯಿಂಟ್‌ಗಳನ್ನು (ಟಿಆರ್‌ಪಿ) ಬೆನ್ನಟ್ಟುವ ಪ್ರಸ್ತುತ ವಾತಾವರಣದಲ್ಲಿ, ಪತ್ರಕರ್ತರು ಕಠಿಣ ಹಾಗೂ ಕೂಲಂಕುಷವಾದ ಸತ್ಯ-ಶೋಧನೆಯ ಕಾರಣದಿಂದ ಹಿಂದುಳಿಯಲು/ನಿಧಾನಗತಿಯಲ್ಲಿ ಸಾಗಲು ಬಯಸುವುದಿಲ್ಲ.

ಹಾಗಾಗಿ, ಈ ಉದಾತ್ತ ವೃತ್ತಿಯ ನೈತಿಕ ಮಹತ್ವವನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುವ ಸಲುವಾಗಿ, ಇತರ ವಿಷಯಗಳೂ ಸೇರಿದಂತೆ, ಡಿಜಿಟಲ್ ಯುಗದಲ್ಲಿ ಸಾಧನಗಳನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಂಡು ತಪ್ಪು ಮಾಹಿತಿ ಮತ್ತು ಸುಳ್ಳು ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ತಡೆಗಟ್ಟುವ ಮಾರ್ಗಗಳನ್ನು ಕಂಡುಹಿಡಿಯುವುದು ಒಂದು ಸವಾಲಾಗಿದೆ.

ಪ್ರಸ್ತಾವನೆ

ಪ್ರತಿದಿನವೂ ತಪ್ಪು ಮಾಹಿತಿ ಅಥವಾ ಸುಳ್ಳು ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಎದುರಿಸುವ ಪತ್ರಕರ್ತರಿಗೆ, ಇದೊಂದು ಗಂಭೀರ ಹಾಗೂ ಆತಂಕಕಾರಿ ವಿಷಯ. ಪತ್ರಕರ್ತರಿಗೆ ನೆರವಾಗಲೆಂದು ತಪ್ಪು ಮಾಹಿತಿ ಹಾಗೂ ಸುಳ್ಳು ಮಾಹಿತಿ ಕುರಿತಾದ ಈ ಕೈಪಿಡಿಯನ್ನು ತರಲಾಗಿದೆ.

ಕೈಪಿಡಿಯು ಮೂರು ಮುಖ್ಯ ವಿಭಾಗಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿದೆ: ತಪ್ಪು ಮಾಹಿತಿ ಹಾಗೂ ಸುಳ್ಳು ಮಾಹಿತಿಯ ಪರಿಚಯ, ಮತ್ತು ಅವುಗಳ ಹಲವಾರು ಪ್ರಕಾರಗಳು; ಮಾಹಿತಿಯ ಸತ್ಯಾಸತ್ಯತೆಯನ್ನು, ಅದರಲ್ಲೂ ವಿಶೇಷವಾಗಿ ಚಿತ್ರಗಳು ಹಾಗೂ ವೀಡಿಯೋಗಳನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸುವ ಸಾಧನಗಳು ಮತ್ತು ಕಾರ್ಯತಂತ್ರಗಳು; ಮತ್ತು ವೈಯಕ್ತಿಕ ಮತ್ತು ಸಾಂಸ್ಥಿಕ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ, ನ್ಯೂಸ್‌ರೂಮ್‌ನಲ್ಲಿನ ಸುಳ್ಳು ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ತಡೆಗೆ ಅನುಸರಿಸಬೇಕಾದ ಉತ್ತಮ ಆಚರಣೆಗಳು.

ಜುಲೈ-ಸೆಪ್ಟೆಂಬರ್, ೨೦೧೯ರ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಕೊಚ್ಚಿ, ಚೆನ್ನೈ ಮತ್ತು ಬೆಂಗಳೂರಿನಲ್ಲಿ ಪತ್ರಕರ್ತರಿಗಾಗಿ ನಡೆಸಿದ ತರಬೇತಿಯ ಸೆಷನ್/ಅಧಿವೇಶನಗಳಲ್ಲಿ ಪ್ರಸ್ತುತ ಪಡಿಸಲಾದ ಸಾಧನಗಳ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಇದು ಒಳಗೊಂಡಿದೆ.

ಈ ಅಧಿವೇಶನಗಳನ್ನು ಭಾರತ ಮತ್ತು ಯುನೈಟೆಡ್ ಸ್ಟೇಟ್ಸ್‌ನ ಪ್ರಮುಖ ಸತ್ಯ-ಶೋಧನಾ ತಜ್ಞರು ನಡೆಸಿದರು. ತರಬೇತಿಯ ಸಾಮಗ್ರಿಗಳನ್ನು ಒದಗಿಸಿ, ಅಧಿವೇಶನಗಳನ್ನು ನಡೆಸಿದ ಗೂಗಲ್ ನ್ಯೂಸ್ ಇನಿಶಿಯೇಟಿವ್ ಮತ್ತು ಅದರ ಪ್ರಮಾಣೀಕೃತ ತರಬೇತುದಾರರಾದ ಭರತ್ ನಾಯಕ್, ಸುನಿಲ್ ಪ್ರಭಾಕರ್ ಹಾಗೂ ಸತೀಶ್ ಕುಮಾರ್ ವಿ. ಅವರಿಗೂ, ಮತ್ತು, ಆಲ್ಬ್ ನ್ಯೂಸ್‌ನ ಪ್ರತೀಕ್ ಸಿನ್ಹಾ ಮತ್ತು ಪೂಜಾ ಚೌಧುರಿ ಅವರಿಗೆ ನಾನು ಧನ್ಯವಾದಗಳನ್ನು ಸಲ್ಲಿಸ ಬಯಸುತ್ತೇನೆ. ಕಾರ್ಯಾಗಾರಗಳಲ್ಲಿ ಪತ್ರಕರ್ತರಿಗೆ ತರಬೇತಿ ನೀಡುವ ಸಲುವಾಗಿ ವೆಬಿನಾರ್‌ಗಳನ್ನು ನಡೆಸಿದ ಯುನೈಟೆಡ್ ಸ್ಟೇಟ್ಸ್‌ನ ರೇಡಿಯೊ ಟೆಲಿವಿಷನ್ ಡಿಜಿಟಲ್ ನ್ಯೂಸ್ ಅಸೋಸಿಯೇಶನ್‌ನ (ಆರ್‌ಟಿಡಿಎನ್‌ಎ) ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಾಹಕ ನಿರ್ದೇಶಕರಾದ ಡ್ಯಾನ್ ಶೆಲ್ಲಿ ಅವರಿಗೂ ನಾನು ಧನ್ಯವಾದಗಳನ್ನು ಅರ್ಪಿಸುತ್ತೇನೆ.

ಕಾರ್ಯಾಗಾರಗಳು ಮತ್ತು ಒಂದು ದಿನದ ಸಮ್ಮೇಳನದಲ್ಲಿ ಹಿರಿಯ ಪತ್ರಕರ್ತರು, ಸಂಪಾದಕರು, ವಿವಿಧ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡವರು, ಸತ್ಯ-ಶೋಧಕರು ಮತ್ತು ಶಿಬಿರಾರ್ಥಿಗಳ ನಡುವಿನ ಪ್ಯಾನಲ್ ಚರ್ಚೆಗಳು ಮತ್ತು ಮಾತುಕತೆಗಳಿಂದ ಉತ್ತಮ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಈ ಕೈಪಿಡಿ ಒಳಗೊಂಡಿದೆ. ಈ ಅಧಿವೇಶನಗಳ ಟಿಪ್ಪಣಿಗಳು/ಅನಿಸಿಕೆಗಳು ಮತ್ತು ಅವಲೋಕನಗಳನ್ನು ಓದಲು ಸುಲಭವಾಗುವ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಕ್ರೋಢೀಕರಿಸಲಾಗಿದೆ. ಇದು ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಕೊಂಡವರು, ಹವ್ಯಾಸಿ ಪತ್ರಕರ್ತರು ಮತ್ತು ಈ ಕ್ಷೇತ್ರಕ್ಕೆ ಹೊಸದಾಗಿ ಪ್ರವೇಶಿಸಿದವರಿಗೆ ಉಪಯುಕ್ತ ಮಾರ್ಗದರ್ಶಿಯಾಗುವುದೆಂದು ನಾವು ಭಾವಿಸುತ್ತೇವೆ. ಎಲ್ಲಾ ಹಿರಿಯ ಪತ್ರಕರ್ತರು, ಸಂಪಾದಕರು, ಮಾಧ್ಯಮ ಒಳಕೆದಾರರು, ಸತ್ಯ-ಶೋಧಕರು ಮತ್ತು ಶಿಬಿರಾರ್ಥಿಗಳು ನೀಡಿದ ಉಪಯುಕ್ತ ಸಲಹೆಗಳು, ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳು ಹಾಗೂ ಚರ್ಚೆಗಳಲ್ಲಿ ಭಾಗವಹಿಸಿದುದಕ್ಕಾಗಿ ನಾನು ಧನ್ಯವಾದಗಳನ್ನು ಸಲ್ಲಿಸುತ್ತೇನೆ. ಈ ಉಪಕ್ರಮದಲ್ಲಿ ಭಾಗವಹಿಸುವ ಮೂಲಕ ತಮ್ಮ ಬೆಂಬಲವನ್ನು ನೀಡಿದ ಮಲಯಾಳಂ, ತಮಿಳು ಮತ್ತು ಕನ್ನಡದ ಪ್ರಾದೇಶಿಕ ಭಾಷೆಗಳಲ್ಲಿನ ಸುದ್ದಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳಿಗೆ ನಾನು ಆಭಾರ.

ಬಾಬು ಜೋಸೆಫ್ ಮತ್ತು ತಂಡದ ನೇತೃತ್ವದ ಕೊಚ್ಚಿಯ ಸೇಕ್ರೆಡ್ ಹಾರ್ಟ್ ಕಾಲೇಜ್, ಮತ್ತು ಬೆಂಗಳೂರಿನ ಕಮ್ಯುನಿಕೇಷನ್ ಫಾರ್ ಡೆವಲಪ್‌ಮೆಂಟ್ ಆಂಡ್ ಲರ್ನಿಂಗ್ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಮುಂದಾಳತ್ವವನ್ನು

ವಹಿಸಿದ ಹೇಮಾ ಪ್ರಸನ್ನ ಹಾಗೂ ತಂಡವನ್ನು ಒಳಗೊಂಡ ನಮ್ಮ ಪ್ರಾದೇಶಿಕ ಸಹಭಾಗಿಗಳು, ಈ ನಗರಗಳಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯಾಗಾರಗಳನ್ನು ಆಯೋಜಿಸಿ ನಡೆಸುವಲ್ಲಿ ಪ್ರಮುಖ ಪಾತ್ರ ವಹಿಸಿದ್ದರು, ಅವರಿಗೆ ನನ್ನ ಹೃತ್ಪೂರ್ವಕ ಧನ್ಯವಾದಗಳು. ಯೋಜನೆಯು ಪರ್ಯಂತ, ತಮ್ಮ ಬದ್ಧತೆ ಹಾಗೂ ಅತ್ಯುತ್ತಮ ಕಾರ್ಯಗಳಿಗಾಗಿ ಸಂಶೋಧನಾ ಸಹಾಯಕರಾದ ಗಣಪತಿ ಹೆಗ್ಡೆ, ಸ್ನೇಹಾ ಎಂ., ಸುಲ್ತಾನಾ ಸಲೀಮ್ ಮತ್ತು ಗೌತಮ್ ರಾಜ್ ಆರ್ ಅವರು ನೀಡಿದ ಕೊಡುಗೆಗಳಿಗೆ ನನ್ನ ನಮನಗಳು. ತಂಡಗಳಿಗೆ ಮಾರ್ಗದರ್ಶಕರಾಗಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸಿದ ಡಾ.ಕೆ.ನಾಗರಾಜ್ ಅವರಿಗೆ ನನ್ನ ವಿಶೇಷ ಧನ್ಯವಾದಗಳನ್ನು ಸಲ್ಲಿಸಲು ಬಯಸುತ್ತೇನೆ.

ಚೆನ್ನೈನ ಯು.ಎಸ್. ಕಾನ್ಸಲೇಟ್ ಜನರಲ್ ನೀಡಿದ ಅನುದಾನದೊಂದಿಗೆ ಈ ಯೋಜನೆಯನ್ನು ಅನುಷ್ಠಾನ ಮಾಡಲಾಯಿತು. ಕಾರ್ಯಾಗಾರಗಳು ಮತ್ತು ಸಮ್ಮೇಳನಗಳನ್ನು ನಡೆಸಲು ಬೆಂಬಲ ಹಾಗೂ ಸಹಕಾರ ನೀಡಿದ ಮಾಧ್ಯಮ ಸಲಹೆಗಾರರಾದ ಸುಜಾತಾ ಶ್ರೀನಿವಾಸನ್ ಮತ್ತು ಅವರ ತಂಡದವರಾದ ಇಳಿಯಪೆರುಮಾಳ್, ಹೇಮಲತಾ ಹರಪನಹಳ್ಳಿ, ನೆಲ್ಸನ್ ಕೆ. ಪೌಲ್ ಅವರಿಗೆ ಧನ್ಯವಾದಗಳನ್ನು ಅರ್ಪಿಸುತ್ತೇನೆ. ಯೋಜನಾ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ನೀಡಿದ ನಿಯಮಿತ ಕೊಡುಗೆಗಳಿಗಾಗಿ ಚೆನ್ನೈನ ಯು.ಎಸ್. ಕಾನ್ಸಲೇಟ್‌ನ ಪಬ್ಲಿಕ್ ಅಫೇರ್ಸ್ ಆಫೀಸರ್ ಲಾರಿನ್ ಹೆಚ್. ಲವ್ಲೆಸ್ ಮತ್ತು ವಕ್ತಾರರಾದ ಕ್ಯಾಥ್ಲೀನ್ ಹೊಸಿ ಅವರಿಗೆ ನಾನು ಧನ್ಯವಾದಗಳನ್ನು ಅರ್ಪಿಸುತ್ತೇನೆ. ಅನುದಾನ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ನಮಗೆ ನೆರವು ನೀಡಿದ ಅನುದಾನ ನಿರ್ವಹಣಾ ಸಹಾಯಕಿ ಸೂಸಿ ಅಲೆಕ್ಸಾಂಡರ್, ಹಾಗೂ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮ ಮತ್ತು ವಿವಿಮಯ ತಜ್ಞರಾದ (ಪ್ರೋಗ್ರಾಂಸ್ ಆಂಡ್ ಎಕ್ಸ್‌ಚೇಂಜಸ್ ಸ್ಟೆಷಲಿಸ್ಟ್) ರತ್ನ ಮುಖರ್ಜಿ ಅವರಿಗೆ ನನ್ನ ವಿಶೇಷ ಧನ್ಯವಾದಗಳು.

ಈ ಯೋಜನೆಯನ್ನು ಕಾರ್ಯರೂಪಕ್ಕೆ ತರುವಲ್ಲಿ ನಮಗೆ ಮಾರ್ಗದರ್ಶನ ಮತ್ತು ಪ್ರೋತ್ಸಾಹ ನೀಡಿದ ಮೀಡಿಯಾ ಡೆವಲಪ್‌ಮೆಂಟ್ ಫೌಂಡೇಶನ್‌ನ (ಮಾಧ್ಯಮ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಪ್ರತಿಷ್ಠಾನ) ಅಧ್ಯಕ್ಷ ಶಶಿ ಕುಮಾರ್ ಅವರಿಗೆ ನನ್ನ ಹೃತ್ಪೂರ್ವಕ ಧನ್ಯವಾದಗಳು. ಯೋಜನೆಯ ಆದ್ಯಂತ ತಮ್ಮ ಅವಿರತ ಬೆಂಬಲ ಹಾಗೂ ಮಾರ್ಗದರ್ಶನ ನೀಡಿದ ಏಷ್ಯನ್ ಕಾಲೇಜ್ ಆಫ್ ಜರ್ನಲಿಸಂನ ಅಧ್ಯಯನಗಳ ಡೀನ್ ಆದ ಡಾ.ನಳಿನಿ ರಾಜನ್ ಅವರಿಗೆ ನನ್ನ ಅನಂತಾನಂತ ಧನ್ಯವಾದಗಳು. ಈ ಯೋಜನೆಗೆ ಬೆನ್ನೆಲುಬಾಗಿರುವ ಮತ್ತು ತಂಡಗಳಿಗೆ ಅಪಾರ ಬೆಂಬಲ ನೀಡಿದ ಅಧ್ಯಕ್ಷರ ಕಚೇರಿಯ ಹಿರಿಯ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಾಹಕಿ ಶ್ರೀಮತಿ ಮಾಲಿನಿ ಕೆ.ಎನ್. ಅವರಿಗೂ ನನ್ನ ಧನ್ಯವಾದಗಳು. ಏಷ್ಯನ್ ಕಾಲೇಜ್ ಆಫ್ ಜರ್ನಲಿಸಂನ ಅಧ್ಯಾಪಕರಿಗೂ ಯೋಜನೆಯ ಎಲ್ಲಾ ಹಂತಗಳಲ್ಲಿಯೂ ನೀಡಿದ ಸಲಹೆ ಹಾಗೂ ಪ್ರೋತ್ಸಾಹಕ್ಕಾಗಿ ನನ್ನ ಧನ್ಯವಾದಗಳನ್ನು ಸಲ್ಲಿಸುತ್ತೇನೆ. ಕೊನೆಯದಾಗಿ, ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳನ್ನು ಯಶಸ್ವಿಯಾಗಿ ನಡೆಸಲು ನಮಗೆ ಸಹಾಯ ಮಾಡಿದ ಏಷ್ಯನ್ ಕಾಲೇಜ್ ಆಫ್ ಜರ್ನಲಿಸಂನ ಎಲ್ಲಾ ಆಡಳಿತ ಮತ್ತು ತಾಂತ್ರಿಕ ಸಿಬ್ಬಂದಿಗೆ ನನ್ನ ಹೃತ್ಪೂರ್ವಕ ಧನ್ಯವಾದಗಳು.

ಸುಳ್ಳು ಮಾಹಿತಿಯ ಬಗೆಗಿನ ಸಂವಾದಕ್ಕೆ ಈ ಕೈಪಿಡಿಯು ಪ್ರೋತ್ಸಾಹ ನೀಡಿ, ಅದನ್ನು ಮುಂದುವರೆಸಿಕೊಂಡು ಹೋಗುವುದೆಂದು ನಾವು ಆಶಿಸುತ್ತೇವೆ.

ಅಂಜನಾ ಕೃಷ್ಣನ್

ರಿಸರ್ಚ್ ಅಸೋಸಿಯೇಟ್

ಏಷ್ಯನ್ ಕಾಲೇಜ್ ಆಫ್ ಜರ್ನಲಿಸಂ

ಪರಿಚಯ

ಮಾಧ್ಯಮದ ಪರಿಭಾಷೆಯಲ್ಲಿ ತಪ್ಪು ಮಾಹಿತಿ (Misinformation) ಹಾಗೂ ಸುಳ್ಳು ಮಾಹಿತಿ (Disinformation) ಹೊಸ ಪದಗಳೇನೂ ಅಲ್ಲ. ಪತ್ರಕರ್ತರು ಅಥವಾ ಮಾಧ್ಯಮ ಪ್ರತಿನಿಧಿಗಳು ಸತ್ಯದ ಕೂಲಂಕಷ ಹಾಗೂ ಸೂಕ್ತ ಪರಿಶೀಲನೆ ಮಾಡದಿರುವ ಕಾರಣದಿಂದ, ರಾಜಕೀಯ ಪ್ರಚಾರ, ವದಂತಿಗಳು, ವಂಚನೆಗಳು, ವಾಣಿಜ್ಯ ಹಿತಾಸಕ್ತಿಗಳು, ಹಾಗೂ ವಾಸ್ತವಿಕ ದೋಷಗಳು ಮತ್ತು ತಪ್ಪುಗಳು, ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ತಪ್ಪು ಮಾಹಿತಿ ಹಾಗೂ ಸುಳ್ಳು ಮಾಹಿತಿಗೆ ಎಡೆ ಮಾಡಿಕೊಟ್ಟಿವೆ. ಆದರೆ, ಇತ್ತೀಚಿನ ದಿನಗಳಲ್ಲಿ ತಪ್ಪು ಮಾಹಿತಿ ಹಾಗೂ ಸುಳ್ಳು ಮಾಹಿತಿಗಳಲ್ಲಿ ಕಾಣುತ್ತಿರುವ ಹೆಚ್ಚಳವು, ಅದು ಸಾರ್ವಜನಿಕರು ಹಾಗೂ ಪ್ರಜಾಪ್ರಭುತ್ವದ ಮೇಲೆ ಬೀರುವ ಪರಿಣಾಮದ ಕಾರಣದಿಂದ, ಆತಂಕ ತಂದಿದೆ (ಪೊನಿಯೊ, ೨೦೧೯, ಬಿಬಿಸಿ ನ್ಯೂಸ್, ಎನ್.ಡಿ.&ಬಿಐನಿ, ೨೦೧೮).

ಭಾರತದಲ್ಲಿ, ಡಿಜಿಟಲ್ ಮಾಧ್ಯಮದ ಮೂಲಕ ಹರಿದು ಬರುವ ತಪ್ಪು ಮಾಹಿತಿ ಅಥವಾ ಸುಳ್ಳು ಮಾಹಿತಿಯ ಕಾರಣದಿಂದ, ದುರ್ಬಲ ಸಮುದಾಯಗಳ ಮೇಲೆ ಹಿಂಸಾಚಾರ ನಡೆದ ಪ್ರಕರಣಗಳೂ ಇವೆ (ಸಕ್ಸಿ, ೨೦೧೮). ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ರಾಜಕೀಯ ಪಕ್ಷಗಳ ಪರವಾಗಿ ಮತದಾರನ ಮನವೊಲಿಸಲು ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮಗಳನ್ನು ಉದ್ದೇಶಪೂರ್ವಕವಾಗಿ ದುರುಪಯೋಗಪಡಿಸಿಕೊಂಡಿರುವ ಆಪಾದನೆಗಳೂ ಇವೆ (ಪೊನಿಯೊ, 2019). ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ಇಂದು ಹೆಚ್ಚುತ್ತಿರುವ ತಪ್ಪು ಮಾಹಿತಿ ಹಾಗೂ ಸುಳ್ಳು ಮಾಹಿತಿಗೆ, ನಮ್ಮ ಕಾಲದ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ ಪ್ರಗತಿಯೂ ಕಾರಣ ಎನ್ನಬಹುದಾಗಿದ್ದು, ಇದರಿಂದ ಸಂವಹನಕ್ಕೆ ಸುಲಭ ಮಾರ್ಗಗಳನ್ನು ಲಭ್ಯವಾಗಿಸಿದ್ದು, ಮಾಹಿತಿಯು ವ್ಯಾಪಕವಾಗಿ ಹರಡಲು ಅನುವು ಮಾಡಿಕೊಟ್ಟಿದೆ. ಇದು ಎಷ್ಟರ ಮಟ್ಟಿಗಂದರೆ, ಮಾಹಿತಿಯ ಮಹಾಪೂರದ ಈ ಹೊತ್ತಿನಲ್ಲಿ, ಅದರ ಸತ್ಯಾಸತ್ಯತೆಗಳನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸಿ ಸುಳ್ಳು ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಸೋಸಿ ತೆಗೆಯುವ ಕೆಲಸಕ್ಕೆ ಅತ್ಯಂತ ಕಡಿಮೆ ಸಮಯವಿರುವ ಕಾಲಘಟ್ಟದಲ್ಲಿ ನಾವಿದ್ದೇವೆ.

ಸುದ್ದಿ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ, ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮ ಎಂದರೇನು ಹಾಗೂ ಸುದ್ದಿ ಆಗುವ ವಿಚಾರಗಳು ಯಾವುವು ಎಂಬ ಪರಿಕಲ್ಪನೆಯಲ್ಲಿ ಬದಲಾವಣೆ ಆಗಿದೆ. ಅಂತರ್ಜಾಲದ ಕ್ರಾಂತಿಯು ಮಾಹಿತಿ ಲಭ್ಯತೆಯನ್ನು ಜನಸಾಮಾನ್ಯರಿಗೆ ಎಟಕುವಂತೆ ಮಾಡಿರುವುದು ಮಾತ್ರವಲ್ಲದೆ, ಮಾಹಿತಿಯ ಉತ್ಪತ್ತಿ ವಿಧಾನವನ್ನೂ ಬದಲಿಸಿದೆ. ಇಂದು, ಕೇವಲ ಪತ್ರಕರ್ತರಿಂದ ಮಾತ್ರ ಸುದ್ದಿ ಹೊರಬರದೆ, ಸೂಕ್ತ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ, ಮಾಹಿತಿಯ ಲಭ್ಯತೆ ಇರುವ ಯಾರಾದರೂ ಸುದ್ದಿಯನ್ನು ಬಿತ್ತರಿಸಬಹುದು. ಹಾಗಾಗಿ, ಸುದ್ದಿ ಎಂದರೇನು? ತಲೆಬರಹ/ಶೀರ್ಷಿಕೆಯನ್ನು ಹೊರತರುವ ಹಿಂದಿನ ಶಕ್ತಿಯೇನು? ನಂಬಲರ್ಹ ಸುದ್ದಿ ಯಾವುದು? ಈ ವಾತಾವರಣದಲ್ಲಿ ಸುದ್ದಿವಾಹಕರಾಗಿ ತಮ್ಮ ಪಾತ್ರಗಳನ್ನು ನಿಭಾಯಿಸುವ ಮೂಲಕ, ಮಾಧ್ಯಮ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ತಮ್ಮ ವಿಶ್ವಾಸಾರ್ಹತೆ ಹಾಗೂ ಪ್ರಸ್ತುತತೆಯನ್ನು ಉಳಿಸಿಕೊಳ್ಳುವುದು ಹೇಗೆ ಎಂಬ ಮೂಲಭೂತ ಪ್ರಶ್ನೆಯನ್ನು ಹುಟ್ಟು ಹಾಕುತ್ತದೆ.

ಈ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ, ಯು.ಎಸ್. ಕಾನ್ಸಲೇಟ್ ಜನರಲ್, ಚೆನ್ನೈನ ಸಹಯೋಗದೊಂದಿಗೆ, ಮೀಡಿಯಾ ಡೆವಲಪ್‌ಮೆಂಟ್ ಫೌಂಡೇಶನ್‌ನ ನಿರ್ವಹಣೆಯ ಅಡಿಯಲ್ಲಿ ಬರುವ ವಿಶಿಯನ್ ಕಾಲೇಜ್ ಆಫ್ ಜರ್ನಲಿಸಂ, “ದಕ್ಷಿಣ ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಸುಳ್ಳು ಮಾಹಿತಿ ತಡೆಗಟ್ಟುವುದು: ಪ್ರಾದೇಶಿಕ ಮಾಧ್ಯಮ ಸಾಕ್ಷರತಾ ಉಪಕ್ರಮ” ಎಂಬ ಈ ಕೈಪಿಡಿಯನ್ನು ಪ್ರಸ್ತುತಪಡಿಸುತ್ತದೆ.

ಈ ಕೈಪಿಡಿಯು ಜುಲೈ-ಸೆಪ್ಟೆಂಬರ್ 2019ರಲ್ಲಿ ಪ್ರಾದೇಶಿಕ ಭಾಷೆಗಳಾದ ಕನ್ನಡ, ಮಲಯಾಳಂ ಹಾಗೂ ತಮಿಳಿನಲ್ಲಿ ದಕ್ಷಿಣ ಭಾರತದ ಆದ್ಯಂತ ನಡೆಸಲಾದ ಸರಣಿ ಕಾರ್ಯಾಗಾರಗಳಲ್ಲಿ, ಅಮೇರಿಕಾ ಹಾಗೂ ಭಾರತೀಯ ಸತ್ಯ-ಶೋಧನಾ ತಜ್ಞರು, ಹಾಗೂ ಕಾರ್ಯನಿರತ ಪತ್ರಕರ್ತರು ತಮ್ಮಲ್ಲಿ ನಡೆಸಿದ ಚರ್ಚೆಗಳ ಮುಖ್ಯ ಅಂಶಗಳ ಅವಲೋಕನವನ್ನು ಪ್ರಸ್ತುತಪಡಿಸುತ್ತದೆ.

ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಗಳು

ಓದುಗರಿಗೆ ತಲುಪುವ ಮಾಹಿತಿಗೆ ವಿವಿಧ ಸ್ಥರಗಳಲ್ಲಿ ತಪ್ಪು ನುಸುಳುವ ಅಥವಾ ತಿರುಚುವ ಸಾಧ್ಯತೆಗಳಿವೆ. ಮಾಹಿತಿ ಸಂಗ್ರಹ ಮತ್ತು ಸಂವಹನದ ವಿವಿಧ ಸ್ಥರಗಳಲ್ಲಿ, ವಿವಿಧ ಉದ್ದೇಶಗಳಿರುವ ವಿವಿಧ ಪಾತ್ರಧಾರಿಗಳಿರುವುದು, ಮಾಹಿತಿಯ ತಪ್ಪು ನಿರೂಪಣೆಗೆ ಕಾರಣವಾಗಿದೆ. ಆದರೆ, ತಪ್ಪು ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಜನರಿಗೆ ನೀಡುವ ಸಲುವಾಗಿ ಉದ್ದೇಶಪೂರ್ವಕವಾಗಿ ದುರುಪಯೋಗಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳುವ ಮಾಹಿತಿಯ ನಡುವೆ ಹಾಗೂ ಸುಳ್ಳು ಮತ್ತು ಉದ್ದೇಶಪೂರ್ವಕವಲ್ಲದ ಮಾಹಿತಿಯ ನಡುವೆ ವ್ಯತ್ಯಾಸವನ್ನು ಗುರುತಿಸುವುದು ಅವಶ್ಯಕ. “ಜರ್ನಲಿಸಂ, ‘ಫೇಕ್‌ನ್ಯೂಸ್’ ಆಂಡ್ ಡಿಸ್‌ಇನ್ಫೊರ್ಮೇಷನ್: ಎ ಹ್ಯಾಂಡ್‌ಬುಕ್ ಫ್ಲಾರ್ ಎಜುಕೇಷನ್ ಆಂಡ್ ಟ್ರೈನಿಂಗ್” ಎಂಬ ತನ್ನ ಕೈಪಿಡಿಯಲ್ಲಿ ಯುನೆಸ್ಕೋ ಕೆಲವು ಸ್ಪಷ್ಟ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಗಳನ್ನು ನೀಡುತ್ತದೆ (ಯುನೆಸ್ಕೋ 2018). ಇದರ ಪ್ರಕಾರ:

- ತಪ್ಪುಮಾಹಿತಿ (Misinformation) ಮಾಹಿತಿ ಸುಳ್ಳಾಗಿದ್ದು, ಆದರೆ ಇದನ್ನು ಹಾನಿ ಮಾಡುವ ಉದ್ದೇಶದಿಂದ ಸೃಷ್ಟಿಸಿರುವುದಿಲ್ಲ.
- ಸುಳ್ಳುಮಾಹಿತಿ (Disinformation) – ಸುಳ್ಳು ಮಾಹಿತಿ, ಹಾಗೂ ಒಬ್ಬ ವ್ಯಕ್ತಿ, ಸಾಮಾಜಿಕ ಗುಂಪು, ಸಂಸ್ಥೆ ಅಥವಾ ದೇಶಕ್ಕೆ ಹಾನಿ ಉಂಟು ಮಾಡುವ ಉದ್ದೇಶದಿಂದ ಬೇಕೆಂದು ಸೃಷ್ಟಿ ಮಾಡಿರುವುದು.

ಈ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ನಕಲಿ ಸುದ್ದಿ (ಫೇಕ್‌ನ್ಯೂಸ್) ಎಂದು ಬಳಕೆಯಾಗುವ ಸಾಮಾನ್ಯ ಪದಗುಚ್ಚಕ್ಕೆ, “ಇನ್‌ಫ್ಲೂಯೆನ್ಸ್ ಡಿಸ್‌ಸೆಡರ್ (ಮಾಹಿತಿಯ ಅವ್ಯವಸ್ಥೆ)” ಎಂಬ ಕೌನ್ಸಿಲ್ ಆಫ್ ಯೂರೋಪ್‌ನ ವರದಿಯಲ್ಲಿ ವಿವರಣೆ ನೀಡಿಲ್ಲ – ಅದಕ್ಕೆ ಕಾರಣ, ಇಂದಿರುವ “ಮಾಹಿತಿಯ ಮಾಲಿನ್ಯ”ದ ಮಟ್ಟವನ್ನು ವಿವರಿಸುವಲ್ಲಿ ಅದು “ಅಸಮರ್ಪಕ”ವೆಂದು ಪರಿಗಣಿಸಿರುವುದು ಹಾಗೂ ಮತ್ತೊಂದು ಕಾರಣವೆಂದರೆ, ಇಂದು ವಿಶ್ವದಾದ್ಯಂತ ರಾಜಕಾರಣಿಗಳು ಈ ಪದಗುಚ್ಚವನ್ನು ಸುದ್ದಿಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಮೇಲೆ ಕಳಂಕ ಹೊರಿಸಲು ಹೆಚ್ಚು ಹೆಚ್ಚು ಬಳಸುತ್ತಿರುವುದಾಗಿದೆ. (ವಾರ್ಡಲ್, 2017).

ತಪ್ಪು ಮಾಹಿತಿ/ಸುಳ್ಳು ಮಾಹಿತಿಯ ವಿಧಗಳು

ಫ್ಲಸ್ಟ್ ಡ್ರಾಫ್ಟ್ ನ್ಯೂಸ್‌ನ ಕಾರ್ಯಕಾರಿ ಸಂಪಾದಕರು ಹಾಗೂ ಕೌನ್ಸಿಲ್ ಆಫ್ ಯೂರೋಪ್‌ನ ವರದಿ “ಇನ್‌ಫ್ಲರ್‌ಮೇಷನ್ ಡಿಸಾರ್ಡರ್”ನ ಸಹ-ಲೇಖಕರಾದ ಕ್ಲೈರ್ ವಾರ್ಡಲ್, ತಪ್ಪು ಮಾಹಿತಿ ಹಾಗೂ ಸುಳ್ಳು ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಏಳು ಭಾಗಗಳಾಗಿ ವರ್ಗೀಕರಿಸಿದ್ದಾರೆ (ವಾರ್ಡಲ್, 2017). ಅವುಗಳೆಂದರೆ:

1. ವ್ಯಂಗ್ಯ ಅಥವಾ ವಿಡಂಬನೆ: ಮೂರ್ಖರನ್ನಾಗಿಸುವ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವನ್ನು ಹೊಂದಿರುವ ಆದರೆ ಹಾನಿಯನ್ನು ಉಂಟುಮಾಡದ ಮಾಹಿತಿ
2. ತಪ್ಪು ದಾಂಗೆಲೆಯವ ವಿಷಯ: ಒಬ್ಬ ವ್ಯಕ್ತಿಯನ್ನು ಸಂಕಷ್ಟಕ್ಕೆ ಸಿಲುಕಿಸಲು ಅಥವಾ ಸಮಸ್ಯೆಯನ್ನು ಹುಟ್ಟುಹಾಕಲು ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ತಪ್ಪಾಗಿ ಬಳಸುವುದು
3. ಮೂಲ ಬದಲಿಸುವುದು: ಸುದ್ದಿಯನ್ನು ಮೂಲದಿಂದ ಬೇರ್ಪಡಿಸಿ ಅದನ್ನು ಬೇರೆಯದೇ ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ ತಿರುಚಿ ಬಿಂಬಿಸುವುದು
4. ಕಪೋಲಕಲ್ಪಿತ ವಿಷಯ: ಸಂಪೂರ್ಣವಾಗಿ ಸುಳ್ಳಾದ, ಹಾಗೂ ಹಾನಿಯನ್ನು ಉಂಟುಮಾಡುವ ವಿಷಯ
5. ತಪ್ಪು ಮಾಹಿತಿ: ಶೀರ್ಷಿಕೆ, ದೃಶ್ಯಗಳು, ಅಥವಾ ವಸ್ತುವಿಷಯದೊಂದಿಗೆ ಸಾಮ್ಯ ಹೊಂದಿರದ ಪ್ರಕರಣಗಳು/ಸಂದರ್ಭಗಳು
6. ಸುಳ್ಳು ಸಂದರ್ಭಗಳು: ನಿಜವಾದ ವಿಷಯವನ್ನು ಸುಳ್ಳು ಸಾಂದರ್ಭಿಕ ಮಾಹಿತಿಯೊಂದಿಗೆ ಹಂಚಿಕೊಂಡ ಪ್ರಕರಣಗಳು
7. ಕುತಂತ್ರದಿಂದ ಬದಲಿಸಲಾದ ವಿಷಯ (ಮ್ಯಾನ್ಯುಪುಲೇಟೆಡ್ ಕಂಟೆಂಟ್): ಚಿತ್ರ ಅಥವಾ ವಿದಿಯೋದಂತಹ ನಿಜವಾದ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಕುತಂತ್ರದಿಂದ ಬದಲಾಯಿಸಿದಾಗ



ಮೂಲ: misinformation ಹಾಗೂ disinformationನ ಏಳು ವಿಧಗಳು, ಫ್ಲಸ್ಟ್ ಡ್ರಾಫ್ಟ್ ನ್ಯೂಸ್, ಕ್ಲೈರ್ ವಾರ್ಡಲ್ (2017)

ಡೀಪ್‌ಫೇಕ್ಸ್ (Deep Fakes)

ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಮೇಲೆ ತಿಳಿಸಲಾದ ತಪ್ಪು ಮಾಹಿತಿ ಮತ್ತು ಸುಳ್ಳು ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಸುದ್ದಿಮನೆಯಲ್ಲಿ ನಿರಂತರ ಸತ್ಯ-ಶೋಧನೆಯ ಮೂಲಕ ಗುರುತಿಸಬಹುದು. ಸದರಿ ವಿಷಯದ ಬಗ್ಗೆ ಪರಿಣತಿಯ (Domain expertise) ಜೊತೆಗೆ, ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮ ಅನುಭವವೂ ಇದಕ್ಕೆ ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ.

ಆದರೆ, ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ ಆಧಾರಿತ ದುರುಪಯೋಗದ ಗಂಭೀರ ಪರಿಣಾಮವೆಂದರೆ, ಸುಳ್ಳು ಆಡಿಯೋ ಮತ್ತು ವೀಡಿಯೋಗಳ ಹರಡುವಿಕೆ. ಇದಕ್ಕೆ "ಡೀಪ್‌ಫೇಕ್ಸ್ (deep fakes) ಎಂಬ ಜನಪ್ರಿಯ ಹೆಸರಿದೆ; ಇಲ್ಲಿ, ವೀಡಿಯೋಗಳು ಅಥವಾ ಆಡಿಯೋಗಳನ್ನು ಕೃತಕ ಬುದ್ಧಿಮತ್ತೆಯನ್ನು (ಆರ್ಟಿಫಿಶಿಯಲ್ ಇಂಟೆಲಿಜೆನ್ಸ್) ಬಳಸಿ ತಿರುಚಲಾಗುತ್ತದೆ ಹಾಗಾಗಿ, ಅವುಗಳನ್ನು ಪತ್ತೆಹಚ್ಚುವುದು (ಡಿಬಂಕ್ ಮಾಡುವುದು) ಬಹಳ ಕಷ್ಟ. ಕೃತಕ ಬುದ್ಧಿಮತ್ತೆ ಸಾಫ್ಟ್‌ವೇರ್ ಬಳಸಿ, ವ್ಯಕ್ತಿಯ ವೀಡಿಯೋಗಳನ್ನು ಬದಲಾಯಿಸಬಹುದು, ಹಾಗೂ ಹಾಗೆ ಬದಲಾದ ಅವು, ಬದಲಾದ ವಾಸ್ತವವನ್ನು ಪ್ರಸ್ತುತ ಪಡಿಸುತ್ತದೆ. ಇದೇ ರೀತಿಯ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನಗಳು ಧ್ವನಿಗಳ ಅನುಕರಣೆ ಮಾಡುತ್ತವೆ ಮತ್ತು ಸುಳ್ಳು ಆಡಿಯೋಗಳನ್ನು ಉತ್ಪಾದಿಸುತ್ತವೆ (ಬಿಬಿಸಿ, ೨೦೧೮).

ಪರಿಶೀಲನೆಗಾಗಿ ಸಾಧನಗಳು

ಚಿತ್ರಗಳು/ಇಮೇಜ್‌ಗಳು ಮತ್ತು ವೀಡಿಯೋಗಳು ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಮೂಲಕ ಹರಡುವ ತಪ್ಪು ಮಾಹಿತಿ ಮತ್ತು ಸುಳ್ಳು ಮಾಹಿತಿಯ ಸಾಮಾನ್ಯ ರೂಪಗಳಾಗಿವೆ.

ಚಿತ್ರ ಅಥವಾ ವೀಡಿಯೋಗಳು ನಿಜವೋ ಸುಳ್ಳೋ ಎಂದು ಪರಿಶೀಲಿಸಲು ಕೆಲವು ಟೂಲ್ಸ್/ಸಾಧನಗಳು ನೆರವಾಗುತ್ತವೆ. ಇವು ಅಂತರ್ಜಾಲದಲ್ಲಿ ಮುಕ್ತವಾಗಿ ಲಭ್ಯವಿರುವ ಓಪನ್ ಸೋರ್ಸ್ ಟೂಲ್ಸ್ (open source tools) ಆಗಿವೆ. ಮುಂದಿನ ವಿಭಾಗವು ಈ ಕೆಲವು ಟೂಲ್ಸ್ ಹಾಗೂ ಅವುಗಳನ್ನು ಬಳಸುವ ವಿಧಾನಗಳನ್ನು ಪಟ್ಟಿ ಮಾಡುತ್ತದೆ:

ಇಮೇಜ್ ಪರಿಶೀಲನೆ/ದೃಢೀಕರಣ (Image Verification)

ಸರ್ಚ್ ಟೂಲ್ಸ್/ಹುಡುಕಾಟಕ್ಕೆ ನೆರವಾಗುವ ಸಾಧನಗಳು (SearchTools)

Google ನ ರಿವರ್ಸ್ ಇಮೇಜ್ ಸರ್ಚ್ (Google's Reverse Image Search)

ಗೂಗಲ್‌ನ ರಿವರ್ಸ್ ಇಮೇಜ್ ಸರ್ಚ್ ಅಂಶವು, ಸರ್ಚ್ ಎಂಜಿನ್‌ನಲ್ಲಿ ಲಭ್ಯವಿರುವ ವಿಶಿಷ್ಟ ಸಾಧನವಾಗಿದೆ. ಇದನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಂಡು ಆಯ್ದ ಚಿತ್ರವನ್ನು ಹೋಲುವ ಚಿತ್ರಗಳಿಗಾಗಿ ವೆಬ್‌ನಲ್ಲಿ ಸರ್ಚ್ ಮಾಡಬಹುದು ಹಾಗೂ, ಚಿತ್ರದ/ಇಮೇಜ್‌ನ ಮೂಲ ಹಾಗೂ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ವಿವರಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸಬಹುದು.

ರಿವರ್ಸ್ ಇಮೇಜ್ ಸರ್ಚ್‌ನ್ನು (Reverse Image Search) ಅಂತರ್ಜಾಲದಲ್ಲಿ ಲಿಂಕ್‌ಅನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಂಡು ಇಮೇಜ್‌ನ ಜಾಡು ಹಿಡಿಯಲು/ಟ್ರ್ಯಾಕ್ ಮಾಡಲು ಹಾಗೂ ಬಳಕೆದಾರನು ತನ್ನ ಎಲೆಕ್ಟ್ರಾನಿಕ್ ಸಾಧನದಲ್ಲಿ ಉಳಿಸಿದ ಯಾವುದೇ ಚಿತ್ರದ ಮೂಲಕವೂ ಅದನ್ನು ಮಾಡಬಹುದು.

ರಿವರ್ಸ್ ಇಮೇಜ್ ಸರ್ಚ್‌ನ್ನು (Reverse Image Search) ಬಳಸುವ ರೀತಿ

ಗೂಗಲ್ ಕ್ರೋಮ್‌ನಲ್ಲಿ

“ಸರ್ಚ್ ಗೂಗಲ್ ಫ್ಲಾರ್ ಇಮೇಜ್ (Search Google for image)” ಎಂಬ ಗೂಗಲ್ ಕ್ರೋಮ್ ಬ್ರೌಸರ್‌ನಲ್ಲಿ ಅಡಕವಾದ ರಿವರ್ಸ್ ಇಮೇಜ್ ಸರ್ಚ್ ಆಪ್ಷನ್ ಇದ್ದು, ಇದು ಗೂಗಲ್‌ನಲ್ಲಿ ತಾನೇತಾನಾಗಿ ಇಮೇಜ್/ಚಿತ್ರವನ್ನು ಹುಡುಕುತ್ತದೆ.

ಈ ಆಯ್ಕೆಯನ್ನು ಬಳಸಲು ಚಿತ್ರದ ಮೇಲೆ ಬಲ ಕ್ಲಿಕ್ ಮಾಡಿ ಮತ್ತು “ಸರ್ಚ್ ಗೂಗಲ್ ಫ್ಲಾರ್ ಇಮೇಜ್”ನ್ನು ಕ್ಲಿಕ್ ಮಾಡಿ.

ಇತರ ಬ್ರೌಸರ್‌ಗಳಲ್ಲಿ

1. <https://images.google.com> ಗೆ ಹೋಗಿ. ಅಥವಾ, Googleಗೆ ಹೋಗಿ, ಮತ್ತು ಚಿತ್ರಗಳ ಮೇಲೆ ಕ್ಲಿಕ್ ಮಾಡಿ.

2. ಕ್ಯಾಮೆರಾ ಐಕಾನ್ (ಗುರುತು) ಇರುವ “ಚಿತ್ರದ ಮೂಲಕ ಹುಡುಕಿ/Search by image.” ಕ್ಲಿಕ್ ಮಾಡಿ
3. ಆದ್ಯತೆಯ ಪ್ರಕಾರದ ಹುಡುಕಾಟಕ್ಕೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ “ಪೇಸ್ಡ್ ಇಮೇಜ್ URL/ಇಮೇಜ್ URL ಅಂಟಿಸಿ (Paste image URL)”ಅಥವಾ “ಅಪ್‌ಲೋಡ್ ಎನ್ ಇಮೇಜ್/ಚಿತ್ರವನ್ನು ಅಪ್‌ಲೋಡ್ ಮಾಡಿ (Upload an image)”ಅಯ್ಯೆ ಮಾಡಿ.
4. “ಚಿತ್ರದ ಮೂಲಕ ಹುಡುಕಿ/ಸರ್ಚ್ ಬೈ ಇಮೇಜ್/Search by image”ಕ್ಲಿಕ್ ಮಾಡಿ. ನೀವು ಮೂಲ ಚಿತ್ರವನ್ನು ಹೋಲುವ ಲೇಖನಗಳು, ಲಿಂಕ್‌ಗಳು ಹಾಗೂ ದೃಶ್ಯಕ್ಕೆ ಹೋಲುವ ಚಿತ್ರಗಳನ್ನು ಕಾಣಬಹುದು. ಈ ಸರ್ಚ್/ಹುಡುಕಾಟದ ಫಲಿತಾಂಶಗಳು, ಇಮೇಜ್/ಸುದ್ದಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಸುದ್ದಿ ಕಥೆಗಳು ಹಾಗೂ ಇತರ ಸೂಕ್ತ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಪಟ್ಟಿ ಮಾಡುವ ವೆಬ್‌ಸೈಟ್‌ಗಳತ್ತ ಕೊಂಡೊಯ್ಯುತ್ತದೆ. ಗೂಗಲ್ ಸರ್ಚ್ ಬಾಕ್ಸ್‌ನಲ್ಲಿ, ಚಿತ್ರದೊಂದಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿತ ಹುಡುಕಾಟ/ಸರ್ಚ್ ಕೀವರ್ಡ್‌ಗಳನ್ನೂ ಸಹ ಒದಗಿಸುತ್ತದೆ.



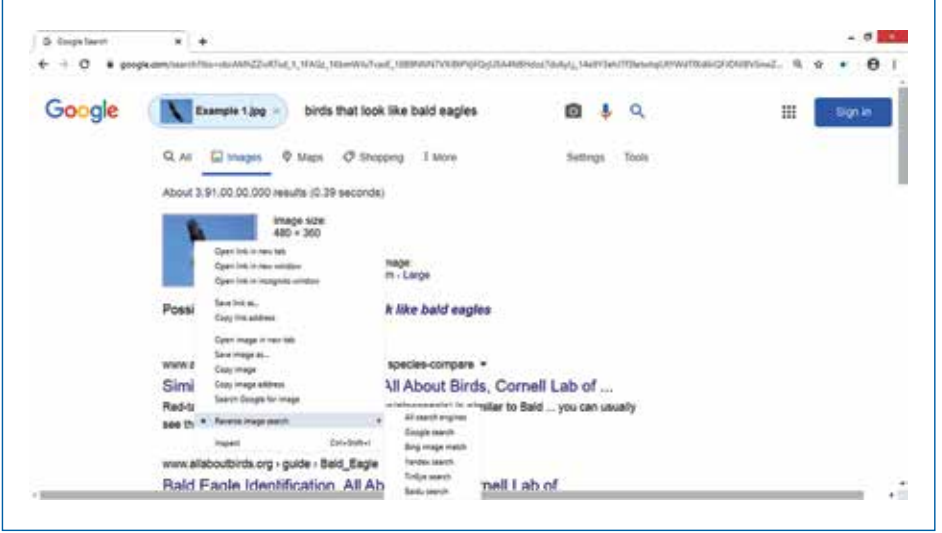
ಮೊಬೈಲ್ ಬಳಕೆದಾರರಿಗೆ

ಸ್ಮಾರ್ಟ್‌ಫೋನ್‌ಗಳಲ್ಲಿ, ನಿಮ್ಮ ಬ್ರೌಸರ್‌ನಲ್ಲಿ images.google.comಗೆ ಹೋಗಿ ಮತ್ತು ನಿಮ್ಮ ಪರದೆಯ ಮೇಲಿನ ಬಲ ಮೂಲೆಯಲ್ಲಿ ಲಂಬವಾಗಿ ಇರಿಸಲಾಗಿರುವ ಮೂರು ಚುಕ್ಕೆಗಳ ಮೇಲೆ ಕ್ಲಿಕ್ ಮಾಡಿ. ಆಯ್ಕೆಗಳ ಪಟ್ಟಿಯಲ್ಲಿ, “ಡೆಸ್ಕ್‌ಟಾಪ್ ಆವೃತ್ತಿ (Desktop Version)”ಅನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸಿ. ಇದು, ತಮ್ಮ ಲ್ಯಾಪ್‌ಟಾಪ್ ಅಥವಾ ಡೆಸ್ಕ್‌ಟಾಪ್‌ನಿಂದ ಪಡೆಯಬಹುದಾದ ಅದೇ ರೀತಿಯ ಗೂಗಲ್‌ನಲ್ಲಿನ ಚಿತ್ರಗಳ ಪುಟಕ್ಕೆ ಕರೆದುಕೊಂಡು ಹೋಗುತ್ತದೆ.

ರೆವರ್ಸ್ ರಿವರ್ಸ್ ಇಮೇಜ್ ಸರ್ಚ್ (RevEye Reverse Image Search): ಬಹುಸರ್ಚ್ ಇಂಜಿನ್ ಬಳಸಿ ನಡೆಸುವ ಹುಡುಕಾಟ (Searching using multiple search engines)

ಗೂಗಲ್‌ನ ಹೊರತಾಗಿ, ವೆಬ್‌ನಲ್ಲಿ ಚಿತ್ರಗಳನ್ನು ಹುಡುಕಲು ಬಳಸಲಾಗುವ ಇತರ ಸರ್ಚ್ ಇಂಜಿನ್‌ಗಳು ಇವೆ RevEye Reverse Image ಹುಡುಕಾಟವು Chrome ವೆಬ್‌ಸ್ಟೋರ್‌ನಲ್ಲಿ ಲಭ್ಯವಿರುವ Google

Chrome ವಿಸ್ತರಣೆಯಾಗಿದೆ. ಬಳಕೆದಾರರು ಗೂಗಲ್ ಸೇರಿದಂತೆ, ಯಾಂಡೆಕ್ಸ್ (Yandex), ಬಿಂಗ್ (Bing), ಬೈದು (Baidu), ಹಾಗೂ ಟಿನ್‌ಐ (TinEye) ಸೇರಿದಂತೆ ಅನೇಕ ಸರ್ಚ್ ಇಂಜಿನ್‌ಗಳಲ್ಲಿ ಚಿತ್ರವನ್ನು ಹುಡುಕಲು ಇದು ಅವಕಾಶ ನೀಡುತ್ತದೆ. ಚಿತ್ರಗಳನ್ನು ಹುಡುಕುವ ಮೊದಲು ಬಳಕೆದಾರರು ಬ್ರೌಸರ್‌ಗೆ (browser) ರಿವರ್ಸ್ ಇಮೇಜ್ ಹುಡುಕಾಟವನ್ನು (RevEye Reverse Image Search) ವಿಸ್ತರಣೆಯಾಗಿ ಸೇರಿಸಬೇಕು.



ಕೆಲವು ಸಲಹೆ-ಸೂಚನೆಗಳು:

1. ಒಂದೇ ರೀತಿಯ ಚಿತ್ರಗಳು ಮತ್ತು ವೆಬ್‌ನಲ್ಲಿನ ಸುದ್ದಿಲೇಖನಗಳಿಗೆ ಲಿಂಕ್‌ಗಳು ಗೂಗಲ್ ರಿವರ್ಸ್ ಇಮೇಜ್ ಹುಡುಕಾಟವನ್ನು (Google Reverse Image Search) ಬಳಸಿಕೊಂಡು ಚಿತ್ರವೊಂದನ್ನು ಪರಿಶೀಲನೆ ಮಾಡುವಾಗ ದೊರೆತರೆ, ಆ ಚಿತ್ರವು ಹೊಸದಲ್ಲ ಎಂದರ್ಥ. ಹೊಸ ಚಿತ್ರಗಳೂ ಸಹ ಸರ್ಚ್ ರಿಸಲ್ಟ್ಸ್ (ಹುಡುಕಾಟದ ಫಲಿತಾಂಶಗಳು) ಬರಬಹುದು/ಕಾಣಿಸಬಹುದು
2. ರಿವರ್ಸ್ ಇಮೇಜ್ ಹುಡುಕಾಟವನ್ನು ಅನುಸರಿಸಿ, Google search ದಲ್ಲಿನ ಚಿತ್ರದೊಂದಿಗೆ ಬರುವ ಪಠ್ಯವನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸಿ. ವೆಬ್‌ನಲ್ಲಿ ಚಿತ್ರ ಕಾಣಿಸಿಕೊಳ್ಳುವ ಸಂದರ್ಭಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಸುಳಿವುಗಳನ್ನು ಇದು ನೀಡುತ್ತದೆ. ನಿಮ್ಮ ಹುಡುಕಾಟವನ್ನು ಮತ್ತಷ್ಟು ನಿಖರಗೊಳಿಸಲು, ಜೊತೆಗಿರುವ ಪಠ್ಯವನ್ನು ನಿಮ್ಮ ಆಯ್ಕೆಯ ಕೀವರ್ಡ್ ಆಗಿ ಬದಲಿಸಬಹುದು
3. ಆದಷ್ಟೂ ಹತ್ತಿರದ ಫಲಿತಾಂಶಗಳ ಮೂಲ ಹಾಗೂ ಸಂದರ್ಭವನ್ನು ಪಡೆಯಲು, ಡಬಲ್ ರಿವರ್ಸ್ ಇಮೇಜ್ ಹುಡುಕಾಟವನ್ನು ಬಳಸಿ.

4. ಕೆಲವೊಮ್ಮೆ, ಸತ್ಯಶೋಧನೆ ಮಾಡಬೇಕಾದ ಚಿತ್ರಗಳ ಕೊಲಾಜ್‌ನ್ನು ಬಳಕೆದಾರರು ಕಾಣಬಹುದು. ಸತ್ಯ ಪರಿಶೀಲನೆಗಾಗಿ ಚಿತ್ರದ ಸಂಬಂಧಿತ ಭಾಗವನ್ನು ಕ್ರಾಪ್ ಮಾಡಿ. ಮೇಮ್ಸ್ (memes) ಅಥವಾ ಕೊಲಾಜ್‌ಗಳಂತಹ ಪಠ್ಯವನ್ನು ಹೊಂದಿರುವ ಚಿತ್ರಗಳು ಒಂದು ಸವಾಲಾಗಿರಬಹುದು. ಅಂತಹ ಸಂದರ್ಭಗಳಲ್ಲಿ, ಪಠ್ಯವಿಲ್ಲದೆ ಚಿತ್ರದ ಭಾಗಗಳನ್ನು ಕ್ರಾಪ್ ಮಾಡಿ ಹಾಗೂ ರಿವರ್ಸ್ ಇಮೇಜ್ ಹುಡುಕಾಟವನ್ನು (reverse image search) ನಡೆಸಿ.

ಕ್ರಾಪಿಂಗ್ ಟೂಲ್ಸ್/ಸಾಧನಗಳು (CROPPING TOOLS)

ಆಸಮ್ ಸ್ಕ್ರೀನ್‌ಶಾಟ್ (Awesome Screenshot)

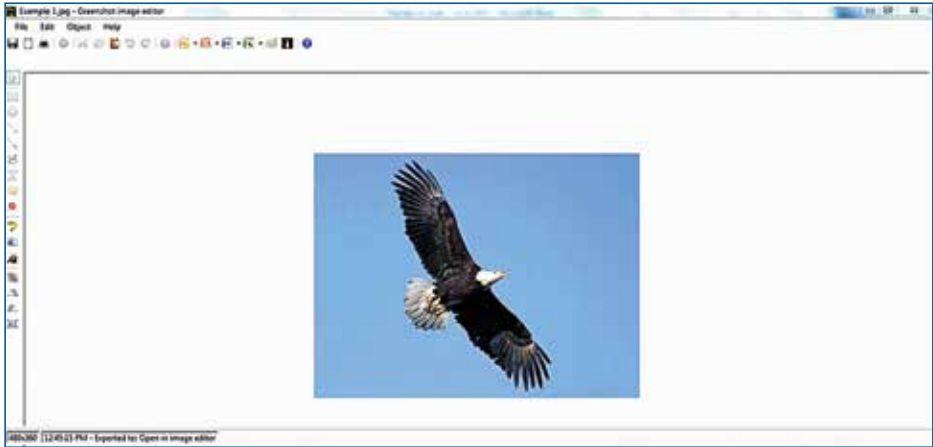
ಆಸಮ್ ಸ್ಕ್ರೀನ್‌ಶಾಟ್ (Awesome Screenshot) ಚಿತ್ರಗಳನ್ನು ಕ್ರಾಪ್ ಮಾಡಲು, ಆನೋಟೇಟ್ ಮಾಡಲು, ಬ್ಲರ್ ಮಾಡಲು/ಮಸುಕುಗೊಳಿಸಲು ಮತ್ತು ಚಿತ್ರದ ಮೇಲೆ ಇತರ ಸಂವಾದಾತ್ಮಕ ವೈಶಿಷ್ಟ್ಯಗಳನ್ನು ರಚಿಸುವ ಸಾಧನವಾಗಿದೆ. ಇದು ಪೂರ್ಣ ಪರದೆಯ ಸ್ಕ್ರೀನ್‌ಶಾಟ್ ಅನ್ನು ಸೆರೆ ಹಿಡಿಯುವುದರೊಂದಿಗೆ, ಪರದೆಯ/ಸ್ಕ್ರೀನ್ ಆಯ್ದ ಭಾಗಗಳನ್ನೂ ಸೆರೆಹಿಡಿಯುತ್ತದೆ. ಇದು Google Chromeನ ವಿಸ್ತರಣೆಯಾಗಿ ಲಭ್ಯವಿದೆ.



ಗ್ರೀನ್‌ಶಾಟ್ (Greenshot)

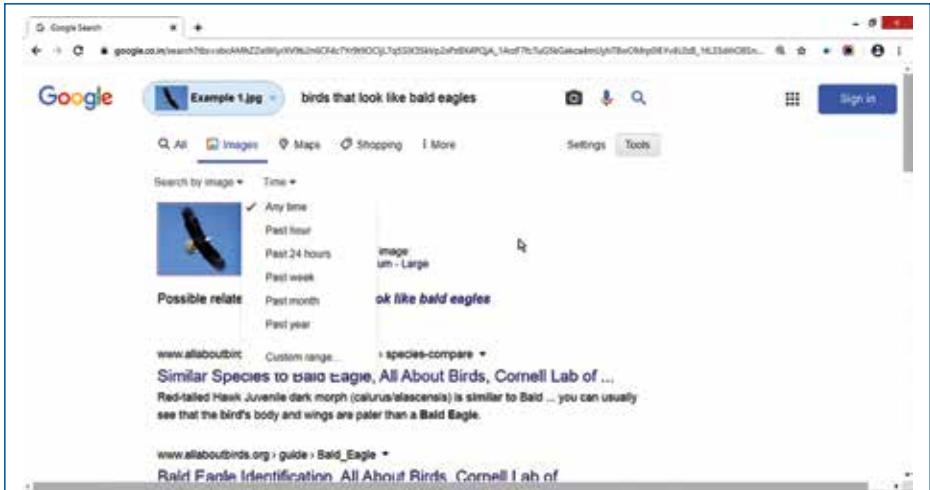
ಗ್ರೀನ್‌ಶಾಟ್ (Greenshot), ಆಸಮ್ ಸ್ಕ್ರೀನ್‌ಶಾಟ್ (Awesome Screenshot) ಹೋಲುವ ಟೂಲ್/ಸಾಧನವಾಗಿದೆ (tool). ಇದನ್ನು ಬಳಸಿ ಇಮೇಜ್/ಚಿತ್ರಗಳ ಸ್ಕ್ರೀನ್‌ಶಾಟ್‌ಗಳನ್ನು

(screenshots) ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಬಹುದು, ಪಠ್ಯ ಸೇರಿಸಲು (annotate) ಮಾಡುವುದು ಹಾಗೂ ಚಿತ್ರವನ್ನು ಕ್ರಾಪ್ ಮಾಡಬಹುದು. ಆಸಮ್ ಸ್ಕ್ರೀನ್‌ಶಾಟ್‌ನಂತಲ್ಲದೆ, ನಿಮ್ಮ ಡೆಸ್ಕ್‌ಟಾಪ್ ಮೇಲಿರುವ ಚಿತ್ರಗಳನ್ನೂ ನೀವು ಅಪ್‌ಲೋಡ್ ಮಾಡಬಹುದು. ಇದು ಮೈಕ್ರೋಸಾಫ್ಟ್ ವಿಂಡೋಸ್‌ನೊಂದಿಗೆ ಬಳಸಬಹುದಾಗಿದೆ.



ನಿಮ್ಮ ಚಿತ್ರ ಹುಡುಕಾಟವನ್ನು ಪರಿಷ್ಕರಿಸುವುದು: ಟೈಮ್ ಫಿಲ್ಟರ್

ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಅವಧಿಯೊಳಗೆ ಚಿತ್ರಗಳನ್ನು ಹುಡುಕಲು ಈ ಫಿಲ್ಟರ್‌ಅನ್ನು (ಟೈಮ್ ಫಿಲ್ಟರ್/time filter) ಅನ್ವಯಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಘಟನೆ ಅಥವಾ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ತೆಗೆದುಕೊಂಡು ಹೇಳಲಾದ ಕೆಲವು ಫೋಟೋಗಳ ಕ್ಲೈಮ್‌ಗಳನ್ನು ದೃಢೀಕರಿಸಲು/ಪರಿಶೀಲಿಸಲು ಇದು ಉಪಯುಕ್ತವಾಗುತ್ತದೆ.



ಗೂಗಲ್‌ನಲ್ಲಿ ಚಿತ್ರಕ್ಕಾಗಿ ಹುಡುಕುತ್ತಿರುವಾಗ, ಬಳಕೆದಾರರು ಸಮಯದ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ಹುಡುಕಾಟವನ್ನು ಪರಿಷ್ಕರಿಸಲು ಟೂಲ್ಸ್ (Tools) ವಿಭಾಗವನ್ನು ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡಬಹುದು. ಇದನ್ನು ಮಾಡಲು, ಟೂಲ್ಸ್ ಕ್ಲಿಕ್ ಮಾಡಿ. ಟೈಮ್ ಡ್ರಾಪ್-ಡೌನ್ (Time drop-down) ಪಟ್ಟಿಯಿಂದ, ಚಿತ್ರವನ್ನು ಹುಡುಕಲು ಬಳಸಬೇಕಾದ ಟೈಮ್ ಫ್ರೇಮ್‌ನ್ನು/ ಅವಧಿಯನ್ನು (time frame) ಆರಿಸಿ.

ಕೆಲವು ಸಲಹೆ-ಸೂಚನೆಗಳು

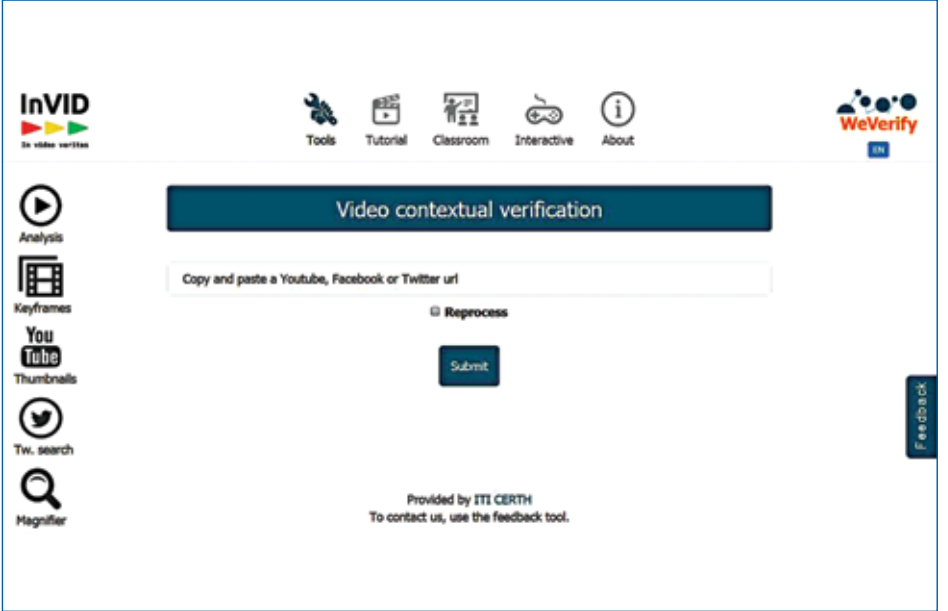
1. ಬಳಕೆದಾರರು ರಚಿಸಿದ ಎಲ್ಲ ವಸ್ತು ವಿಷಯದ ಸತ್ಯಾಸತ್ಯತೆಯನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸುವುದು ಅತ್ಯಗತ್ಯ.
2. ಸತ್ಯಾಸತ್ಯತೆಯನ್ನು ಕಂಡುಕೊಳ್ಳಬೇಕಾದ ಚಿತ್ರ ಅಥವಾ ವಿಡಿಯೋದ ನಕಲನ್ನು ಉಳಿಸಿ. ವೇಬ್ಯಾಕ್ ಮೆಷಿನ್ (Wayback Machine-<https://archive.org/web>) ಹಾಗೂ ಆರ್ಕೈವ್.ಐಸ್ (archive.is-<https://archive.is>), ಫೋಟೋಗಳು, ವಿಡಿಯೋಗಳು ಮತ್ತು ಆಂಡ್ ಲಿಂಕ್‌ಗಳನ್ನು ಆರ್ಕೈವ್ ಮಾಡಲು ಬಳಸುವ ಎರಡು ಆನ್ಲೈನ್ ಸಂಗ್ರಹಣಾ ತಾಣಗಳಾಗಿವೆ.
3. ಉತ್ತಮ ಫಲಿತಾಂಶಗಳಿಗಾಗಿ, Googleನಲ್ಲಿ ರಿವರ್ಸ್ ಇಮೇಜ್ ಹುಡುಕಾಟಕ್ಕೆ (reverse image search) ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಕೀವರ್ಡ್ ಪಠ್ಯವನ್ನು ಬದಲಾಯಿಸಿ.
4. ಎಕ್ಸಿಫ್ (EXIF or Exchangable Image File Format) ಅಥವಾ ಎಕ್ಸ್ಚೇಂಜಬಲ್ ಇಮೇಜ್ ಫೈಲ್ ಫಾರ್ಮ್ಯಾಟ್ ಡೇಟಾ/ಮಾಹಿತಿಯು, ಗೂಗಲ್‌ನಲ್ಲಿ ಹುಡುಕುತ್ತಿರುವ ಇಮೇಜ್‌ಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಪ್ರಮುಖ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಪತ್ತೆ ಹಚ್ಚಲು ಉಪಯುಕ್ತವಾಗಿದೆ. ಎಕ್ಸಿಫ್ (EXIF) ಡೇಟಾವು ಫೋಟೋ ಕ್ಲಿಕ್ ಮಾಡಲು ಬಳಸುವ ಕ್ಯಾಮೆರಾ, ಎಕ್ಸ್‌ಪೋಷರ್ ಸಮಯ, ಶೆಟರ್ ವೇಗ ಮತ್ತು ಇತರ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರುತ್ತದೆ. ಮೂಲ ಫೋಟೋವನ್ನು ಟ್ರ್ಯಾಕ್ ಮಾಡಲು ಇದು ಉಪಯುಕ್ತವಾಗಿದೆ.
5. ಯಾವುದೇ ಚಿತ್ರ/ಇಮೇಜ್ ಮೂಲವನ್ನು ಅದರ ಮೂಲ ಅಪ್ಲೋಡರ್‌ಗಳಾದ ಸುದ್ದಿ ವೆಬ್‌ಸೈಟ್‌ಗಳು ಹಾಗೂ ಚಿತ್ರ ಸಂಗ್ರಹಣಾ ತಾಣಗಳ ಮೂಲ ಅಪ್‌ಲೋಡರ್‌ಗಳಿಗೆ ಇಮೇಜ್ ಮೂಲದ ಜಾಡನ್ನು ಹಿಡಿಯುವುದು ಮುಖ್ಯ.
6. ಚಿತ್ರದ ಮೂಲ ಅಥವಾ ಸಂದರ್ಭವನ್ನು ಕಂಡುಹಿಡಿಯಲು ಬಳಕೆದಾರರು ಅವರ ಗಮನದ ಕೌಶಲ್ಯಗಳನ್ನು ಹಾಗೂ ವಿವೇಚನೆಯನ್ನು ಬಳಸಬೇಕು.

ವಿಡಿಯೋ ದೃಢೀಕರಣ (Video Verification)

ವಿಡಿಯೋಗಳು ಚಿತ್ರಗಳ ಚಲನೆಯ ದೃಶ್ಯ ನಿರೂಪಣೆಯಾಗಿದೆ. ಆದ್ದರಿಂದ, ಸುಳ್ಳು ವಿಡಿಯೋಗಳನ್ನು ಪತ್ತೆ ಹಚ್ಚುವ (ಡಿಬಂಕ್) ಸಾಧನಗಳು ಮೂಲಭೂತವಾಗಿ ಸುಳ್ಳು ಚಿತ್ರಗಳನ್ನು ಡಿಬಂಕ್ ಮಾಡುವಂತೆಯೇ ಇರುತ್ತವೆ. ಆದಾಗ್ಯೂ, ಪರಿಶೀಲನೆ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ ಪ್ರಾರಂಭವಾಗುವ ಮೊದಲು ಬಳಕೆದಾರರಿಗೆ ವಿಡಿಯೋವನ್ನು ವಿಭಿನ್ನ ಸ್ಟ್ರೀನ್‌ಶಾಟ್‌ಗಳು ಅಥವಾ ಚಿತ್ರಗಳಾಗಿ ವಿಭಜಿಸುವ ಸಾಧನ ಬೇಕು. ಕೆಳಗೆ ಪಟ್ಟಿ ಮಾಡಲಾದ ಪರಿಕರಗಳು ವಿಡಿಯೋ ಪರಿಶೀಲನೆಗೆ ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ.

ಇನ್ವಿಡ್ (InVid)

ಇನ್ವಿಡ್ (InVid) ಎನ್ನುವುದು ಗೂಗಲ್ ಕ್ರೋಮ್ ಸ್ಟೋರ್‌ನಲ್ಲಿ ಸುಳ್ಳು ವೀಡಿಯೋಗಳನ್ನು ತನಿಖೆ ಮಾಡುವ ಸಾಧನವಾಗಿದೆ. ವೀಡಿಯೋವನ್ನು ಹಲವಾರು ಕೀಫ್ರೇಮ್‌ಗಳಾಗಿ ವಿಭಜಿಸುವ, ಚಿತ್ರವನ್ನು ದೊಡ್ಡದು ಮಾಡುವ (magnify) ಹಾಗೂ ಸುಧಾರಿತ ಟೈಟರ್ ಹುಡುಕಾಟವನ್ನು ನಡೆಸುವ ಸಾಧನಗಳ ಸಂಯೋಜನೆಯನ್ನು ಇನ್ವಿಡ್ (InVid) ಒದಗಿಸುತ್ತದೆ. ಇನ್ವಿಡ್‌ನಲ್ಲಿ (InVid), ಯೂಟ್ಯೂಬ್, ಫೇಸ್‌ಬುಕ್ ಮತ್ತು ಟ್ವಿಟರ್ ವೀಡಿಯೋಗಳಿಗಾಗಿ ಪ್ರಧಾನವಾಗಿ ಬಳಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಇದನ್ನು Chrome ಬ್ರೌಸರ್‌ನಲ್ಲಿ ವಿಸ್ತರಣೆಯಾಗಿ ಸೇರ್ಪಡೆ ಮಾಡಬೇಕು.



ವೀಡಿಯೋವನ್ನು ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಲು, ಮೊದಲು ಅದನ್ನು ಕೀಫ್ರೇಮ್‌ಗಳು ಅಥವಾ ಚಿತ್ರಗಳಾಗಿ ವಿಭಜಿಸಿ. ವೀಡಿಯೋಗಳನ್ನು ಚಿತ್ರಗಳಾಗಿ ವಿಂಗಡಿಸುವ ಹಾಗೂ ರಿವರ್ಸ್ ಇಮೇಜ್ ಸರ್ಚ್‌ನ್ನು/ಹುಡುಕಾಟವನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸಲು ನೆರವು ನೀಡುವ ಮೂಲಕ, ಬಳಕೆದಾರರಿಗೆ ಇದನ್ನು ಮಾಡಲು ಇನ್ವಿಡ್ (InVid) ಅನುವು ಮಾಡಿಕೊಡುತ್ತದೆ. ಇನ್ವಿಡ್‌ನಲ್ಲಿ (InVid) ಇದನ್ನು ಈ ಕೆಳಗಿನಂತೆ ಮಾಡಬಹುದು:

1. Chrome ಬ್ರೌಸರ್‌ನ ವಿಸ್ತರಣೆಯಾಗಿ ಉಟಿಗಿಜು ಪ್ಲಗಿನ್‌ಅನ್ನು ಅಳವಡಿಸಿ.
2. URL ಪಠ್ಯ ಫೀಲ್ಡ್‌ನ ಪಕ್ಕದಲ್ಲಿ InVid ಐಕಾನ್ ಕಾಣಿಸುತ್ತದೆ. ಐಕಾನ್ ಕ್ಲಿಕ್ ಮಾಡುವ ಮೂಲಕ ಇನ್ವಿಡ್ (InVid) ತೆರೆಯಿರಿ.
3. ಪುಟದಲ್ಲಿ ಲಭ್ಯವಿರುವ ಆಯ್ಕೆಗಳ ಗುಂಪಿನಿಂದ ಕೀಫ್ರೇಮ್‌ಗಳನ್ನು (Keyframes) ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡಿ

4. ವೀಡಿಯೋ URL ಸೇರಿಸಿ” (“Insert Video URL”) ಟೆಕ್ಸ್ಟ್ ಬಾಕ್ಸ್‌ನಲ್ಲಿ/ಪಠ್ಯ ಪೆಟ್ಟಿಗೆಯಲ್ಲಿ, ವೀಡಿಯೋದ ಲಿಂಕ್‌ಅನ್ನು ಅಂಟಿಸಿ ಹಾಗೂ ಸಬ್ಮಿಟ್ (Submit) ಕ್ಲಿಕ್ ಮಾಡಿ. ಇದರ ಬದಲಾಗಿ, ಬಳಕೆದಾರರು ಲ್ಯಾಪ್‌ಟಾಪ್ ಅಥವಾ ಡೆಸ್ಕ್‌ಟಾಪ್‌ನಲ್ಲಿ ಸಂಗ್ರಹವಾಗಿರುವ ವೀಡಿಯೋವನ್ನು ಅಪ್‌ಲೋಡ್ ಮಾಡಬಹುದು.
5. ವೀಡಿಯೋವನ್ನು ಕೀಫ್‌ಬೋರ್ಡ್‌ಗಳಾಗಿ ವಿಂಗಡಿಸಲಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ಕೆಳಗೆ ಪ್ರದರ್ಶಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಪ್ರತಿ ಚಿತ್ರಕ್ಕೂ, ಬಳಕೆದಾರರು ಗೂಗಲ್ ರಿವರ್ಸ್ ಇಮೇಜ್ ಹುಡುಕಾಟವನ್ನು/ಸರ್ಚ್‌ನ್ನು (Google reverse image search) ಮಾಡಬಹುದು. ತನ್ನ ಕಾರ್ಯದ ಭಾಗವಾಗಿ, InVid ಗೂಗಲ್ ರಿವರ್ಸ್ ಇಮೇಜ್ ಸರ್ಚ್‌ನ್ನು (Google reverse image search) ಸೇರ್ಪಡೆ ಮಾಡಿಕೊಂಡಿದೆ. ಇದನ್ನು ಬಳಸಲು, ಚಿತ್ರದ ಮೇಲೆ ಎಡ ಕ್ಲಿಕ್ ಮಾಡಿ.

ಸೂಚನೆ: ಯಾಂಡೆಕ್ಸ್ (Yandex) ಮತ್ತು ಬೈದುವಂತಹ (Baidu) ಇತರ ಸರ್ಚ್ ಇಂಜಿನ್‌ಗಳಿಗೆ ಇನ್ವಿಡ್‌ಕ್ಯಾನ್‌ಅನ್ನು (InVidcan) ಬಳಸಬಹುದು.

ಯೂಟ್ಯೂಬ್ ಡೇಟಾ ವ್ಯೂಅರ್ (YouTube Data Viewer)

ಯೂಟ್ಯೂಬ್ ಡೇಟಾ ವ್ಯೂಅರ್ ಅಮೆಸ್ಸಿ ಇಂಟರ್‌ನ್ಯಾಷನಲ್‌ನ ನಡೆಸುವ ಸಾಧನವಾಗಿದ್ದು, ಇದು ಯೂಟ್ಯೂಬ್ ವೀಡಿಯೋದ ನಿಖರವಾದ ಅಪ್‌ಲೋಡ್ ಸಮಯವನ್ನು ಮರಳಿ ಪಡೆಯಲು ನೆರವಾಗುತ್ತದೆ ಹಾಗೂ ವೀಡಿಯೋವನ್ನು ಅನೇಕ ಚಿತ್ರಗಳಾಗಿ ವಿಭಜಿಸುತ್ತದೆ. ಈ ಉಪಕರಣವು ಸ್ವಯಂಚಾಲಿತವಾಗಿ/ ತಾನೇತಾನಾಗಿ ಗೂಗಲ್‌ನಲ್ಲಿ ಚಿತ್ರವನ್ನು ಹುಡುಕುವ ಆಯ್ಕೆಯನ್ನು ಒದಗಿಸುತ್ತದೆ.



1. ಸಾಧನವನ್ನು ಬಳಸಲು <https://citizenevidence.amnestyusa.org> ಗೆ ಲಾಗ್‌ಇನ್ ಮಾಡಿ
2. ಸರ್ಚ್ ಬಾಕ್ಸ್‌ನಲ್ಲಿ (search box), ವೀಡಿಯೋದ ಮೂಲ ಯೂಟ್ಯೂಬ್ ಲಿಂಕ್‌ಅನ್ನು ಹಾಕಿ/ ಅಂಟಿಸಿ.

3. ವೀಡಿಯೋವನ್ನು ವಿಭಿನ್ನ ಫ್ರೇಮ್‌ಗಳು ಅಥವಾ ಇಮೇಜ್‌ಗಳಾಗಿ ವಿಂಗಡಿಸಿದ ತಕ್ಷಣ, ಅದನ್ನು ಗೂಗಲ್‌ನಲ್ಲಿ ಹುಡುಕಲು ಚಿತ್ರದ ಪಕ್ಕದಲ್ಲಿರುವ "ರಿವರ್ಸ್ ಇಮೇಜ್‌ಸರ್ಚ್ (reverse image search)" ಆಯ್ಕೆಯನ್ನು ಕ್ಲಿಕ್ ಮಾಡಿ.

ವಾಚ್‌ಫ್ರೇಮ್‌ಬೈಫ್ರೇಮ್ (Watch Frame by Frame)

ಆನ್‌ಲೈನ್‌ನಲ್ಲಿ ಲಭ್ಯವಿರುವ ಮತ್ತೊಂದು ಸಾಧನವೆಂದರೆ ವಾಚ್‌ಫ್ರೇಮ್‌ಬೈಫ್ರೇಮ್ — ಇದು ವೀಡಿಯೋದ ವೇಗವನ್ನು ನಿಧಾನಗೊಳಿಸಲು ಬಳಕೆದಾರರಿಗೆ ಅನುವು ಮಾಡಿಕೊಡುತ್ತದೆ. ಹೀಗೆ ಮಾಡುವ ಮೂಲಕ, ವೀಡಿಯೋದಲ್ಲಿ ಇಲ್ಲದಿದ್ದರೆ ತಪ್ಪಿಹೋಗಬಹುದಾದ, ಅಕ್ಷಯವಿವರಗಳು ಬಹಿರಂಗವಾಗುತ್ತದೆ. ಈ ಸಾಧನವು ವಾಚ್‌ಫ್ರೇಮ್‌ಬೈಫ್ರೇಮ್.ಕಾಂನಲ್ಲಿ ಲಭ್ಯವಿದೆ.



ಕೆಲವು ಸಲಹೆ-ಸೂಚನೆಗಳು:

1. ವಿಶ್ಲೇಷಣಾಬೇಕಾದ ವೀಡಿಯೋದ ಕಾಪಿ/ನಕಲನ್ನು ಯಾವಾಗಲೂ ಡೌನ್‌ಲೋಡ್ ಮಾಡಿ ಹಾಗೂ ಉಳಿಸಿ.
2. ವೀಡಿಯೋಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರುವ url ಲಿಂಕ್‌ಗಳನ್ನು ಆರ್ಕೈವ್ (archive) ಮಾಡಿ.
3. ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಹುಡುಕಲು ಫೇಸ್‌ಬುಕ್ (Facebook), ಯೂಟ್ಯೂಬ್ (YouTube) ಮತ್ತು ಟ್ವಿಟರ್ (Twitter) ಸೇರಿದಂತೆ, ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮ ವೆಬ್‌ಸೈಟ್‌ಗಳಲ್ಲಿ ಹುಡುಕಾಟ ಆಯ್ಕೆಗಳನ್ನು ಬಳಸಿ.
4. ಸೋಷಿಯಲ್ ಮೀಡಿಯಾದಲ್ಲಿ ವೀಡಿಯೋಗಳೊಂದಿಗೆ ಕಳುಹಿಸಲಾಗುವ ಸಂದೇಶಗಳು ಹೆಚ್ಚಾಗಿ ಒಂದೇ ಆಗಿರುತ್ತವೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ, ವಾಟ್‌ಆಪ್‌ನಲ್ಲಿ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಪಠ್ಯದೊಂದಿಗೆ ಹಂಚಲಾದ ಸುಳ್ಳು ವೀಡಿಯೋಗಳು, ಫೇಸ್‌ಬುಕ್ ಅಥವಾ ಟ್ವಿಟರ್‌ನಲ್ಲಿ ಅದೇ ಪಠ್ಯದೊಂದಿಗೆ ಕಂಡುಬರುತ್ತದೆ.

5. ಬಳಕೆದಾರರು ಅದರೊಂದಿಗೆ ಬರುವ ಪಠ್ಯವನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಂಡು ವೀಡಿಯೋವನ್ನು ಹುಡುಕಬಹುದು.
6. ರಿವರ್ಸ್ ಇಮೇಜ್ ಹುಡುಕಾಟವು ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಫಲಿತಾಂಶಗಳನ್ನು ನೀಡದಿದ್ದರೆ, ಉತ್ತಮ ಫಲಿತಾಂಶಗಳಿಗಾಗಿ ಕೀವರ್ಡ್‌ಗಳನ್ನು / ಮುಖ್ಯ ಪದಗಳನ್ನು ಬದಲಾಯಿಸಿ.
7. ಯೂಟ್ಯೂಬ್‌ನಲ್ಲಿ (YouTube) ವೀಡಿಯೋಗಳನ್ನು ನಿಧಾನಗತಿಯಲ್ಲಿ ಚಲಿಸುವ ಅಂತರ್ಗತ ಆಯ್ಕೆ ಇದೆ. ವೀಡಿಯೋವನ್ನು ಕೂಲಂಕುಷವಾಗಿ ಪರಿಶೀಲಿಸಲು ಈ ಆಯ್ಕೆಯು ನೆರವಾಗುತ್ತದೆ.

ಜಿಯೋ-ಲೋಕೇಶನ್ (Geo-location)

ಚಿತ್ರ ಅಥವಾ ವೀಡಿಯೋದಲ್ಲಿ ಸ್ಥಳವನ್ನು ಗುರುತಿಸಲು, ನಕ್ಷೆಗಳೂ ಸೇರಿದಂತೆ, ಜಿಯೋ-ಲೋಕೇಶನ್ ಸಾಧನಗಳನ್ನು (tools) ಬಳಸುತ್ತದೆ. ವೈರಲ್ ಚಿತ್ರ ಅಥವಾ ವೀಡಿಯೋದ ಸತ್ಯಾಸತ್ಯತೆಯನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸುವಲ್ಲಿ ಇದು ಉಪಯುಕ್ತ ಸಾಧನವಾಗಿದೆ. ಹೆಚ್ಚು ವ್ಯಾಪಕವಾಗಿ ಬಳಸಲಾಗುವ ಆನ್‌ಲೈನ್ ಮ್ಯಾಪಿಂಗ್ ಸಾಧನಗಳೆಂದರೆ, ಗೂಗಲ್ ನಕ್ಷೆಗಳು (Google Maps) ಮತ್ತು ಗೂಗಲ್ ಅರ್ಥ್ (Google Earth). ಬಿಂಗ್ ನಕ್ಷೆಗಳು (Bing Maps), ವಿಕಿಮಾಪಿಯಾ (Wikimapia) ಮತ್ತು ಯಾಂಡೆಕ್ಸ್ (Yandex) ನಕ್ಷೆಗಳು.

1. ಸ್ಥಳದ ಬಗ್ಗೆ ನಿಖರವಾಗಿ ತಿಳಿಸಲು, ಚಿತ್ರ ಅಥವಾ ವೀಡಿಯೋದಲ್ಲಿ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ವಿವರಗಳಿಗಾಗಿ ನೋಡಿ, ಉದಾಹರಣೆಗೆ:
2. ರಸ್ತೆ ವಿನ್ಯಾಸಗಳು (Street Layouts) - ರಸ್ತೆಯ ವಿನ್ಯಾಸ ಮೂಡಿ ಬಂದಿರುವ ವಿಧಾನವು ಆನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಸ್ಥಳಕ್ಕೆ ಅನನ್ಯವಾಗಿರುತ್ತದೆ.
3. ಪ್ರತಿಮೆಗಳು ಅಥವಾ ಸ್ಮಾರಕಗಳು - ಒಬ್ಬರು ಸ್ಥಳದ ಸಾಮಾಜಿಕ-ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಇತಿಹಾಸಕ್ಕೆ ನಿರ್ದಿಷ್ಟವಾದ ಅಥವಾ ಹೆಗ್ಗುರುತುಗಳಾಗಿ ಪೂಜ್ಯನೀಯ ಭಾವನೆಯಿಂದ ಪರಿಗಣಿಸಲಾಗುವ ಪ್ರತಿಮೆಗಳು ಅಥವಾ ಸ್ಮಾರಕಗಳು ಪ್ರಮುಖ ಚಿಹ್ನೆಗಳಾಗಿವೆ.
4. ವಾಸ್ತುಶಿಲ್ಪದ ವಿವರಗಳು- ಕಟ್ಟಡಗಳ ವಾಸ್ತುಶಿಲ್ಪವು ಒಂದು ಸ್ಥಳದ ಪ್ರಾದೇಶಿಕ ಮತ್ತು ಸಾಮಾಜಿಕ-ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಪ್ರಭಾವಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಸುಳಿವುಗಳನ್ನು ತೆರೆದಿಡುತ್ತದೆ. ಬೀದಿ ಗುರುತುಗಳು / ಅಂಗಡಿ ಮುಂಗಟ್ಟುಗಳು- ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಸ್ಥಳವನ್ನು ಗುರುತಿಸಲು ಗುರುತಿನ ಫಲಕಗಳು/ಸೈನ್‌ಬೋರ್ಡ್‌ಗಳು ಉಪಯುಕ್ತವಾಗುತ್ತವೆ. ಸೈನ್‌ಬೋರ್ಡ್‌ನಲ್ಲಿ ಬಳಸುವ ಭಾಷೆಯು ಆ ಸ್ಥಳವನ್ನು ಕುರಿತಾಗಿ ಹೆಚ್ಚಿನ ಸುಳಿವುಗಳನ್ನು ನೀಡುತ್ತದೆ. ಆ ಪ್ರದೇಶಕ್ಕೆ ನಿರ್ದಿಷ್ಟವಾದ ಅಂಗಡಿಗಳಿಗೂ ಇದು ಅನ್ವಯವಾಗುತ್ತದೆ
5. ಪರವಾನಗಿ/ಲೈಸೆನ್ಸ್ ಫಲಕಗಳು- ವಾಹನ ಪರವಾನಗಿ/ಲೈಸೆನ್ಸ್ ಫಲಕಗಳು ವೀಡಿಯೋ ತೆಗೆದ ಪ್ರದೇಶದ ಬಗ್ಗೆ ಸುಳಿವುಗಳನ್ನು ನೀಡುತ್ತವೆ. ಸಂಖ್ಯಾ ಫಲಕಗಳು ವಿಶ್ವದ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ರಾಜ್ಯಗಳು ಹಾಗೂ ದೇಶಗಳಿಗೆ ವಿಶಿಷ್ಟವಾಗಿ ಇರಬಹುದು.

ಗೂಗಲ್ ನಕ್ಷೆಗಳು (Google Maps)

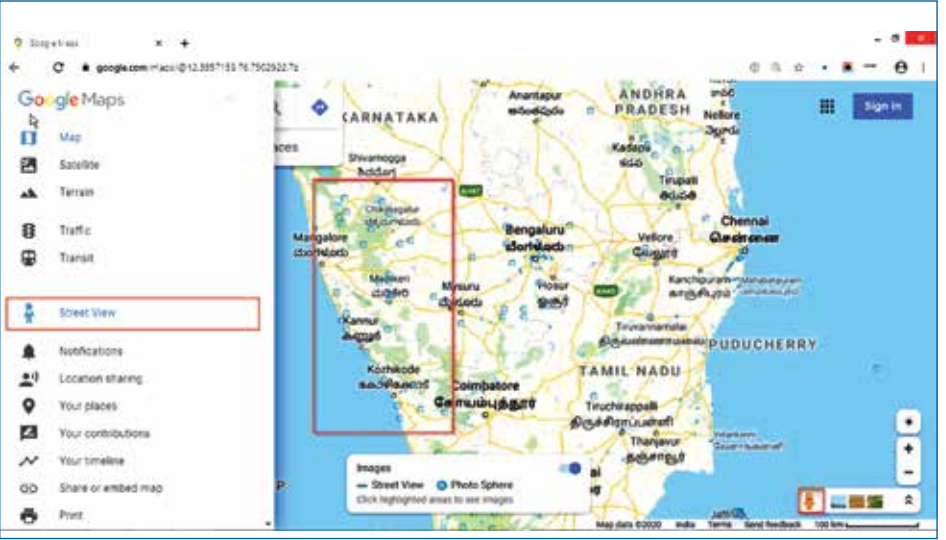
ಗೂಗಲ್ ಮ್ಯಾಪ್‌ನ/ಗೂಗಲ್‌ನ ನಕ್ಷೆ ಸೇವೆಯು geo-location/ಜಿಯೋ-ಲೋಕೇಶನ್ ಭೌಗೋಳಿಕ ಸ್ಥಳದಲ್ಲಿ ಉಪಯುಕ್ತವಾಗುವ ಹಲವಾರು ಆಯ್ಕೆಗಳನ್ನು ಒದಗಿಸುತ್ತವೆ. ಇವುಗಳಲ್ಲಿ ಕೆಲವು ಅದರ ಏರಿಯಲ್/ಆಕಾಶದಿಂದ ತೆಗೆದ ವೀಕ್ಷಣೆಗಳು, ಸ್ಥಳಗಳ ಉಪಗ್ರಹ ಚಿತ್ರಣ, ಬೀದಿಗಳ 360 ಡಿಗ್ರಿ ವೀಕ್ಷಣೆಗಳು, ಸಂಚಾರ ಮಾರ್ಗಗಳು ಮತ್ತು ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಸಾರಿಗೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಅಧಿಸೂಚನೆಗಳು ಆಗಿವೆ. ವರ್ಷಾಂತರಗಳಲ್ಲಿ ನವೀಕರಿಸಿದ ಸ್ಥಳಗಳ ಚಿತ್ರಗಳ ಆರ್ಕೈವ್ / ದಸ್ತಾವೇಜಾಗಿ / ದಾಖಲೆಯಾಗಿ (archive) ಗೂಗಲ್ ಮ್ಯಾಪ್ / ನಕ್ಷೆಗಳು ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತವೆ. ಇದು ವಿಶ್ವದ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಸ್ಥಳಗಳ ಐತಿಹಾಸಿಕ ಚಿತ್ರಣವನ್ನು ಪತ್ತೆಹಚ್ಚಲು ನೆರವಾಗುತ್ತದೆ.

ಗೂಗಲ್ ಸ್ಟ್ರೀಟ್ ವ್ಯೂ (Google Street View)

ಗೂಗಲ್ ಸ್ಟ್ರೀಟ್ ವ್ಯೂ ಎನ್ನುವುದು ಗೂಗಲ್ ಮ್ಯಾಪ್‌ಗಳ/ನಕ್ಷೆಗಳ (Google Maps) ಒಂದು ವೈಶಿಷ್ಟ್ಯವಾಗಿದ್ದು, ಅದು ಗೂಗಲ್ ತೆಗೆದ ಚಿತ್ರಗಳ ವಾಸ್ತವ ಪ್ರಾತಿನಿಧ್ಯವನ್ನು ಒದಗಿಸುತ್ತದೆ ಹಾಗೂ, ಸ್ಟ್ರೀಟ್ ವ್ಯೂ/ರಸ್ತೆವೀಕ್ಷಣೆಗೆ (street view) ಕೊಡುಗೆ ನೀಡುತ್ತದೆ. ಚಿತ್ರಗಳನ್ನು ಸುತ್ತನೋಟದಲ್ಲಿ/ಪ್ಯಾನೋರಾಮಿಕ್ ವ್ಯೂ (panoramic view) ಪ್ರಸ್ತುತ ಪಡಿಸಿರುವುದರಿಂದ, ಬಳಕೆದಾರರಿಗೆ ವಾಸ್ತವಾಭಾಸದ ಮೂಲಕ (virtually), ವಿಶ್ವದ ಸ್ಥಳಗಳನ್ನು ಅನ್ವೇಷಿಸಲು ನೆರವು ನೀಡುತ್ತದೆ.

Google ನಕ್ಷೆಗಳಲ್ಲಿ ಸ್ಟ್ರೀಟ್ ವ್ಯೂ/ರಸ್ತೆ ವೀಕ್ಷಣೆಯನ್ನು ಪ್ರವೇಶಿಸಲು, ಈ ಕೆಳಕಂಡ ಹಾಗೆ ಮಾಡಬೇಕು:

1. google.com/maps (https://www.google.com/maps) ನಲ್ಲಿ Google Maps/ನಕ್ಷೆಗಳಿಗೆ ಹೋಗಿ.
2. ಪರದೆಯ ಎಡಗೈ ಮೂಲೆಯಲ್ಲಿ ಮೆನುಬಟನ್ (Menu button) ಕ್ಲಿಕ್ ಮಾಡಿ.
3. ಮೆನುವಿನಿಂದ ಸ್ಟ್ರೀಟ್ ವ್ಯೂ ಆಯ್ಕೆಯನ್ನು ಕ್ಲಿಕ್ ಮಾಡಿ. ನಕ್ಷೆಯಲ್ಲಿನ ನೀಲಿ ಚುಕ್ಕೆಗಳು Googleನಲ್ಲಿ ರಸ್ತೆ ವೀಕ್ಷಣೆಗೆ ಅನುಮತಿ ಇರುವ ಸ್ಥಳಗಳನ್ನು ಸೂಚಿಸುತ್ತವೆ. ಪರದೆಯ ಕೆಳಗಿನ-ಬಲ ಮೂಲೆಯಲ್ಲಿ pegman (ಪೆಗ್‌ಮನ್) ಎಂಬ ಹಳದಿ ಮಾನವ icon (ಐಕಾನ್) ಸಹ ಇದೆ.
4. Pegmanನ್ನು ಎಳೆಯುವ ಮೂಲಕ ಮತ್ತು ನಕ್ಷೆಯಲ್ಲಿನ ಯಾವುದೇ blue spots/ನೀಲಿ ಗುರುತು ಗಳ ಮೇಲೆ ಇರಿಸುವ ಮೂಲಕ, ಬಳಕೆದಾರರು ಆ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಸ್ಥಳಕ್ಕಾಗಿ ರಸ್ತೆ ನೋಟ/ street viewವನ್ನು ವೀಕ್ಷಿಸಬಹುದು. ಬಳಕೆದಾರರು ಆ ಸ್ಥಳದಲ್ಲಿ ಇಳಿದ ನಂತರ, zoom in (ಜೂಮ್ ಇನ್) ಮಾಡಬಹುದು ಮತ್ತು ಸ್ಥಳದ ಸುತ್ತ ನೋಟವನ್ನು ಪಡೆಯಬಹುದು.



ಗೂಗಲ್‌ಅರ್ಥ್ (Google Earth)

ಗೂಗಲ್‌ಅರ್ಥ್, ಉಪಗ್ರಹ ಚಿತ್ರಣದ (satellite imagery) ಮೂಲಕ ಮಾಡುವ ಭೂಮಿಯ ಅಧಿಕ-ರೆಸಲ್ಯೂಶನ್ (high-resolution) ವೀಕ್ಷಣೆಯಾಗಿದೆ. ಇದು 3D ವೀಕ್ಷಣೆಯಲ್ಲಿ (3D view) ಜಗತ್ತಿನ ಚಿತ್ರಗಳನ್ನು ನಿರೂಪಿಸುತ್ತದೆ. ಇದನ್ನು ನಿಮ್ಮ ಮೊಬೈಲ್ ಫೋನ್, ಡೆಸ್ಕ್‌ಟಾಪ್ ಮತ್ತು ವೆಬ್‌ನ ಮೂಲಕ ನೋಡಬಹುದು.

ಮ್ಯಾಪಿಲ್ಲರಿ (Mapillary)

ಮ್ಯಾಪಿಲ್ಲರಿ ಮತ್ತೊಂದು ಮ್ಯಾಪಿಂಗ್ (ನಕ್ಷೆ ಬಿಡಿಸುವ) ಪ್ಲಾಟ್‌ಫಾರ್ಮ್ ಆಗಿದ್ದು, ಇದು ಕೊಡುಗೆದಾರರಿಂದ ಚಿತ್ರಗಳನ್ನು ಜೋಡಿಸುವ ಮೂಲಕ ರಸ್ತೆ-ಮಟ್ಟದ ಚಿತ್ರಣವನ್ನು (street-level imagery) ಶಕ್ತಗೊಳಿಸುತ್ತದೆ. ಕೊಡುಗೆಗಳಿಂದ ಸ್ಥಳಗಳ ನಕ್ಷೆ ಬಿಡಿಸಲು ಹಾಗೂ 3D ರಸ್ತೆ ವೀಕ್ಷಣೆಗಳನ್ನು ನಿರೂಪಿಸಲು (render 3D street views) ಮ್ಯಾಪಿಲ್ಲರಿ ವಿಶೇಷ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನವನ್ನು ಬಳಸುತ್ತದೆ. ಮ್ಯಾಪಿಲ್ಲರಿ crowd-sourced platform/ ಜನಸಮೂಹ ಮೂಲದ ವೇದಿಕೆಯಾಗಿದ್ದು, ಇದರಲ್ಲಿ ಭಾರತದ ಕೆಲವು ಭಾಗಗಳನ್ನು ಸೇರಿಸಲಾಗಿದೆ. ಆದರೂ, ಇದು crowd-sourced platform ಆಗಿರುವುದರಿಂದ, ಚಿತ್ರಗಳನ್ನು ಸೋಷಿಯಲ್ ಮಾಡುವುದು ಅದರಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಕೊಂಡಿರುವ ಸಾರ್ವಜನಿಕರ ಆಸಕ್ತಿಯನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿರುತ್ತದೆ. ಚಿತ್ರಗಳನ್ನು ಪ್ಯಾನ್ ಮಾಡಲು ಅಥವಾ ಓರೆಯಾಗಿಸಲು (tilt) ಸಹ ಮ್ಯಾಪಿಲ್ಲರಿ ಅನುಮತಿಯನ್ನು ನೀಡುವುದಿಲ್ಲ.



ಕೆಲವು ಸಲಹೆ-ಸೂಚನೆಗಳು:

1. ಜಿಯೋ-ಲೋಕೇಶನ್‌ಗಾಗಿ (geo-location) ಸೂಕ್ಷ್ಮ ವಿವರಗಳನ್ನು ನೋಡಲು, ಯಾವಾಗಲೂ ವೀಡಿಯೋವನ್ನು ಸಂಪೂರ್ಣವಾಗಿ ಪ್ಲೇ ಮಾಡಿ.
2. ಕ್ಯಾಮೆರಾ ಕೋನಗಳಲ್ಲಿನ (angles) ಬದಲಾವಣೆಗಳು ಮತ್ತು ಕ್ಯಾಮೆರಾವನ್ನು ಹಿಡಿದಿಟ್ಟುಕೊಳ್ಳುವ ಮತ್ತು ನಿರ್ವಹಿಸುವ ವಿಧಾನವನ್ನು ಗಮನಿಸಿ. ಕ್ಯಾಮೆರಾವನ್ನು ಓರೆಯಾಗಿಸುವುದು (Tilting), ಜೂಮ್ ಮಾಡುವುದು/ಸಮೀಪೀಕರಿಸುವುದು (zooming), ಪ್ಯಾನ್ ಮಾಡುವುದು (panning) ಅಥವಾ ತಾತ್ಕಾಲಿಕವಾಗಿ ನಿಲ್ಲಿಸುವುದನ್ನು (pausing) ಮಾಡಿದಾಗ, ದೃಶ್ಯ ಸುಳಿವುಗಳನ್ನು ಬಹಿರಂಗಪಡಿಸುತ್ತದೆ.
3. ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿನ ಸ್ಮಾರಕಗಳು ಅಥವಾ ಹೆಗ್ಗುರುತುಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸಲು ಮಾಡುವ ಹುಡುಕಾಟಗಳೂ ಕೂಡ, ವೀಡಿಯೋದಲ್ಲಿನ ಸ್ಥಳಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸಲು ನೆರವಾಗುತ್ತದೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ, “ಬೆಂಗಳೂರು ಸ್ಮಾರಕಗಳು” ಅಥವಾ “ಚೆನ್ನೈ ಚರ್ಚುಗಳ” ಅನ್ನು ಹುಡುಕಾಟದ ವಸ್ತುಗಳು (search items), ಹೆಗ್ಗುರುತುಗಳು ಮತ್ತು ಸ್ಥಳಗಳಿಗೆ ನಿರ್ದಿಷ್ಟವಾದಫಲಿತಾಂಶಗಳನ್ನು ನೀಡಬಹುದು.
4. ಆಡಿಯೋವನ್ನು ಎಚ್ಚರವಹಿಸಿ ಆಲಿಸಿ. ಆಡಿಯೋವನ್ನು ಕೇಳುವ ಮೂಲಕ, ಭಾಷೆಗಳು, ಉಪಭಾಷೆಗಳು, ಹೆಸರುಗಳು, ಸ್ಥಳಗಳು ಮತ್ತು ಇತರ ಪ್ರಮುಖ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಪಡೆಯಬಹುದು.
5. ವೀಡಿಯೋಗಳು ಅಥವಾ ಚಿತ್ರಗಳಲ್ಲಿನ ಕೆಲವು ಸ್ಥಳಗಳನ್ನು ರಸ್ತೆ ವೀಕ್ಷಣೆಗಳು (street views) ಬೆಂಬಲಿಸುವುದಿಲ್ಲ. ಅಂತಹ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಮೇಲಿನಿಂದ ಪಕ್ಕಿನೋಟವನ್ನು ನೀಡುವ ಆಯ್ಕೆಗಳಿಗಾಗಿ ನೋಡಿ.

ಸೂಚನೆ: ಆನೇಕ ಸಲ, ಕ್ರೌಡ್-ಸೋರ್ಸ್ ಮ್ಯಾಪಿಂಗ್ ಪ್ಲಾಟ್‌ಫಾರಮ್‌ಗಳಲ್ಲಿ ಅಪ್‌ಲೋಡ್ ಮಾಡಲಾದ ಚಿತ್ರಗಳ ತಿ (metadata), ಪ್ರಮುಖ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಬಹಿರಂಗಪಡಿಸುತ್ತದೆ. ಚಿತ್ರವನ್ನು ಅಪ್‌ಲೋಡ್ ಮಾಡುವ ಸಮಯದಲ್ಲಿ, ಬಳಕೆದಾರರು ಲೋಕೇಷನ್ (locations/ಸ್ಥಳಗಳ) ಸೆಟ್ಟಿಂಗ್‌ಅನ್ನು ಆನ್ ಮಾಡಿದಾಗ ಮಾತ್ರ ಇದು ಸಾಧ್ಯ. ಆದರೂ, ಜಿಯೋ-ಟ್ಯಾಗ್ (geo-tag) ಮಾಡಲಾದ ಫೋಟೋಗಳು ಮತ್ತು ಚಿತ್ರಗಳ ಎಕ್ಸಿಫ್ ಡೇಟಾದೊಂದಿಗೆ (EXIF data) ಹಸ್ತಕ್ಷೇಪ ಮಾಡಬಹುದು ಹಾಗೂ ದಾರಿ ತಪ್ಪಿಸಬಹುದು. ಇರುವುದರಲ್ಲಿ, ಚಿತ್ರದ ಸ್ಥಳವನ್ನು ಕಂಡುಹಿಡಿಯಲು, ಜಿಯೋ-ಟ್ಯಾಗ್ ಮಾಡಲಾದ ಫೋಟೋಗಳು ಮತ್ತು ಚಿತ್ರಗಳನ್ನು ಉತ್ತಮ ವಿಧಾನವಾಗಿ ಪರಿಗಣಿಸಬಹುದು.

ಮೂಲದ ಪರಿಶೀಲನೆ (Source Verification)

ಪತ್ರಕರ್ತರಿಗೆ ಮೂಲಗಳು ಬಹಳ ಮುಖ್ಯ. ಅವು ವಿಶ್ವಸನೀಯ, ನಂಬಲರ್ಹ ಹಾಗೂ ವಿಶ್ವಾಸಾರ್ಹವಾಗಿರಬೇಕು (reliable, credible, and trustworthy). ಈ ಡಿಜಿಟಲ್ ಯುಗದಲ್ಲಿ, ಪತ್ರಕರ್ತರು ಮಾಹಿತಿಗಾಗಿ ಡಿಜಿಟಲ್ ಮತ್ತು ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮ ವೇದಿಕೆಗಳನ್ನು ಹೆಚ್ಚಾಗಿ ಅವಲಂಬಿಸುತ್ತಾರೆ. ಅಂತಹ ವೇದಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ (ಪ್ಲಾಟ್‌ಫಾರಮ್) ಸಾಕಷ್ಟು ತಪ್ಪು ಮಾಹಿತಿ ಮತ್ತು ಸುಳ್ಳು ಮಾಹಿತಿಗಳು ಹರಿದಾಡುತ್ತಿರುವುದರಿಂದ, ಜಾಗರೂಕರಾಗಿರುವುದು ಅತ್ಯವಶ್ಯಕವಾಗುತ್ತದೆ.

ಸುಳ್ಳು ಖಾತೆಗಳು (False accounts) ಮತ್ತು ವೆಬ್‌ಸೈಟ್‌ಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸುವುದು

ವೆಬ್ ಮತ್ತು ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮದಲ್ಲಿನ ವೆಬ್‌ಸೈಟ್‌ಗಳು ಮತ್ತು ಖಾತೆಗಳನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸಲು ಕೆಳಬೇಕಾದ ಕೆಲವು ಪ್ರಶ್ನೆಗಳು ಇಲ್ಲಿವೆ:

1. ಖಾತೆ/ವೆಬ್‌ಸೈಟ್‌ನ ಸ್ವರೂಪ

- ಖಾತೆ ಅಥವಾ ವೆಬ್‌ಸೈಟ್ ವಿಶ್ವಾಸಾರ್ಹವೇ? ಖಾತೆ ಅಥವಾ ವೆಬ್‌ಸೈಟ್‌ಅನ್ನು ಯಾವಾಗ ಆರಂಭ ಮಾಡಲಾಯಿತು? ?
- ಖಾತೆ ಅಥವಾ ವೆಬ್‌ಸೈಟ್‌ನಲ್ಲಿ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಎಷ್ಟು ಬಾರಿ ಅಪ್‌ಲೋಡ್ ಮಾಡಲಾಗುತ್ತದೆ? ಅವರು ಎಲ್ಲಿಂದ ಪೋಸ್ಟ್ ಮಾಡುತ್ತಾರೆ?
- ಖಾತೆದಾರರು ಆನ್‌ಲೈನ್‌ನಲ್ಲಿ ಇತರ ಕಡೆಯೂ ತಮ್ಮ ಅಸ್ತಿತ್ವವನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದಾರೆಯೇ?

2. ಅನುಸರಿಸುತ್ತಿರುವ ವರದಿ/ಲೇಖನದೊಂದಿಗಿನ ಸಂಬಂಧ

- ವರದಿ/ಲೇಖನದೊಂದಿಗೆ ಖಾತೆ ಅಥವಾ ವೆಬ್‌ಸೈಟ್‌ಗೆ ಇರುವ ಸಂಬಂಧವೇನು?
- ಖಾತೆಯ ಅಪ್‌ಲೋಡ್ ಇತಿಹಾಸದಿಂದ, ವರದಿ/ಲೇಖನದೊಂದಿಗೆ ಅದಕ್ಕಿರುವ ಸಂಬಂಧವನ್ನು ಕುರಿತಾಗಿ ನಮಗೆ ಏನು ತಿಳಿಯುತ್ತದೆ?
- ಅಪ್‌ಲೋಡ್ ಮಾಡಲಾದ ವಸ್ತುವಿಷಯವು, ಗುಣಮಟ್ಟ ಮತ್ತು ವಿಷಯಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ, ಕಾಲಾಂತರದಲ್ಲಿ ಬದಲಾಗದೇ ಉಳಿದಿದೆಯೇ?

- ಇತರ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿನ ವರದಿಗಳೊಂದಿಗೆ, ಅಪ್‌ಲೋಡ್ ಮಾಡಲಾದ ವಿವರಣೆ ಹಾಗೂ ವಸ್ತುವಿಷಯವು ಹೊಂದಾಣಿಕೆಯಾಗಿದೆಯೇ?

ಹೂಇಸ್.ಕಾಮ್ (Whois.com)

ಹೂಇಸ್.ಕಾಮ್ (ಫ್ರಾಂಫಿಷ) ಆನ್‌ಲೈನ್ ಡೊಮೈನ್ ನೋಂದಣಿ (ರೆಜಿಸ್ಟ್ರೇಶನ್) ಸೇವೆಯಾಗಿದ್ದು, ಅಂತರ್ಜಾಲದಲ್ಲಿ/ಇಂಟರ್‌ನೆಟ್‌ನಲ್ಲಿ ಇರುವ ನೋಂದಾಯಿತ ವೆಬ್‌ಸೈಟ್‌ಗಳ ಡಾಟಬೇಸ್‌ಅನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ. ಸುಳ್ಳು ಅಕೌಂಟ್‌ಗಳನ್ನು ಅಥವಾ ವೆಬ್‌ಸೈಟ್‌ಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸುವುದರೊಂದಿಗೆ, ವೆಬ್‌ಸೈಟ್ ನೋಂದಣಿಯಾದ ದಿನಾಂಕ/ಸಮಯ ಹಾಗೂ ಅದು ಯಾರ ಹೆಸರು ಅಥವಾ ದೂರವಾಣಿ ಸಂಖ್ಯೆಯಲ್ಲಿ ನೋಂದಣಿ ಆಗಿದೆಯೆಂದೂ ಕಂಡುಹಿಡಿಯಬಹುದು.

ಸೂಚನೆ: ಸ್ವಾಪರ್‌ಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಎಚ್ಚರ!

ಆಗಾಗ್ಗೆ, ಇತರ ಮೂಲಗಳಿಂದ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು “ಉಜ್ಜುವುದು” ಮತ್ತು ಅದನ್ನು ಅವರ ವೆಬ್‌ಸೈಟ್ ಅಥವಾ ಖಾತೆಯಲ್ಲಿ ಪೋಸ್ಟ್ ಮಾಡುವ ವೆಬ್‌ಸೈಟ್‌ಗಳ ಅಥವಾ ಖಾತೆಗಳಿವೆ. ಹೆಚ್ಚಿನ ದಟ್ಟಣೆ ಮತ್ತು ವೀಕ್ಷಕರನ್ನು ಆಕರ್ಷಿಸಲು ಇದನ್ನು ಮಾಡಲಾಗುತ್ತದೆ. ಇದಲ್ಲದೆ, ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳುವ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಇದು ಹೆಚ್ಚಾಗಿ ಗೋಚರಿಸುತ್ತದೆ. ಈ ಖಾತೆಗಳು ನಾಟಕೀಯ ಪಠ್ಯದೊಂದಿಗೆ ನಾಟಕೀಯ ಚಿತ್ರಗಳು ಮತ್ತು ವೀಡಿಯೋಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿವೆ. ಖಾತೆಗಳು ಕ್ರಿಯಾಶೀಲರಾಗಿಡಲು ತರಲು ಅಥವಾ ಕೆಲವು ಕಾರಣಗಳಿಗೆ ಕೊಡುಗೆ ನೀಡುವ ಮನವಿಯೊಂದಿಗೆ ಬರುತ್ತವೆ, ಸಂದೇಶಗಳನ್ನು ಚಂದಾದಾರರಾಗಲು, ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳಲು ಅಥವಾ ಇಷ್ಟಪಡುವಂತೆ ಒತ್ತಾಯಿಸುತ್ತದೆ. ಅವರು ಅಸಮಂಜಸವಾದ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಸಹ ಹೋಸ್ಟ್ ಮಾಡುತ್ತಾರೆ ಮತ್ತು ವಿಭಿನ್ನ ಸ್ಥಳಗಳು ಮತ್ತು ಸಮಯಗಳಲ್ಲಿ ಸಂಕಲಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಈ ಖಾತೆಗಳು ಮತ್ತು ವೆಬ್‌ಸೈಟ್‌ಗಳು ಸಂಪೂರ್ಣವಾಗಿ ವಿಶ್ವಾಸಾರ್ಹವಲ್ಲ.

ಸಾಮಾಜಿಕ ಆಡಿಟಿಂಗ್ (Social Auditing)

ಜನರು ಇಂಟರ್‌ನೆಟ್‌ನ್ನು ಪ್ರವೇಶಿಸುವಾಗ ಡಿಜಿಟಲ್ ಹೆಜ್ಜೆಗುರುತುಗಳನ್ನು (digital footprints) ಬಿಡುತ್ತಾರೆ. ವ್ಯಕ್ತಿಯ ಇಂಟರ್‌ನೆಟ್ ಚಟುವಟಿಕೆ ಮತ್ತು ವಿವಿಧ ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮದ ಪ್ಲಾಟ್‌ಫಾರ್ಮ್‌ಗಳು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳ ಬಳಕೆಯನ್ನು ಆಧರಿಸಿ ವ್ಯಕ್ತಿಯ rich/ಸಮೃದ್ಧ ಪ್ರೊಫೈಲ್ ಅನ್ನು ರಚಿಸಬಹುದು. ಬಳಕೆದಾರರು ಈ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಆಡಿಟ್ ಮಾಡುವ ಮೂಲಕ ಇಂಟರ್‌ನೆಟ್‌ನಲ್ಲಿ ವ್ಯಕ್ತಿಯ ವಿಶ್ವಾಸಾರ್ಹತೆಯನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸಬಹುದು. ಇಂಟರ್‌ನೆಟ್‌ನಲ್ಲಿ ತಪ್ಪು ಮಾಹಿತಿ ಅಥವಾ ಸುಳ್ಳು ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಹರಡುವ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಬಳಕೆದಾರರನ್ನು ತಪ್ಪಿಸಲು ಅಥವಾ block ಮಾಡಲು ಇದು ನೆರವಾಗುತ್ತದೆ.

ಕೆಲವು ಸಲಹೆ-ಸೂಚನೆಗಳು

1. ಬೇರೆಬೇರೆ ಪ್ಲಾಟ್‌ಫಾರಮ್‌ಗಳಲ್ಲಿ ಬಳಕೆದಾರರ ಹೆಸರಿನ ಬೇರೆಬೇರೆ ರೂಪಾಂತರಗಳನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸಿ. ಸೋಷಿಯಲ್ ಮೀಡಿಯಾದ ಬೇರೆಬೇರೆ ಖಾತೆಗಳಲ್ಲಿ ನೀಡಲಾದ ಬಳಕೆದಾರರ ಹೆಸರುಗಳಿಗೆ ಅಥವಾ ವ್ಯಕ್ತಿಯ ಬಳಸುವ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಸೇವೆಗಳಿಗೂ ಹೀಗೆ ಮಾಡಬಹುದು.

2. ಬೇರೆಬೇರೆ ಪ್ಲಾಟ್‌ಫಾರಮ್‌ಗಳಲ್ಲಿ ಒಬ್ಬರೇ ಬಳಕೆದಾರರಾಗಿದ್ದಾರೆಯೇ ಎಂದು ಗುರುತಿಸಲು ಬಳಕೆದಾರರ ಪ್ರೊಫೈಲ್ ಫೋಟೋದ Google ರಿವರ್ಸ್ ಇಮೇಜ್ (Reverse Image) ಹುಡುಕಾಟವನ್ನು ಬಳಸಿ. ಹೆಚ್ಚಾಗಿ, ಬೇರೆಬೇರೆ ಖಾತೆಗಳಲ್ಲಿ ಅನೇಕ ಬಳಕೆದಾರ ಹೆಸರುಗಳು ಮತ್ತು ಬೇರೆಬೇರೆ ಚಿತ್ರಗಳನ್ನು ಸುಳ್ಳು ಖಾತೆಗಳು ಹೊಂದಿರಬಹುದು.
3. ಬಳಕೆದಾರರನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸಲು/ದೃಢಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಖಾತೆಯಲ್ಲಿನ ಲೋಗೊಗಳು (logos), ಹೆಡರ್ (headers) ಮತ್ತು ಗ್ರಾಫಿಕ್‌ಗಳಲ್ಲಿ (graphics) ಪೋಸ್ಟ್ ಮಾಡಲಾದ ಚಿತ್ರಗಳಿಂದ ದೃಶ್ಯ ಸುಳ್ಳಿಗಳನ್ನು ಬಳಸಿ.
4. ಬಳಕೆದಾರರ ಪೋಸ್ಟ್‌ಗಳಿಂದ ದೊರೆಯುವ ಮಾಹಿತಿ, ಅಂದರೆ, ಅವರ ಶಾಲೆಯ ಹೆಸರು, ಸ್ಥಳ, ಕೆಲಸದ ಸ್ಥಳ ಇತ್ಯಾದಿಗಳನ್ನು ಒಟ್ಟುಗೂಡಿಸಿ, ಸರ್ಚ್ ಮಾಡಿ/ಹುಡುಕಾಟ ನಡೆಸಿ.
5. ವ್ಯಕ್ತಿಯ ಅಥವಾ ಖಾತೆಯ ಸತ್ಯಾಸತ್ಯತೆಯನ್ನು ದೃಢೀಕರಿಸಲು ಸ್ನೇಹಿತರು ಹಾಗೂ ಕುಟುಂಬ ಗುಂಪುಗಳಲ್ಲಿನ ತಿಳಿದಿರುವ ಮೂಲಗಳೊಂದಿಗೆ ಪರಿಶೀಲಿಸಿ.

ಮಾಹಿತಿ ಪರಿಶೀಲನೆಗಾಗಿ ಸಲಹೆಗಳು

1. ಡೇಟಾದ ಮೂಲವನ್ನು ತಪ್ಪದೆ ನೋಡಿ. ಅದರ ನೈಜತೆ ನಿಷ್ಪಕ್ಷಪಾತತೆಯನ್ನು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಿ.
2. ಸಂಶೋಧನೆಯನ್ನು ಪ್ರಾಯೋಜಿಸುವಲ್ಲಿ ಪಟ್ಟಭದ್ರ ಹಿತಾಸಕ್ತಿಗಳಿವೆಯೇ ಎಂದು ಪರಿಶೀಲಿಸಿ.
3. ಸಂಶೋಧನೆಯಲ್ಲಿ ನೀಡಲಾದ ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳು ಪಕ್ಷಪಾತಿಯಾಗಿವೆಯೇ ಎಂದು ಪರಿಶೀಲಿಸಿ.
4. ಅಧ್ಯಯನದ ಮಾದರಿಯು ಎಲ್ಲ ಅಂಶಗಳ ಪ್ರತಿನಿಧಿತ್ವವನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿದೆಯೇ ಎಂದು ಪರಿಶೀಲಿಸಿ.
5. ಸಂಶೋಧನಾ ಅಧ್ಯಯನದ ಪ್ರತಿಯೊಂದು ಸಣ್ಣ ವಿಷಯವನ್ನೂ ಪ್ರಶ್ನಿಸುವುದು ಮುಖ್ಯವಾಗಿದೆ.

ಸುದ್ದಿ ಲೇಖನಗಳನ್ನು ಓದಲು ಸಲಹೆಗಳು

1. ಲೇಖನವನ್ನು ಸಂಪೂರ್ಣವಾಗಿ ಓದಿ.
2. ಲೇಖನದ ಪ್ರಮುಖ ಹಂದರವನ್ನು /ಲೀಡ್‌ನ್ನು ನೋಡಿ ಮತ್ತು ವರದಿಗಾರ ಆ ಹಂದರವನ್ನು ಕಡೆಗಣಿಸಿಲ್ಲವೆಂಬುದನ್ನು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಿ.
3. ತಿಳಿಸುತ್ತಿರುವ ವಿಷಯಕ್ಕೆ ಪೂರಕವಾದ ವಿಶ್ವಾಸಾರ್ಹ ಮೂಲಗಳು ಮತ್ತು ಉಲ್ಲೇಖಗಳನ್ನು ಲೇಖನದಲ್ಲಿ ಬಳಸಲಾಗಿದೆಯೆ ಎಂದು ಗುರುತಿಸಿ.
4. ಆನ್ಲೈನ್ ವೇದಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ, ಕಾಮೆಂಟ್‌ಗಳನ್ನು/ಟೀಕೆ-ಟಿಪ್ಪಣಿಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಗಮನ ಹರಿಸಿ ಹಾಗೂ ಅವುಗಳನ್ನು ಓದಿ. ವರದಿ/ಲೇಖನಗಳಲ್ಲಿನ ತಪ್ಪುಗಳಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಸುಳ್ಳಿಗಳನ್ನು ಇವು ಬಹಿರಂಗಪಡಿಸಬಹುದು.

5. ಒಪ್ಪ-ಓರಣವಿಲ್ಲದ (sloppy) ಬರವಣಿಗೆ ಅಥವಾ ವರದಿ/ಲೇಖನದ ಪ್ರಸ್ತುತಿಯತ್ತ ಗಮನ ಹರಿಸಿ.
6. ವಸ್ತುವಿಷಯವು ಸುದ್ದಿಯನ್ನು ತಿರುಚುವ ವೆಬ್‌ಸೈಟ್‌ಗೆ ಸೇರಿಲ್ಲ ಎಂದು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು URL ಅನ್ನು ಪುನಃ ಪರಿಶೀಲಿಸಿ (crosscheck).
7. ವಿಡಂಬನೆ ಮತ್ತು ನೈಜ ಸುದ್ದಿಗಳ ನಡುವೆ ವ್ಯತ್ಯಾಸವನ್ನು ಕಂಡುಹಿಡಿಯುವುದನ್ನು ಕಲಿಯಿರಿ. ಕೆಲವು ಸುದ್ದಿ ವೆಬ್‌ಸೈಟ್‌ಗಳು ವಿಡಂಬನಾತ್ಮಕ ವಿಷಯವನ್ನು ಪ್ರಕಟಿಸುತ್ತವೆ. ಅದು ನೈಜವಲ್ಲ ಎಂದೂ ಹೇಳಿರುತ್ತವೆ. ಹಾಗಾಗಿ ಸುದ್ದಿ ವೆಬ್‌ಸೈಟ್‌ನ ಸಂಪೂರ್ಣ ಹಿನ್ನೆಲೆ ಪರಿಶೀಲನೆ ಮಾಡಿ.
8. ಮಾಧ್ಯಮ ಸಾಕ್ಷರತಾ ವೆಬ್‌ಸೈಟ್‌ಗಳಿಗೆ ಭೇಟಿ ಕೊಡಿ
9. ವಿಶ್ವಾಸಾರ್ಹತೆ ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಲೇಖಕರ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಪರಿಶೀಲನೆ ಮಾಡಿ, ಖಚಿತ ಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಿ.
10. ಕಥೆಯಲ್ಲಿ ಪೂರಕ ಮಾಹಿತಿ ಒದಗಿಸುವ ಲಿಂಕ್‌ಗಳಿದ್ದರೆ, ಅದರ ನೈಜತೆ ಹಾಗೂ ವಿಶ್ವಾಸಾರ್ಹತೆಯನ್ನು ದೃಢಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಿ.
11. ಈ ಮೊದಲೇ ಪೋಸ್ಟ್ ಆದ ಸುದ್ದಿಯನ್ನು ಮರು ಪೋಸ್ಟ್ ಮಾಡಲಾಗಿಲ್ಲ ಎಂದು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳುವ ಸಲುವಾಗಿ, ಅದರ ದಿನಾಂಕವನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸಿ.
12. ಸುದ್ದಿ ಚಿತ್ರಗಳ/ಲೇಖನಗಳ ಬಗ್ಗೆ ನಿರ್ಧಾರಕ್ಕೆ ಬರುವ ಮುನ್ನ, ತಮ್ಮ ಸೈದ್ಧಾಂತಿಕ ನಂಬಿಕೆಗಳೂ ಸೇರಿದಂತೆ, ಪತ್ರಕರ್ತರು ತಮ್ಮ ಸ್ವಂತ ನಿಲುವಿನ ಬಗ್ಗೆ ತಿಳಿದಿರಬೇಕು.
13. ಅನುಮಾನಗಳು ಇದ್ದಲ್ಲಿ, ವಿಷಯಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ತಜ್ಞರೊಂದಿಗೆ ಸಮಾಲೋಚಿಸುವುದು ಉತ್ತಮ.

ತಪ್ಪು ಮಾಹಿತಿ (Misinformation) ಹಾಗೂ ಸುಳ್ಳು ಮಾಹಿತಿ (Disinformation): ಅವಲೋಕನ

ಪ್ರಾದೇಶಿಕ ಭಾಷಾ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಿಗಾಗಿ ನಡೆದ ಕಾರ್ಯಾಗಾರದಲ್ಲಿ ಭಾರತದ ಪ್ರಾದೇಶಿಕ ಭಾಷಾ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ತಪ್ಪು ಮಾಹಿತಿ ಮತ್ತು ಸುಳ್ಳು ಮಾಹಿತಿಗೆ ಕಾರಣವಾಗುವ ಅಂಶಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಹಿರಿಯ ಸಂಪಾದಕರು ಮತ್ತು ಪತ್ರಕರ್ತರು, ಮಾಧ್ಯಮ ತಜ್ಞರು, ಮಾಧ್ಯಮ ಉದ್ಯಮಿಗಳು, ಸುದ್ದಿ ತನಿಖಾಧಿಕಾರಿಗಳು (news ombudsmen) ಕಾರ್ಯನಿರತ ಪತ್ರಕರ್ತರು, ಮತ್ತು ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮ ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿಗಳ ನಡುವೆ ಚರ್ಚೆ ನಡೆಯಿತು. ಅಲ್ಲಿ ಚರ್ಚಿಸಿದ ಕೆಲವು ಅಂಶಗಳು ಇಲ್ಲಿವೆ:

ಸುಳ್ಳು ಮಾಹಿತಿ/ತಪ್ಪು ಮಾಹಿತಿ

1. ತಪ್ಪು ಮಾಹಿತಿ ಅಥವಾ ಸುಳ್ಳು ಮಾಹಿತಿ ಹೊಸ ವಿದ್ಯಮಾನವೇನಲ್ಲ. ಪತ್ರಕರ್ತರು ಈ ಸಮಸ್ಯೆಯೊಂದಿಗೆ ಸಾಕಷ್ಟು ವರ್ಷಗಳಿಂದ ಹೋರಾಡುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಆದರೆ, ಇತ್ತೀಚಿನ ದಿನಗಳಲ್ಲಿ ಈ ಸಮಸ್ಯೆ ಉಲ್ಲಂಘನೆಯಾಗಿದೆ.
2. ಡಿಜಿಟಲ್ ವೇದಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ಮಿತಿಮೀರಿದ ಮಾಹಿತಿಯ ಲಭ್ಯತೆಯು ಮಾಹಿತಿ ವಿರೂಪಕ್ಕೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತದೆ. ಡಿಜಿಟಲ್ ಮಾಧ್ಯಮದಲ್ಲಿ ಲಭ್ಯವಿರುವ ಮಾಹಿತಿಯ ಸತ್ಯ-ಪರಿಶೋಧನೆಯ ಕೊರತೆಯು ತಪ್ಪು ಮಾಹಿತಿ ಅಥವಾ ಸುಳ್ಳು ಮಾಹಿತಿಗೆ ಕಾರಣವಾಗಬಹುದು.
3. ತಪ್ಪು ಮಾಹಿತಿಯು ಆರ್ಥಿಕ, ವಾಣಿಜ್ಯ, ರಾಜಕೀಯ ಮತ್ತು / ಅಥವಾ ಸಾಮಾಜಿಕ ಉದ್ದೇಶವನ್ನು ಹೊಂದಿರಬಹುದು. ದುಷ್ಕರ್ಮಿಗಳು ತಮ್ಮ ಉದ್ದೇಶವನ್ನು ಸಾಧಿಸಲು ಪತ್ರಕರ್ತರನ್ನು ಬಳಸಬಹುದು.
4. ತಪ್ಪು ಮಾಹಿತಿ ಅಥವಾ ಸುಳ್ಳು ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮದಿಂದ ತೆಗೆದುಕೊಂಡು, ಮುಖ್ಯವಾಹಿನಿ ಸುದ್ದಿ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ಅದರ ಪ್ರಭಾವವನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಬಹುದಾಗಿದೆ.
5. ತಪ್ಪು ಮಾಹಿತಿ ಅಥವಾ ಸುಳ್ಳು ಮಾಹಿತಿಗಳು ವಿಶೇಷವಾಗಿ ವಿಪತ್ತಿನ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಸಂಪೂರ್ಣ ಸರ್ಕಾರ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನೇ ಬುಡಮೇಲು ಮಾಡಬಹುದು.

ತಪ್ಪು ಮಾಹಿತಿ/ಸುಳ್ಳು ಮಾಹಿತಿಗೆ ಕಾರಣಗಳು

1. ಯುದ್ಧ ಅಥವಾ ವಿಪತ್ತಿನಂತಹ ಬಿಕ್ಕಟ್ಟಿನ ಸಮಯದಲ್ಲಿ, ಮಾಹಿತಿಯ ವಿರೂಪತೆಯ ಸಾಧ್ಯತೆಯು ಹೆಚ್ಚು. ಇದು ಸನ್ನಿವೇಶದ ಕೇಂದ್ರ ಸ್ಥಾನದಲ್ಲಿರುವುದರಿಂದ, ವಿಶೇಷವಾಗಿ ಪ್ರಾದೇಶಿಕ ಅಥವಾ ಸ್ಥಳೀಯ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ಈ ಸಾಧ್ಯತೆಯು ಹೆಚ್ಚು.
2. ಸುದ್ದಿಗಳು ಸಿಗುವವರೆಗೂ ಕಾಯದೆ, ಪತ್ರಕರ್ತರು ಸುದ್ದಿಗಳನ್ನು ಹುಟ್ಟುಹಾಕುವ ಪರಿಸ್ಥಿತಿ ಉಂಟಾದಾಗ ತಪ್ಪು ಮಾಹಿತಿಗಳು ರೂಪುಗೊಳ್ಳುತ್ತವೆ.
3. ವಿಭಿನ್ನ ಸುದ್ದಿಗಳನ್ನು, ಅಥವಾ ಸುದ್ದಿ ವರದಿಗಳನ್ನು ವಿಶಿಷ್ಟ ಶೈಲಿಯಲ್ಲಿ ಪ್ರಸ್ತುತಪಡಿಸಲು ಪತ್ರಕರ್ತರ ಮೇಲೆ ಒತ್ತಡ ತಂದಾಗಲೂ ತಪ್ಪು ಮಾಹಿತಿಗಳು ಉಂಟಾಗುತ್ತವೆ. ತಮ್ಮ ವರದಿಗಳಿಗೆ

ಮೆಚ್ಚುಗೆ ಮತ್ತು ಮನ್ನಣೆ ಪಡೆಯುವ ಅಗತ್ಯವು ಕೂಡಾ ಇದಕ್ಕೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತದೆ.

4. ತಮ್ಮಲ್ಲೇ ಮೊದಲು ವರದಿ ಮಾಡಬೇಕು ಎನ್ನುವ ಸ್ಪರ್ಧೆಯ ಕಾರಣ ಇರುವ ಸಮಯದ ಕೊರತೆಯು ಸುದ್ದಿ ಚಾನಲ್‌ಗಳು ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸುವುದನ್ನು ತಡೆಗಟ್ಟುತ್ತದೆ.
5. ಸುದ್ದಿ ಸುಳ್ಳಲ್ಲದಿದ್ದು, ಉತ್ತೇಜ್ಜಿಯಾಗಿದ್ದಲ್ಲಿ ಕೂಡಾ ಅದು ತಪ್ಪು ಮಾಹಿತಿಗೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತದೆ. ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಗುಂಪಿನ ಆತ್ಮಸೈಲ್ಯವನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಬೇಕಾದ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ, ಅಂದರೆ ರಕ್ಷಣಾ ಕಾರ್ಯಾಚರಣೆಯಂತಹ ಸಂದರ್ಭಗಳಲ್ಲಿ ಇದನ್ನು ಹೆಚ್ಚಾಗಿ ಮಾಡಲಾಗುತ್ತದೆ.
6. ಅಂಕಿಅಂಶಗಳು ಮತ್ತು ಸಂಖ್ಯೆಗಳು ಅವುಗಳನ್ನು ನೀಡಿರುವ ಸಂದರ್ಭಕ್ಕೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ತಪ್ಪಾಗಿ ವರದಿ ಮಾಡಲಾಗುತ್ತದೆ (ಉತ್ತೇಜ್ಜಿತ ಅಥವಾ ಕಡಿಮೆ ಹೇಳುವುದು). ಇದರಲ್ಲಿ ಗಮನಿಸಬೇಕಾದ ಮುಖ್ಯ ಅಂಶವೆಂದರೆ ವಿಶ್ವಾಸಾರ್ಹ ಮಾಹಿತಿ ಮೂಲಗಳು ನಿರ್ದಿಷ್ಟವಾಗಿ ಸರ್ಕಾರ ಯಾವುದೇ ದತ್ತಾಂಶ ಅಥವಾ ಸರಿಯಾದ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ನೀಡುವುದಿಲ್ಲ. ಈ ಸಂದರ್ಭಗಳಲ್ಲಿ, ಪತ್ರಕರ್ತರೇ ಸ್ವತಃ ತನಿಖೆ ಮಾಡಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ದತ್ತಾಂಶವು ಸಿಗದಿದ್ದಲ್ಲಿ, ಪತ್ರಕರ್ತರು ತಾವೇ ಆಂದಾಜು ಅಂಕಿಅಂಶಗಳನ್ನು ಹೇಳಬಹುದು.
7. ವರದಿಗಳಲ್ಲಿ ವಿಶೇಷವಾಗಿ ಸೂಕ್ಷ್ಮ ವಿಷಯಗಳ ಬಗ್ಗೆ ವರದಿ ಮಾಡುವಾಗ ಬಳಸಿದ ಭಾಷೆ ಮತ್ತು ಶೈಲಿ, ಮತ್ತು ಶೀರ್ಷಿಕೆಗಳು ವಿಚಾರವನ್ನು ರೋಚಕಗೊಳಿಸಿ, ಸಂಚಲನ ಸೃಷ್ಟಿಸಬಹುದು ಹಾಗೂ ಸುಳ್ಳು ವರದಿಗೆ ಕಾರಣವಾಗಬಹುದು.
8. ಆಫ್-ದಿ-ರೆಕಾರ್ಡ್ (ದೃಢೀಕರಿಸಿಲ್ಲದ) ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳನ್ನು ಗಾಳಿಸುದ್ದಿಯಾಗಿ ಪರಿಗಣಿಸಬಹುದು. ಇದು ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮದ ನೈತಿಕತೆಗೆ ವಿರುದ್ಧವಾಗಿದ್ದು, ರೋಚಕ ಸುದ್ದಿಗಾಗಿ ಸಂಚಲನ ಸೃಷ್ಟಿಸಲು ಇದನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳುವ ಸಾಧ್ಯತೆಯಿದೆ.
9. ಅಪರಾಧಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ವರದಿಗಳು ಪೊಲೀಸ್ ದಾಖಲೆಗಳನ್ನು ಆಧರಿಸಿರುತ್ತವೆ. ಸುದ್ದಿಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಪರ್ಯಾಯ ಮಾಹಿತಿ ಮೂಲವನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸುವುದಿಲ್ಲ.
10. ಪತ್ರಕರ್ತರ ಸಂಭಾವ್ಯ ಪೂರ್ವಾಗ್ರಹಗಳು ಕೆಲವು ಘಟನೆಗಳನ್ನು ರೋಚಕಗೊಳಿಸುತ್ತದೆ, ಉತ್ತೇಜ್ಜಿಯಿಂದ ಕೂಡಿದ ಅಥವಾ ಸುಳ್ಳು ವರದಿಗೆ ಕಾರಣವಾಗಬಹುದು.
11. ಮುಖ್ಯವಾಹಿನಿ ಸುದ್ದಿಸಂಸ್ಥೆಗಳಲ್ಲಿ ಇರುವಂತೆ, ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮ ವೇದಿಕೆಯಲ್ಲಿ ನಿಯಂತ್ರಣದ ಕೊರತೆಯು ಈ ಸಮಸ್ಯೆ ಹೆಚ್ಚುವುದಕ್ಕೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತದೆ.

ಸುದ್ದಿಮನೆಗಳು/ಸುದ್ದಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಸ್ವರೂಪ

1. ಪ್ರತಿದಿನವೂ ಹೆಚ್ಚು ವರದಿಗಳು ಅಥವಾ ಸುದ್ದಿಗಳನ್ನು ಮಾಡುವ ಒತ್ತಡವಿದೆ. ಮಾಧ್ಯಮದಿಂದ ಮಾಧ್ಯಮಕ್ಕೆ ಬೇರೆಯಾಗಿರುತ್ತವೆ ಭಿನ್ನವಾಗಿರುತ್ತದೆ.
2. ಮಾಧ್ಯಮ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ವ್ಯವಹಾರ ಮಾದರಿಗಳು ಮತ್ತು ಉನ್ನತಸ್ಥಾನದಲ್ಲಿರುವವರ ದೃಷ್ಟಿಕೋನಗಳು ಪ್ರಕಟವಾಗುವ ಸುದ್ದಿಗಳ ಸ್ವರೂಪಗಳ ಮೇಲೆ ಬಹುದೊಡ್ಡ ಪ್ರಭಾವವನ್ನು

ಬೀರುತ್ತವೆ. ಸುದ್ದಿಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಮತ್ತು ಸಂಪಾದಕರು ಪ್ರಸರಣವನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿರುತ್ತಾರೆ ಮತ್ತು ಕೆಲವರು ಈ ಪ್ರಸರಣ ಸಂಖ್ಯೆಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಲು ಕೆಲವು ಸುದ್ದಿಗಳನ್ನು ರೋಚಕಗೊಳಿಸುವ ಮಾಡುವ ಸಾಧ್ಯತೆ ಇರುತ್ತದೆ.

3. ಸುದ್ದಿಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಮಾಲೀಕತ್ವ ಮತ್ತು ವ್ಯವಹಾರ ಮಾದರಿಗಳನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸಿ. ಈ ಅಂಶಗಳು ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ವಸ್ತುನಿಷ್ಠತೆ ಮತ್ತು ಸಂಪಾದಕೀಯ ನಿರ್ಧಾರಗಳ ಮೇಲೆ ಪ್ರಭಾವ ಬೀರಬಹುದು.
4. ಭಾರತೀಯ ಮುಖ್ಯವಾಹಿನಿ ಮಾಧ್ಯಮ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಸುದ್ದಿಯ ಸತ್ಯಾಸತ್ಯತೆ ಮತ್ತು ವಿಶ್ವಾಸಾರ್ಹತೆಯನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸಲು ಸಾಕಷ್ಟು ಸಂಪನ್ಮೂಲಗಳ ಹೂಡಿಕೆ ಮಾಡುವುದಿಲ್ಲ.
5. ಮಾಧ್ಯಮ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಹಿಂದಿಗಿಂತಲೂ ಇಂದು ಹೆಚ್ಚು ಸಂಸ್ಥೆಗಳೊಂದಿಗೆ ಸ್ಪರ್ಧಿಸುತ್ತಿವೆ. ಎಲ್ಲರಿಗಿಂತಲೂ ಮೊದಲು ಪ್ರಕಟಿಸುವುದಕ್ಕೆ ಇರುವ ಒತ್ತಡವು ಸುದ್ದಿಯ ಸತ್ಯ-ಶೋಧನೆಗೆ ಸಮಯ ಮತ್ತು ಅವಕಾಶವನ್ನು ನೀಡುವುದಿಲ್ಲ. ಜೊತೆಗೆ, ಮಾಧ್ಯಮ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ವರದಿಯನ್ನು ಪ್ರಕಟಿಸುವ ಮುನ್ನ ಸತ್ಯಪರಿಶೋಧಿಸಲು ಬದ್ಧರಾದಲ್ಲಿ ಅವರು ತಮ್ಮ ಪ್ರತಿಸ್ಪರ್ಧಿಗಳ ಎದುರು ಸೋಲಬೇಕಾಗಬಹುದು.
6. ಸುದ್ದಿಸಂಸ್ಥೆಗಳು, ಪತ್ರಕರ್ತರು ಮತ್ತು ಸಾರ್ವಜನಿಕರು ವಿವಿಧ ಮೂಲಗಳಿಂದ ಸುದ್ದಿಗಳನ್ನು ಗ್ರಹಿಸಬೇಕು ಮತ್ತು ಯಾವುದೇ ಒಂದು ಮೂಲಕ್ಕೆ ತಮ್ಮನ್ನು ಸೀಮಿತಗೊಳಿಸಿಕೊಳ್ಳಬಾರದು.
7. ಎಲೆಕ್ಟ್ರಾನಿಕ್ ಮತ್ತು ಡಿಜಿಟಲ್ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಿಗೆ ಹೋಲಿಸಿದರೆ ಮುದ್ರಣ ಮಾಧ್ಯಮವು ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸಲು ಹೆಚ್ಚಿನ ಸಮಯವನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ.
8. ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಬಹುಸಂಖ್ಯಾತ ಧೈಯೋದ್ದೇಶಗಳನ್ನು ಓಲೈಸುವ ಭರದಲ್ಲಿ ಹಾಗೂ ವಿಷಯಗಳನ್ನು ತಪ್ಪಾಗಿ ವರದಿ ಮಾಡುವ ಸಾಧ್ಯತೆ ಇದೆ.
9. ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಅಭಿಪ್ರಾಯ ಮತ್ತು ಜವಾಬ್ದಾರಿಯುತ ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮದವನ್ನು ಬೆರೆಸುವುದರಿಂದ ಮಾಧ್ಯಮದ ಮೇಲಿರುವ ನಂಬಿಕೆ ಮತ್ತು ವಿಶ್ವಾಸಾರ್ಹತೆಯನ್ನು ಕಡಿಮೆ ಮಾಡುತ್ತದೆ.
10. ವಿವಿಧ ಮೂಲಗಳಿಂದ ಬಂದ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಅದರ ನಿಖರತೆಯನ್ನು ಪರೀಕ್ಷಿಸದೆ "ಆಯೋಜಿಸುವುದು/(curating)" ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮವಲ್ಲ.
11. ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ತಪ್ಪು ಮಾಹಿತಿಯ ಬಗ್ಗೆ ಅರಿವು ಮೂಡಿಸುವುದು ಅತ್ಯಂತ ಮುಖ್ಯವಾಗಿದೆ. ಅದರ ನಂತರ ತಡೆಗಟ್ಟುವಿಕೆ ಬರುತ್ತದೆ.
12. ನಾವು ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಬಳಸುವ ವಿಧಾನದಲ್ಲಿ ಬದಲಾವಣೆ ಇರಬೇಕು. ಕೇವಲ ಸುದ್ದಿ ಮನೆಗಳಲ್ಲಿ ಬದಲಾದರೆ ಈ ಸಮಸ್ಯೆಯನ್ನು ಬಗೆಹರಿಸುವುದು ಸಾಧ್ಯವಿಲ್ಲ.
13. ಸುದ್ದಿಮನೆ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯು ಇಂದು ಅಧಿಕಾರದಲ್ಲಿರುವ ವ್ಯಕ್ತಿಯಿಂದ ಹೇಳಿಕೆಯನ್ನು ಪಡೆಯುವುದರ ಮೇಲೆ, ಮತ್ತು ಅದನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸದೇ, ಅದರ ಸುತ್ತಲೇ ವರದಿಯನ್ನು ಮಾಡುವುದರ ಮೇಲೆ ಹೆಚ್ಚು ಅವಲಂಬಿತವಾಗಿದೆ.

14. ಸುದ್ದಿಮನೆಯು ಸಕ್ರಿಯ, ಸತ್ಯವಾದ ಮತ್ತು ನೈತಿಕ ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮವನ್ನು ಅನುಸರಿಸುತ್ತಿರುವುದನ್ನು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳುವಲ್ಲಿ ಸಂಪಾದಕರ ಪಾತ್ರಮುಖ್ಯವಾಗಿದೆ.
15. ಮುಕ್ತ, ನಿರ್ಭೀತ ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮವನ್ನು ಗೆಲ್ಲಿಸುವುದು ಕೂಡಾ ಸಂಪಾದಕರ ಪಾತ್ರವಾಗಿದ್ದು, ಇದು ಹಿಂದೆಂದಿಗಿಂತಲೂ ಮುಖ್ಯವಾಗಿದೆ.
16. ಪತ್ರಕರ್ತರಿಗೆ ಕಠಿಣ ಪರಿಸ್ಥಿತಿಯಲ್ಲಿ ತಮ್ಮೊಂದಿಗೆ ಬೆಂಬಲವಾಗಿ ನಿಲ್ಲುವ ಮತ್ತು ಜೊತೆಯಾಗಿ ನಿಲ್ಲುವ ಸಂಪಾದಕರ ಅಗತ್ಯವಿದೆ.

ಮಾಧ್ಯಮ ಮತ್ತು ಓದುಗರ ನಡುವಿನ ಸಂಬಂಧ

1. ಅನೇಕ ಸಂದರ್ಭಗಳಲ್ಲಿ, ಮಾಧ್ಯಮ ಮತ್ತು ಸಾರ್ವಜನಿಕರ ನಡುವೆ ವಿಶ್ವಾಸಾರ್ಹತೆ ಕೊರತೆಯಿರುತ್ತದೆ.
2. ಪತ್ರಕರ್ತರು ಮತ್ತು ನಾಗರಿಕರ ನಡುವಿನ ಸಂಬಂಧವು ದ್ವಿ-ಮುಖ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಾಗಿದೆ. ಪತ್ರಕರ್ತರು “ತಮಗೆ ಲಭ್ಯವಿರುವ ಸತ್ಯದ ಆವೃತ್ತಿಯನ್ನು” ವರದಿ ಮಾಡಬೇಕು ಮತ್ತು ಸಾರ್ವಜನಿಕರಿಗೆ ಮಾಹಿತಿ ನೀಡುವ ಕೆಲಸದಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು. ಮತ್ತೊಂದೆಡೆ, ತಾವು ಓದಿದ ಮಾಹಿತಿಯು ಸತ್ಯವಾಗಿದೆ ಹಾಗೂ ಅದು ಪರಿಶೀಲಿಸಲಾದ ಮಾಹಿತಿ ಎಂಬುದನ್ನು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳುವ ಹೊಣೆಗಾರಿಕೆ ಗ್ರಾಹಕರದ್ದಾಗಿದೆ.
3. ಪತ್ರಕರ್ತರಷ್ಟೇ ಅಲ್ಲದೆ, ಗ್ರಾಹಕರು ಕೂಡಾ ತಾವು ಓದುವ ಮಾಹಿತಿಯ ನಿಖರತೆಯನ್ನು ಪರೀಕ್ಷಿಸುವ ಸಮಾನ ಜವಾಬ್ದಾರಿಯನ್ನು ಹೊಂದಿರುತ್ತಾರೆ.
4. ಜನರು ತಪ್ಪು ಅಥವಾ ಸುಳ್ಳು ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಹರಡುವುದಕ್ಕೆ ಕೇವಲ ಅನಕ್ಷರತೆ ಕಾರಣವಲ್ಲ. ಸಾಮಾಜಿಕ ಬದ್ಧತೆ, ಸಾಮಾಜಿಕ ಜವಾಬ್ದಾರಿ ಇಲ್ಲದೆ ವ್ಯವಹರಿಸುವ ವಿದ್ಯಾವಂತ ಜನರೂ ಸಹ, ಸಮಾಜದಲ್ಲಿ ತಮ್ಮ ಅಧಿಕಾರವನ್ನು ಉಳಿಸಿಕೊಳ್ಳುವ ಸಲುವಾಗಿ ತಪ್ಪು ಮಾಹಿತಿ ಹರಡುವುದಕ್ಕೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತಾರೆ.
5. ಸಾರ್ವಜನಿಕರಿಗೆ ಸಾಧ್ಯವಾದಷ್ಟೂ ನಿಖರವಾದ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ತಿಳಿಯಲು, ವಿವಿಧ ಸ್ತರಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿದ, ವಿವಿಧ ವೇದಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ವಿವಿಧ ಆಯಾಮಗಳಲ್ಲಿ ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳನ್ನು ವ್ಯಕ್ತಪಡಿಸುವ ಸ್ವಾತಂತ್ರ್ಯವನ್ನು ಹೊಂದಿದ ಮುಕ್ತ ಮಾಧ್ಯಮದ ಅವಶ್ಯಕತೆಯಿದೆ.
6. ಪ್ರಜಾಪ್ರಭುತ್ವದಲ್ಲಿ ವಿಡಂಬನೆಯು ಅಗತ್ಯ. ಆದರೆ, ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮವು ಅದನ್ನು ಹೊಣೆಗಾರಿಕೆಯಿಂದ ಬಳಸಬೇಕಿದೆ. ಜೊತೆಗೆ, ನಿಜವಾದ ಸುದ್ದಿ ಮತ್ತು ವಿಡಂಬನೆಯ ಮಧ್ಯೆ ವ್ಯತ್ಯಾಸವನ್ನು ಗುರುತಿಸಲು ಸಾರ್ವಜನಿಕರು ಮತ್ತು ಮಾಧ್ಯಮ ಇಬ್ಬರಿಗೂ ಮಾಧ್ಯಮ ಸಾಕ್ಷರತೆ ಅಗತ್ಯ.

ಮಾಹಿತಿ-ಪರಿಶೀಲನೆ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಮತ್ತು ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಪಾತ್ರ

1. ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಸುದ್ದಿಗಳ ನಿಖರತೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಎಚ್ಚರಿಕೆಗಳನ್ನು ನೀಡುವ ಮೂಲಕ ಮಾಹಿತಿ - ಪರಿಶೀಲನೆ ವೆಬ್‌ಸೈಟ್‌ಗಳು ಮತ್ತು ಸುದ್ದಿಸಂಸ್ಥೆಗಳನ್ನು ಪ್ರೋತ್ಸಾಹಿಸುತ್ತಿವೆ. ಜೊತೆಗೆ, ಸತ್ಯಶೋಧಿತ ವರದಿಗಳ ಲಿಂಕ್‌ಗಳನ್ನು ಹುಡುಕಾಟ ಫಲಿತಾಂಶಗಳ ಮೇಲ್ಭಾಗದಲ್ಲಿ ಪ್ರಕಟಿಸುವ ಮೂಲಕ ಸಂಸ್ಥೆಗಳನ್ನು ಫ್ಯಾಕ್ಟ್ ಚೆಕ್ ಮಾಡಲು ಪ್ರೋತ್ಸಾಹ ನೀಡುತ್ತಿವೆ.
2. ಸುದ್ದಿಯಾಗಿ ಪ್ರಸಾರಗೊಳ್ಳುವ ಸುಳ್ಳು ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಬಹಿರಂಗಪಡಿಸಲು ಮುಖ್ಯವಾಹಿನಿಯ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಮೇಲೆ ಒತ್ತಡದ ಲಾಬಿಗಳಾಗಿ ಮಾಹಿತಿ - ಪರಿಶೀಲನೆ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸಬಹುದು.
3. ಮಾಹಿತಿ - ಪರಿಶೀಲನೆ ಮತ್ತು ನಿಜಸ್ವರೂಪವನ್ನು ಬಯಲಿಗೆಳೆಯುವ ಪ್ರಯತ್ನಗಳು ಡೊಮೈನ್ ಜ್ಞಾನ, ತಾಂತ್ರಿಕ ಪರಿಣತಿ, ಮತ್ತು ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮ ಕೌಶಲ್ಯದ ಸಮ್ಮಿಲನವಾಗಿರಬೇಕು.
4. ಕಾಲಕ್ರಮೇಣ ಸತ್ಯ-ಶೋಧನಾ ತಂಡಗಳು ಸುದ್ದಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಅವಿಭಾಜ್ಯ ಅಂಗವಾಗಿದೆ.
5. ದೊಡ್ಡ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ ಕಂಪನಿಗಳ ಪಾತ್ರ ಹಾಗೂ ಜನರಿಗೆ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಒದಗಿಸುವಲ್ಲಿ ಅವುಗಳ ವಹಿಸುವ ಪಾತ್ರಗಳು ಮತ್ತು ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ತಲುಪುವಲ್ಲಿ ಅವರಿಗೆ ಇರುವ ತಾಂತ್ರಿಕ ಜ್ಞಾನವನ್ನು ಪರಿಗಣಿಸಿದರೆ, ಅವುಗಳು ಪ್ರಜಾಪ್ರಭುತ್ವವನ್ನು ವಿರೂಪಗೊಳಿಸುವ ಪಾತ್ರವಹಿಸಬಹುದು.
6. ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ ಕಂಪೆನಿಗಳಿಗೆ ಸುಳ್ಳು ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು, ವಿಶೇಷವಾಗಿ ಚಿತ್ರಗಳು ಮತ್ತು ವೀಡಿಯೋಗಳ ನಿಜಸ್ವರೂಪವನ್ನು ಬಯಲಿಗೆಳೆಯುವುದಕ್ಕೆ ಮತ್ತು ಅವುಗಳ ಸತ್ಯ-ಶೋಧನೆ ನಡೆಸಲು ಹೂಡಿಕೆ ಮಾಡುವ ಎಲ್ಲಾ ಅನುಕೂಲತೆಗಳಿವೆ.
7. ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ ಕಂಪನಿಗಳು ಹೆಚ್ಚು ಪಾರದರ್ಶಕ ನೀತಿಯನ್ನು ಹೊಂದುವುದು ಅವಶ್ಯಕ

ಉತ್ತಮ ಅಭ್ಯಾಸಗಳು

ಸುಳ್ಳು ಮಾಹಿತಿ ಮತ್ತು ತಪ್ಪು ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ತಪ್ಪಿಸಲು, ಸುದ್ದಿಮನೆಗಳು ಮತ್ತು ಪತ್ರಕರ್ತರು ಕೆಲವು ಉತ್ತಮ ಅಭ್ಯಾಸಗಳನ್ನು ಅಳವಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಬಹುದು. ಜುಲೈ ಮತ್ತು ಸೆಪ್ಟೆಂಬರ್ 2019ರ ನಡುವೆ ನಡೆದ ಸರಣಿ ಕಾರ್ಯಾಗಾರಗಳಲ್ಲಿ ಹಿರಿಯ ಪತ್ರಕರ್ತರು, ಮಾಧ್ಯಮ ತಜ್ಞರು, ಮತ್ತು ಸತ್ಯಪರಿಶೋಧನಾ ಪರಿಣಿತರು ಹಂಚಿಕೊಂಡ ಉತ್ತಮ ಅಭ್ಯಾಸಗಳನ್ನು ಕೆಳಗೆ ನೀಡಲಾಗಿದೆ:

ಪತ್ರಕರ್ತರು

ಮೂಲಗಳು

1. ಮಾಹಿತಿಯ ಎಲ್ಲಾ ಮೂಲಗಳನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸಿ. ರಾಜಕೀಯ ಪಕ್ಷಗಳು ಅಥವಾ ರಾಜಕೀಯ ಪಕ್ಷಗಳೊಂದಿಗೆ ಗುರುತಿಸಿಕೊಂಡಿರುವ ಮೂಲಗಳಿಂದ ದೊರೆತ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸಿ. ಸಾರ್ವಜನಿಕರಿಂದ ದೊರೆತ ಮಾಹಿತಿಗಳು ಕೂಡಾ ಪಟ್ಟಭದ್ರ ಹಿತಾಸಕ್ತಿಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿರಬಹುದು.

2. ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸಲು ವಿವಿಧ ಮೂಲಗಳನ್ನು ಗಮನಿಸಿ. ನಿಮಗಿರುವ ಎಲ್ಲಾ ಮೂಲಗಳು ಮತ್ತು ದಾಖಲೆಗಳು ಸ್ಪಷ್ಟ ಚಿತ್ರಣವನ್ನು ನೀಡದಿದ್ದಲ್ಲಿ, ಆ ವರದಿಯನ್ನು ಪ್ರಕಟಿಸಬೇಡಿ.
3. ಮೂಲವನ್ನು, ಅದರಲ್ಲಿ ವಿಶೇಷವಾಗಿ ವಿಕಿಪೀಡಿಯಾದಂತಹ ಆನ್‌ಲೈನ್ ಮೂಲಗಳನ್ನು ಕೂಲಂಕಷವಾಗಿ ಪರಿಶೀಲಿಸಿ. ವೆಬ್‌ಸೈಟ್‌ಗಳಾದಲ್ಲಿ, ಕಾರ್ಯೋದ್ದೇಶಗಳು, ಉದ್ದೇಶಗಳು ಮತ್ತು ಸಂಪರ್ಕ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಪರೀಕ್ಷಿಸುವುದು ಅತ್ಯಗತ್ಯ.
4. ಸುದ್ದಿಗಾಗಿ ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮಗಳನ್ನು ಆಗಾಗ್ಗೆ ಪರಿಶೀಲಿಸಿ. ಆದರೆ, ಸುಳ್ಳು ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಪ್ರಮುಖ ರಾಜಕೀಯ ವ್ಯಕ್ತಿಯೊಬ್ಬರು ಪೋಸ್ಟ್ ಮಾಡಿದರೂ ಸಹ ಅದನ್ನು ಬಹಿರಂಗಪಡಿಸಿ. ಸ್ವತಂತ್ರವಾಗಿ ದೃಢೀಕರಿಸಬಹುದಾದಂತಹ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಮಾತ್ರ ವರದಿ ಮಾಡಿ.
5. ವಿಶೇಷವಾಗಿ ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮ ಖಾತೆಗಳಲ್ಲಿ ಖಾತೆದಾರರು ಹಾಕಿರುವ ಅಭಿಪ್ರಾಯ / ಕಾಮೆಂಟ್‌ಗಳನ್ನು ಪರೀಕ್ಷಿಸಿ. ಮಾಹಿತಿಯ ನಿಖರತೆಯನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುವ ಸುಳಿವುಗಳನ್ನು ಇವು ನೀಡಬಹುದು.
6. ನೀಡಿರುವ ಮಾಹಿತಿಗಳು ವಿಶ್ವಾಸಾರ್ಹವೇ ಅಥವಾ ಅಲ್ಲವೇ ಎಂಬುದನ್ನು ಗುರುತಿಸಲು ಸಂಬಂಧಿತ ಮೂಲಗಳನ್ನು ಪರೀಕ್ಷಿಸಿ.
7. ಮಾಹಿತಿಯ ಮೂಲವು ಎಷ್ಟೇ ವಿಶ್ವಾಸಾರ್ಹವಾಗಿದ್ದರೂ ಸಹ, ಮಾಹಿತಿಯ ಸತ್ಯಾಸತ್ಯತೆಯನ್ನು ಪರೀಕ್ಷಿಸಿ. ತಕ್ಷಣವೇ ಯಾವುದೇ ತೀರ್ಮಾನಕ್ಕೆ ಬರಬೇಡಿ.
8. ಹಿಂದೆ ಸುಳ್ಳು ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ನೀಡಿದ ಮೂಲಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಎಚ್ಚರಿಕೆಯಿಂದಿರಿ.
9. ಸಾಧ್ಯವಾದಾಗಲೆಲ್ಲಾ, ಕ್ಷೇತ್ರಭೇಟಿ ನೀಡಿ, ವರದಿಯನ್ನು ಮಾಡಿ
10. ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮದಲ್ಲಿ ಬರುವ ಘಟನೆಗಳ ವರದಿಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಎಚ್ಚರದಿಂದಿರಿ. ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮವು ಕೆಲವು ಪ್ರಕರಣಗಳನ್ನು ರೋಚಕಗೊಳಿಸಬಹುದು ಅಥವಾ ಕೆಲವು ಸೂಕ್ಷ್ಮ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಬಹಿರಂಗಪಡಿಸಬಹುದು.
11. ರಾಜಕೀಯ ಮುಖಂಡರಿಂದ ಯಾವುದೇ ವೈಯಕ್ತಿಕ ಸಹಾಯ ಮತ್ತು ಸ್ವೀಕೃತಿ ಪಡೆಯುವುದನ್ನು ತಪ್ಪಿಸಿ. ಅವರ ಉದ್ದೇಶ ತಪ್ಪು ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ನೀಡುವುದಿರಬಹುದು.
12. ಆನ್ಲೈನ್‌ನಲ್ಲಿ ಸಿಕ್ಕಚಿತ್ರಗಳು ಮತ್ತು ವಿಡಿಯೋಗಳ ಬಗ್ಗೆ ತಕ್ಷಣ ಯಾವುದೇ ತೀರ್ಮಾನಕ್ಕೆ ಬರಬೇಡಿ. ಚಿತ್ರಗಳು ಅಥವಾ ವಿಡಿಯೋಗಳು ತಪ್ಪು ಅಥವಾ ಸರಿ ಎಂಬ ತೀರ್ಮಾನಕ್ಕೆ ಬರುವ ಮುನ್ನ ಅವುಗಳ ಸತ್ಯಾಸತ್ಯತೆಯನ್ನು ಮತ್ತು ಅದರ ಮೂಲವನ್ನು ಪರೀಕ್ಷಿಸುವುದು ಅಗತ್ಯ. ಚಿತ್ರಗಳು ಮತ್ತು ವಿಡಿಯೋಗಳ ಹೆಚ್ಚು ವಿವರಕ್ಕಾಗಿ ಅವುಗಳನ್ನು ಜೂಮ್ ಮಾಡಿ ಅಥವಾ ನಿಧಾನಗತಿಯಲ್ಲಿ ಓದಿಸಿ.
13. ಸುದ್ದಿಯನ್ನು ಸಾಧ್ಯವಾದ ಎಲ್ಲಾ ಆಯಾಮಗಳಿಂದ ಗಮನಿಸಿ.

ವರದಿಗಾರಿಕೆ/ಬರವಣಿಗೆ/ಸಂಪಾದನೆ

1. ಅನಗತ್ಯವಾಗಿ ಓದುಗರನ್ನು ಭಯಭೀತರನ್ನಾಗಿಸಬೇಡಿ. ನಿಮ್ಮ ವರದಿಗಳಲ್ಲಿ "ತಮಗೆ ಲಭ್ಯವಿರುವ ಸತ್ಯದ ಆಪ್ತ" ಇರಲಿ.
2. ಏಕರೂಪದ ವಿವರಣೆಯನ್ನು ನೀಡುವ ಸುದ್ದಿಮೂಲದ ಬಗ್ಗೆ ಅರಿವಿರಲಿ.
3. ನಿಮ್ಮ ವರದಿಯು ಯಾವ ವ್ಯಕ್ತಿಗಳ ಮೇಲೆ ಪರಿಣಾಮ ಬೀರುತ್ತದೆ ಎಂಬುದರ ಬಗ್ಗೆ ಅರಿವಿರಲಿ.
4. ವರದಿಗಳನ್ನು ಕಾಲ್ಪನಿಕಗೊಳಿಸಬೇಡಿ. ವರದಿಗಳನ್ನು ಅವು ಇರುವ ಹಾಗೆಯೇ ವರದಿ ಮಾಡಿ.
5. ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ, ಎಲ್ಲಾ ವರದಿಗಳಿಗೆ ಮಾಹಿತಿಯ ಮೂಲವನ್ನು ಒದಗಿಸಿ.
6. ವಿಪತ್ತುಗಳು ಮತ್ತು ವಿಕೋಪಗಳ ಬಗ್ಗೆ ವಸ್ತುನಿಷ್ಠವಾಗಿ ಮತ್ತು ಸೂಕ್ಷ್ಮತೆಯಿಂದ ವರದಿ ಮಾಡಿ. ಈ ಉದ್ದೇಶಕ್ಕಾಗಿ ಸುದ್ದಿಸಂಸ್ಥೆಗಳಲ್ಲಿ ವಿಶೇಷ ತಂಡವನ್ನು ತರಬೇತುಗೊಳಿಸಿ.
7. ಸಮತೋಲಿತ ಶೀರ್ಷಿಕೆಯನ್ನು ಬರೆಯಿರಿ. ಅವಹೇಳನಕಾರಿ, ಪ್ರಚೋದನಕಾರಿ ಮತ್ತು ಪಕ್ಷಪಾತದ ಪದಗಳನ್ನು ತಪ್ಪಿಸಿ.
8. ವಿಶೇಷವಾಗಿ ವರದಿಯು ಅದರಲ್ಲಿರುವ ಮಾಹಿತಿಯಿಂದಾಗಿ ರೋಚಕವಾಗಿದ್ದರೆ ವೀಕ್ಷಕರ ಅಥವಾ ಓದುಗರ ಸಂಖ್ಯೆಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಲು ಕಥೆಗೆ ಪ್ರಚೋದನಕಾರಿ ಗುಣಲಕ್ಷಣಗಳನ್ನು ಸೇರಿಸಬೇಡಿ, ಉತ್ತಮವಾಗಿ ಬರೆಯಲ್ಪಟ್ಟ, ಅಧಿಕೃತ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿದ್ದಲ್ಲಿ, ಅದು ತನ್ನದೇ ಆದ ಮೇಲೆ ರೋಚಕತೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿರುತ್ತದೆ.
9. ನಿಖರ, ನಿಷ್ಠುರ, ಮತ್ತು ಪುರಾವೆ-ಅಥವಾ ವಸ್ತುನಿಷ್ಠತೆಯನ್ನು ಆಧರಿಸಿದ ಮೂಲಭೂತ ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮಕ್ಕೆ ಹಿಂದಿರುಗಿ
10. ಸುದ್ದಿ ಚಿತ್ರಗಳು ಅಥವಾ ಲೇಖನಗಳಲ್ಲಿ ಕೊಟ್ಟಿರುವ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಸಾಕಷ್ಟು ಸಂಶೋಧನೆ ಮತ್ತು ಅಂಕಿಅಂಶಗಳೊಂದಿಗೆ ಬೆಂಬಲಿಸಿ.
11. ಸುದ್ದಿಗಳ "ಹುಸಿ ಸಮತೋಲನ (false balancing)"ವನ್ನು ಮಾಡಬೇಡಿ. ಸಮತೋಲಿತ ವರದಿ ಎಂದರೆ ವಿರುದ್ಧ ಸಿದ್ಧಾಂತವನ್ನು ಹೊಂದಿದ ಜನರ ಉಲ್ಲೇಖಗಳನ್ನು ಸೇರಿಸಿಕೊಳ್ಳಲೇಬೇಕು ಎಂದರ್ಥವಲ್ಲ.
12. ಸುಳ್ಳು ಅಥವಾ ಉತ್ಪ್ರೇಕ್ಷಿತ ವಾದಗಳನ್ನು ಎದುರಿಸಲು ತಾರ್ಕಿಕವಾಗಿ ಯೋಚಿಸಿ.
13. ಸೂಕ್ಷ್ಮ ವಿಷಯಗಳ ಬಗ್ಗೆ ವರದಿ ಮಾಡುವಾಗ ಎಚ್ಚರಿಕೆ ವಹಿಸಿ. ಸೂಕ್ಷ್ಮ ವಿಷಯಗಳ ಬಗ್ಗೆ ವರದಿ ಮಾಡುವಾಗ ಜಾಗರೂಕರಾಗಿಲ್ಲದಿದ್ದಲ್ಲಿ, ಸುದ್ದಿಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಮತ್ತು ವರದಿಗಾರರು ಸಮಾಜದಲ್ಲಿ ಒಡಕು ಸೃಷ್ಟಿಸುವ ಮಾಡುವ ಸಾಧ್ಯತೆಗಳಿರುತ್ತವೆ.
14. ವರದಿಗಳಲ್ಲಿ ಮಾಡಿರುವ ಅತಿರೇಕಗಳ ತನಿಖೆ ಮಾಡಲು ಶೀರ್ಷಿಕೆಗಳಿಗಷ್ಟೇ ಸೀಮಿತವಾಗದೇ, ಇಡೀ ವರದಿಯನ್ನು ಗಮನಕೊಟ್ಟು ಓದಿ. ವರದಿಗಳಲ್ಲಿ ಶೀರ್ಷಿಕೆಗಿಂತ ಹೆಚ್ಚು ಮಾಹಿತಿ ದೊರೆಯುತ್ತದೆ..

15. ಲೇಖನ ನಿಜ ಮತ್ತು ವಿಶ್ವಾಸಾರ್ಹವಾದುದು ಎಂಬುದನ್ನು ತಿಳಿಯಲು ಲೇಖಕರ ಪೂರ್ವಾಪರಗಳನ್ನು ಪರೀಕ್ಷಿಸಿ.
16. ದಿನಾಂಕವನ್ನು ಪರೀಕ್ಷಿಸಿ. ಕೆಲವೊಮ್ಮೆ, ಹಳೆಯ ವರದಿಗಳನ್ನು ಮರುಪ್ರಕಟಿಸಿರಬಹುದಾಗಿದ್ದು, ಅದು ಪ್ರಸ್ತುತ ಘಟನೆಗಳಿಗೆ ಸಂಬಂಧಪಟ್ಟಿರುವುದಿಲ್ಲ.
17. ನಿಮ್ಮ ಧೋರಣೆಗಳ ಮೇಲೆ ಗಮನವಿರಲಿ, ಅವು ನಿಮ್ಮ ಬರಹದ ಮೇಲೆ ಅಭಿಪ್ರಾಯದ ಮೇಲೆ ನಿಮಗೇ ತಿಳಿಯದೇ ಪ್ರಭಾವ ಬೀರುವ ಸಾಧ್ಯತೆ ಇದೆ.
18. ಅನುಮಾನವಿದ್ದಲ್ಲಿ ಪರಿಣಿತರನ್ನು ಅಥವಾ ಸತ್ಯ-ಶೋಧನಾ ವೆಬ್‌ಸೈಟ್‌ಅನ್ನು ಸಂಪರ್ಕಿಸಿ
19. ವಿಷಯದ ಬಗ್ಗೆ ಬಗ್ಗೆ ವಿಮರ್ಶಾತ್ಮಕ ಮತ್ತು ಮಾಹಿತಿಪೂರ್ಣ ವರದಿಗಳನ್ನು ಬರೆಯಿರಿ
20. ಸುದ್ದಿಗಳು ಮತ್ತು ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡ ಉತ್ತಮ ವರದಿಗಳನ್ನು ಒದಗಿಸಿ, ಆದರೆ ಈ ಎರಡರ ಮಧ್ಯೆ ಇರುವ ವ್ಯತ್ಯಾಸವು ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗಿ, ಪಾರದರ್ಶಕವಾಗಿರಲಿ. ಇದು ನೈಜ ಚಿತ್ರಣ ಮತ್ತು ಸುದ್ದಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ನೀಡಿರುವ ವರದಿಯ ಬಗ್ಗೆ ಇರುವ ದೂರವನ್ನು ಕಡಿಮೆ ಮಾಡುವುದಕ್ಕೆ ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಸುಳ್ಳು ನಿರೂಪಣೆಯನ್ನು ತಡೆಗಟ್ಟುತ್ತದೆ. ಇದು ಸಾರ್ವಜನಿಕರು ಮತ್ತು ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ನಡುವೆ ಇರುವ ದೂರ/ಭಿನ್ನಾಭಿಪ್ರಾಯವನ್ನು ಕೂಡ ಕಡಿಮೆ ಮಾಡುತ್ತದೆ.
21. ನಮ್ಮಲ್ಲೇ ಮೊದಲು” ಎನ್ನುವ ಬದಲಿಗೆ “ಸರಿಯಾದ ವರದಿ ನಮ್ಮಲ್ಲೇ ಮೊದಲು” ಎನ್ನುವ ನೀತಿಯನ್ನು ಅನುಸರಿಸಿ.
22. ತಮ್ಮ ಪ್ರತಿಸ್ಪರ್ಧಿ ವರದಿ ಮಾಡಿದ್ದಾನೆ ಎಂಬ ಕಾರಣಕ್ಕೆ ವರದಿ ಮಾಡುವಂತೆ ಪತ್ರಕರ್ತನನ್ನು ಒತ್ತಾಯಿಸುವ “ಕಣ್ಣಿಗೆ ಬಟ್ಟೆ ಕಟ್ಟಿಕೊಂಡು/bandwagon effect” ನೀತಿಯನ್ನು ಅನುಸರಿಸಬೇಡಿ.
23. ಇತರ ಸುದ್ದಿಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಮಾಡಿದ ಸುದ್ದಿ ವರದಿಗಳನ್ನು, ವಿಶೇಷವಾಗಿ ಅವರು ಗಂಭೀರವಾದ ವಿಷಯವನ್ನು ಬಹಿರಂಗಪಡಿಸಿದ ಸಂದರ್ಭಗಳಲ್ಲಿ ಅನುಸರಿಸಿ, ನೀವೂ ವರದಿ ಮಾಡಿ.
24. ನಿಮ್ಮ ಪತ್ರಕರ್ತರ ಮೇಲೆ ವಿಶ್ವಾಸವಿಡಿ ಮತ್ತು ಅವರ ಪರವಾಗಿ ನಿಲ್ಲಿರಿ.

ಮಾಹಿತಿ ಪರಿಶೀಲನೆ (Fact-Check)

1. ವೈರಲ್ ಸುದ್ದಿಗಳನ್ನು ಪ್ರಕಟಿಸುವ ಮುನ್ನ ಮಾಹಿತಿ ಪರಿಶೀಲನೆಯತ್ತ ವಿಶೇಷ ಗಮನ ಹರಿಸಿ.
2. ತಪ್ಪು ಮಾಹಿತಿಗಳು ಹರಡದಂತೆ ತಡೆಯಲು ವೈಯಕ್ತಿಕ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಪ್ರಯತ್ನವನ್ನು ಕೈಗೊಳ್ಳಿ.
3. ವರದಿಗಳಲ್ಲಿನ ನಿಜವಾದ ತಪ್ಪುಗಳನ್ನು ಒಪ್ಪಿಕೊಂಡು, ಅದನ್ನು ತಕ್ಷಣವೇ ಸರಿಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಿ. ಆದರೆ, ವರದಿಗಳಲ್ಲಿ ಉದ್ದೇಶಪೂರ್ವಕವಾಗಿ ನುಸುಳುವ ತಪ್ಪು ಮಾಹಿತಿಗಳನ್ನು ಒಪ್ಪಿಕೊಳ್ಳಬೇಡಿ.
4. ಪತ್ರಕರ್ತರಿಗೆ ತಪ್ಪು ಮಾಹಿತಿಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಮಾಹಿತಿ ಮತ್ತು ಅದರ ವಿರುದ್ಧ ಹೇಗೆ ಹೋರಾಡಬೇಕು ಎಂಬುದರ ಬಗ್ಗೆ ಅವು ಮೂಡಿಸಲು ಆಂತರಿಕ ಕಾರ್ಯವಿಧಾನಗಳನ್ನು ರೂಪಿಸಿ.

5. ನಿಯಮಿತ ಸುದ್ದಿ ಪ್ರಕಟಣಾ ಚಕ್ರಗಳಲ್ಲಿ/ಹಂತಗಳಲ್ಲಿ, ಮಾಹಿತಿ ಪರಿಶೀಲನೆ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಸೇರಿಸಿ. ಕಡಿಮೆ ಸಮಯವನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುವ ಕನಿಷ್ಠ ಸಂಖ್ಯೆಯ ಸುದ್ದಿಗಳ ಸತ್ಯಪರಿಶೀಲನೆಯನ್ನು ಮಾಡಲು ಪ್ರತಿದಿನ ಸಮಯವನ್ನು ಮೀಸಲಿಡಿ. ಹೆಚ್ಚಿನ ವೀಕ್ಷಕರನ್ನು ಹೊಂದಿರುವ ಪ್ರಾದೇಶಿಕ ಭಾಷಾ ಮಾಧ್ಯಮ ಮತ್ತು ಆನ್‌ಲೈನ್ ಪೋರ್ಟಲ್‌ಗಳಲ್ಲಿ ಇದರ ಅಗತ್ಯ ಹೆಚ್ಚಿದೆ.
6. ತನಿಖಾ ವರದಿಗಾರಿಕೆ, ವಿವರಣಾತ್ಮಕ ವರದಿ ಮಾಡುವ ಘಟಕಗಳನ್ನು ರೂಪಿಸುವುದು, ಡೊಮೇನ್ ಪರಿಣತಿಯನ್ನು ಸುಧಾರಿಸುವುದು ಮತ್ತು ಸುದ್ದಿಗಳ ಆಳ ಮತ್ತು ವಿಸ್ತಾರವಾದ ವರದಿಯನ್ನು ಸುಧಾರಿಸಲು ಸಮುದಾಯಗಳಲ್ಲಿ ಪತ್ರಕರ್ತರನ್ನು ನೇಮಿಸುವುದಕ್ಕೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಹೊಡೆಕೆಯನ್ನು ಮಾಡಿ.
7. ಸಾಂಸ್ಥಿಕ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಹಲವು ಹಂತದ ಸತ್ಯ-ಶೋಧನಾ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ಅನುಷ್ಠಾನಗೊಳಿಸಿ.
8. ಪತ್ರಕರ್ತರಿಗಾಗಿ ತರಬೇತಿ ಮತ್ತು ಮಾಧ್ಯಮ ಸಾಕ್ಷರತೆ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮದಲ್ಲಿ ಹೊಡೆಕೆ ಮಾಡಿ.
9. ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ಪೋಸ್ಟ್ ಮಾಡಲಾದ ಮಾಹಿತಿಯ ಸತ್ಯಾಸತ್ಯತೆ, ಸತ್ಯಪರಿಶೀಲನೆ ಮತ್ತು ವಿಶ್ವಾಸಾರ್ಹತೆಯನ್ನು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು, ಪೂರ್ಣಸಮಯ ಅದರಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿರುವ ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮ ಸಂಪಾದಕರನ್ನು ನೇಮಿಸಿ. ಜೊತೆಗೆ, ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮದಿಂದ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುವ ಮಾಹಿತಿಯ ಗೇಟ್‌ಕೀಪರ್ ಆಗಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸಲು ವ್ಯಕ್ತಿಯನ್ನು ನೇಮಿಸಿ.
10. ಪತ್ರಕರ್ತರು ತಮ್ಮ ಅನುಭವಗಳನ್ನು ನಿಯಮಿತವಾಗಿ ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳಲು ಮತ್ತು ಪ್ರಕಟಿಸಲು ಪ್ರಾದೇಶಿಕ ಮಾಧ್ಯಮದಲ್ಲಿ ಸ್ಥಳವನ್ನು/ಅವಕಾಶವನ್ನು ಒದಗಿಸಿ. “ರಿಪೋರ್ಟರ್ಸ್ ನೋಟ್‌ಬುಕ್” ನಂತರ ಉಪಕ್ರಮವು ವೃತ್ತಿಯ ವಿವಿಧ ಆಯಾಮಗಳು ಹಾಗೂ ಸವಾಲುಗಳನ್ನು ತೆರೆದಿಡುತ್ತದೆ; ಮತ್ತು ಸಾರ್ವಜನಿಕರಿಗೆ ಪತ್ರಕರ್ತರು ಏನು ವರದಿ ಮಾಡುತ್ತಾರೆ ಎಂಬುದು ಮಾತ್ರವಲ್ಲ, ಅವರು ಸುದ್ದಿಗಳನ್ನು ವರದಿಮಾಡುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಉತ್ತಮ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ನೆರವಾಗುತ್ತದೆ.
11. ಯುವ ಪತ್ರಕರ್ತರು ಮತ್ತು ಕ್ಷೇತ್ರಕ್ಕೆ ಹೊಸದಾಗಿ ಪ್ರವೇಶಿಸುವವರಿಗೆ ಮಾಧ್ಯಮ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಬಗ್ಗೆ ತಮ್ಮ ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳನ್ನು ತಿಳಿಸಲು ಅವಕಾಶಗಳನ್ನು ಒದಗಿಸಿ. ಇದು ಮಾಧ್ಯಮದ ಕಾರ್ಯವೈಖರಿಗೆ ಹೊಸ ಆಲೋಚನೆ ಮತ್ತು ವಿಮರ್ಶಾತ್ಮಕ ಆಯಾಮವನ್ನು ನೀಡುತ್ತದೆ.

ಮಾಧ್ಯಮ ಮುಖ್ಯಸ್ಥರು/ಸಂಸ್ಥೆಯ ಮುಖ್ಯಸ್ಥರು

1. ಪ್ರೇಕ್ಷಕರನ್ನು ಗುರುತಿಸುವುದು ಮತ್ತು ವೀಕ್ಷಕರು ಮತ್ತು ಓದುಗರೊಂದಿಗೆ ಅನುಭೂತಿ ಹೊಂದುವ ವ್ಯವಹಾರ ಮಾಡರಿಯನ್ನು ರೂಪಿಸಬೇಕು.
2. ಸುಸ್ಥಿರ ಆದಾಯದ ಮಾದರಿಯನ್ನು ರಚಿಸಿ. ಜಾಹೀರಾತು ಆಧಾರಿತ ಆದಾಯ ಮಾದರಿಯು ಹಣಕಾಸಿನ ಮೂಲಗಳ ಮೇಲೆ ಅವಲಂಬನೆಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಸುದ್ದಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳನ್ನು ತಪ್ಪು ಮಾಹಿತಿ ಅಥವಾ ಸುಳ್ಳು ಮಾಹಿತಿಯ ಪ್ರಕಟಣೆಗೆ ಎಡೆಮಾಡಿಕೊಡಬಹುದು.
3. ಸುದ್ದಿ ವರದಿಗಳನ್ನು ಜಾಹೀರಾತುಗಳಿಂದ ಪ್ರತ್ಯೇಕಿಸಲು, ಜಾಹೀರಾತುಗಳನ್ನು ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗಿ ಗುರುತಿಸಬೇಕು

4. ಸಾರ್ವಜನಿಕರಿಗೆ, ಓದುಗರಿಗೆ ಮತ್ತು ವೀಕ್ಷಕರಿಗಾಗಿ ಪಾರದರ್ಶಕವಾದ ನೀತಿಗಳನ್ನು ಜಾರಿಗೊಳಿಸಿ. ತಪ್ಪುಗಳು, ತಪ್ಪುಗಳ ಸ್ವರೂಪ ಮತ್ತು ಅವುಗಳನ್ನು ಸರಿಪಡಿಸಲು ತೆಗೆದುಕೊಂಡ ಕ್ರಮಗಳನ್ನು ಸಾರ್ವಜನಿಕರಿಗೆ ಸ್ಪಷ್ಟಪಡಿಸಿ. ಸಾರ್ವಜನಿಕರ ವಿಶ್ವಾಸವನ್ನು ಮತ್ತೆ ಗಳಿಸಿ.
5. ಮುಖ್ಯವಾಹಿನಿಯ ಸುದ್ದಿಸಂಸ್ಥೆಗಳು ವ್ಯವಸ್ಥಿತ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ತಪ್ಪು ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ನಿಭಾಯಿಸಲು ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮಕ್ಕೆ ತಮ್ಮನ್ನು ತಾವು ತೆರೆದುಕೊಳ್ಳಬೇಕು.

ಪತ್ರಕರ್ತರ ಮತ್ತು ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಒಕ್ಕೂಟಗಳು

1. ಸುದ್ದಿಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಒಗ್ಗೂಡುವಿಕೆ ಮತ್ತು ಐಕಮತ್ಯವು ಪ್ರಬಲ ಲಾಭಿಗಳಿಂದ ಉಂಟಾಗುವ ಒತ್ತಡಗಳನ್ನು ನಿವಾರಿಸಲು ನೆರವಾಗುತ್ತದೆ.
2. ತಪ್ಪು ಮಾಹಿತಿ ಮತ್ತು ಸುಳ್ಳು ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ತಡೆಗಟ್ಟಲು ಔಪಚಾರಿಕ ನೀತಿಯನ್ನು ರೂಪಿಸಬೇಕು
3. ಮಾಹಿತಿ ಪ್ರಸಾರಕರು, ಸುದ್ದಿಗಳು ಮತ್ತು ಸಾರ್ವಜನಿಕ ವ್ಯವಹಾರಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳನ್ನು ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಪ್ರಸಾರ ಮಾಡುವಂತೆ ನಿಬಂಧಿಸುವ ನೀತಿಗಳನ್ನು ಜಾರಿಗೊಳಿಸಬೇಕು
4. ತಪ್ಪು ಮಾಹಿತಿ ಮತ್ತು ಸುಳ್ಳು ಮಾಹಿತಿಯು ಹೆಚ್ಚಾಗದಂತೆ ತಡೆಗಟ್ಟಲು ಒಂದೇ ಮಾಲಿಕರು ಹಲವು ಭಿನ್ನ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಒಡೆತನ ಹೊಂದುವುದನ್ನು ನಿರ್ಬಂಧಿಸುವ ನೀತಿಗಳನ್ನು ಜಾರಿಗೊಳಿಸುವುದು.
5. ವಿಶ್ವಾಸಾರ್ಹ ಸರ್ಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳನ್ನು ನಿಯಮಿತವಾಗಿ ದತ್ತಾಂಶ ಮತ್ತು ಅಂಕಿಅಂಶಗಳನ್ನು ಒದಗಿಸಲು ಪ್ರೋತ್ಸಾಹಿಸಬೇಕು
6. ಸುಳ್ಳು ಮಾಹಿತಿ ಅಥವಾ ತಪ್ಪು ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಹರಡುವ ಪತ್ರಕರ್ತರ ಮಾನ್ಯತೆಯನ್ನು ರದ್ದು ಮಾಡುವುದು
7. ಯುವಪೀಳಿಗೆಯ ಮತ್ತು ಹೊಸ ಪತ್ರಕರ್ತರಿಗೆ ಮಾರ್ಗದರ್ಶನ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳನ್ನು, ಸೇರ್ಪಡೆ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು.
8. ಮಾಧ್ಯಮ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಸಹಭಾಗಿತ್ವ ಪ್ರಯತ್ನವು ಉತ್ತಮ ವರದಿಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸಬೇಕು ಮತ್ತು ಅವರ ಪ್ರತಿಸ್ಪರ್ಧಿಗಳು ಮಾಡಿದ ತಪ್ಪುಗಳನ್ನು ಎತ್ತಿ ತೋರಿಸಬೇಕು.
9. ವಿಪತ್ತು ಅಥವಾ ಅಪಘಾತದಿಂದ ಉಂಟಾದ ಸಾವುನೋವಿನ ಸಂಖ್ಯೆಯಂತಹ ಸೂಕ್ಷ್ಮ ವಿಷಯಗಳ ವರದಿಗಾಗಿ ಮಾರ್ಗಸೂಚಿಗಳನ್ನು ರೂಪಿಸಬೇಕು. ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಅಧಿಕೃತವಾಗಿ ದೃಢೀಕರಿಸಿದ ಸಂಖ್ಯೆಗಳನ್ನು ಮಾತ್ರ ಪ್ರಕಟಿಸಬೇಕು. ಸಾವಿನ ಸಂಖ್ಯೆಗಳು ಮೃತದೇಹದ ಎಣಿಕೆಗಳನ್ನು ಆಧರಿಸಿರಬೇಕು ಮತ್ತು ಸಾಧ್ಯವಾದಲ್ಲಿ ಸಾವಿನ ಸುದ್ದಿಯನ್ನು ಖಚಿತಪಡಿಸುವ ಮೂಲಗಳು ಅಥವಾ ಹತ್ತಿರದ ಸಂಬಂಧಿಗಳ ಹೇಳಿಕೆಯನ್ನು ಆಧರಿಸಿರಬೇಕು.
10. ಪ್ರತಿದಿನದ ಸಮಸ್ಯೆಗಳ/ವಿಷಯಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಸಾರ್ವಜನಿಕರು ತಮ್ಮ ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳನ್ನು ವ್ಯಕ್ತಪಡಿಸಲು ಪರ್ಯಾಯ ವೇದಿಕೆಯನ್ನು ಸ್ಥಾಪಿಸಬೇಕು.
11. ಸಾರ್ವಜನಿಕರೊಂದಿಗೆ ಹೆಚ್ಚು ಸಂವಹನ ನಡೆಸಿ. ಇದು ನಂಬಿಕೆ ಮತ್ತು ವಿಶ್ವಾಸಾರ್ಹತೆಯನ್ನು ಗಳಿಸಲು ನೆರವಾಗುತ್ತದೆ.
12. ಮಾಹಿತಿಯ ಸತ್ಯ-ಶೋಧನೆ ಮತ್ತು ಪರಿಶೀಲನೆಗಾಗಿ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ ಸಂಸ್ಥೆಗಳೊಂದಿಗೆ ಸೇರಿ ಕೆಲಸ ಮಾಡಿ. ಇದು ಪ್ರಾದೇಶಿಕ ಮಾಧ್ಯಮ ಸಂಸ್ಥೆಗಳಿಗೆ ಬಹಳ ಮುಖ್ಯವಾಗಿದೆ.

ಸುದ್ದಿ ಮನೆಗಳಲ್ಲಿ ಸುಳ್ಳು ಮಾಹಿತಿಗಳನ್ನು ನಿಭಾಯಿಸುವುದು: ಭಾಗೀದಾರರ ಸಲಹೆಗಳು

1. ಸುದ್ದಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಮಾಹಿತಿ-ಪರಿಶೀಲನೆಗಾಗಿ ಸುದ್ದಿ ತನಿಖಾಧಿಕಾರಿ (News Ombudsmen) ಯಂತಹ ಕಾರ್ಯವಿಧಾನಗಳನ್ನು ಅಳವಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು.
2. ಸುದ್ದಿ ಮನೆಗಳು ಪ್ರತಿದಿನ ಚಿತ್ರಗಳು, ವೀಡಿಯೋಗಳು ಮತ್ತು ನಿಯಮಿತ ಸುದ್ದಿಗಳ ಸತ್ಯಾಸತ್ಯತೆಯನ್ನು ತಿಳಿಯುವುದು ಅತ್ಯಗತ್ಯ. ಇದನ್ನು ಪತ್ರಕರ್ತರೇ ನಿರ್ವಹಿಸಬಹುದು.
3. ಇದರಿಂದ ಸುದ್ದಿ ಮನೆಯು ಯಾವುದೇ ಸುದ್ದಿಯನ್ನು ತಡೆಹಿಡಿಯದಂತೆ ನೋಡಿಕೊಳ್ಳುವುದರ ಜೊತೆಗೆ, ವಿಷಯವನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸಲು ಮತ್ತು ವರದಿಯ ಸತ್ಯಾಸತ್ಯತೆಯ ಬಗ್ಗೆ ವಿಶ್ವಾಸದಿಂದ ಪ್ರಕಟಿಸಲು ಅವರಿಗೆ ನೆರವಾಗುತ್ತದೆ.
4. ಸಮಸ್ಯೆಯನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ಹಾಗೂ ಆಳವಾದ ಮತ್ತು ನಿಖರವಾದ ವರದಿಗಾಗಿ ತನಿಖಾ ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮ ಅತ್ಯಗತ್ಯ.
5. ಸುದ್ದಿ ಮನೆಯು ವರದಿಯನ್ನು ತಕ್ಷಣವೇ ಪ್ರಕಟಿಸುವುದಕ್ಕೆ ಒತ್ತು ನೀಡಿದರೂ ಸಹ, ಸುದ್ದಿಗಳನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸಲು ಮತ್ತು ಮೌಲ್ಯೀಕರಿಸಲು ಪತ್ರಕರ್ತರು ಸಮಯ ಕೇಳಬೇಕು.
6. ಪತ್ರಕರ್ತರು ಸುದ್ದಿಯನ್ನು ಕೇವಲ ಒಂದೇ ಆಯಾಮದಿಂದ ನೋಡದೆ, ಎಲ್ಲಾ ಆಯಾಮಗಳಿಂದ ವರದಿ ಮಾಡುವತ್ತ ಗಮನ ಹರಿಸಬೇಕು. ಸುದ್ದಿಯಲ್ಲಿನ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸಲು ಸುದ್ದಿ ಮನೆಗಳು ಮತ್ತು ಪತ್ರಕರ್ತರು ಹೆಚ್ಚು ಸಮಯವನ್ನು ನೀಡಬೇಕು.
6. ವರದಿಯಲ್ಲಿನ ಲೋಪದೋಷಗಳನ್ನು ತಿಳಿಯಲು, ವರದಿಗಳನ್ನು ಮತ್ತು ಪತ್ರಿಕಾ ಪ್ರಕಟಣೆಗಳನ್ನು ವಿಸ್ತೃತವಾಗಿ ಓದುವುದು ಮುಖ್ಯ.
7. ಪತ್ರಕರ್ತರು ತಮ್ಮ ವರದಿಗಳಲ್ಲಿ ವಿವಿಧ ಆಯಾಮಗಳನ್ನು, ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳನ್ನು ಒದಗಿಸಬೇಕು.
8. ಪತ್ರಕರ್ತರು ತಾವು ವರದಿ ಮಾಡುವ ಬೀಟ್‌ನಲ್ಲಿ ಪರಿಣತಿಯನ್ನು ಹೊಂದುವುದು ಹಾಗೂ ಅದರಲ್ಲಿ ವಿಶೇಷವಾದ ಜ್ಞಾನವನ್ನು ಹೊಂದುವುದಕ್ಕೆ ಆದ್ಯತೆ ನೀಡುವುದು ಮುಖ್ಯ.
9. ಸುದ್ದಿ ಮನೆಗಳಲ್ಲಿ ಮತ್ತು ಪತ್ರಕರ್ತರಿಗೆ ಸೂಕ್ತವಾದ ವೇದಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ತಪ್ಪು ಮಾಹಿತಿ ಮತ್ತು ಸುಳ್ಳು ಮಾಹಿತಿಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಚರ್ಚೆಗಳನ್ನು ನಡೆಸಬೇಕು.
10. ಸರ್ಕಾರಿ ಮೂಲದಿಂದ ದೊರೆತ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಪ್ರಶ್ನಿಸಲು ಮತ್ತು ಪರಿಶೀಲಿಸಲು ಪತ್ರಕರ್ತರು ಸಶಕ್ತರಾಗಿರಬೇಕು.
11. ಪ್ರಕಟವಾದ ಅಥವಾ ಪ್ರಸಾರವಾದ ವರದಿಗಳಲ್ಲಿನ ತಪ್ಪುಗಳನ್ನು ಮಾಧ್ಯಮ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಒಪ್ಪಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು.
12. ಮುದ್ರಣ ಮಾಧ್ಯಮದಲ್ಲಿ ಓದುಗ ಸಂಪಾದಕರಿರುವಂತೆ, ಎಲೆಕ್ಟ್ರಾನಿಕ್ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ವೀಕ್ಷಕ ಸಂಪಾದಕರನ್ನು ಹೊಂದುವ ಆಯ್ಕೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಯೋಚಿಸಬಹುದು.

13. ಸುದ್ದಿ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಸುಳ್ಳು ಮಾಹಿತಿ ಮತ್ತು ತಪ್ಪು ಮಾಹಿತಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ವಿಷಯಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಹೆಚ್ಚು ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಪ್ರಕಟಿಸಬೇಕು.
14. ಪತ್ರಕರ್ತರು ಸುದ್ದಿ ಮನೆಯ ಸಂಸ್ಕೃತಿ, ಕೆಲಸದ ಒತ್ತಡಗಳು, ಮತ್ತು ಸಂಸ್ಥೆಯ ನೀತಿಗಳ ಮಧ್ಯೆ ಸಮತೋಲನ ಸಾಧಿಸುವುದನ್ನು ಕಲಿಯಬೇಕು.
15. ಪ್ರಾದೇಶಿಕ ಸುದ್ದಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳಲ್ಲಿ ಕೆಲಸ ಮಾಡುತ್ತಿರುವ ಅರೆಕಾಲಿಕ ವರದಿಗಾರರು ಸ್ಟ್ರಿಂಗರ್‌ಗಳಿಗೆ ಚಿತ್ರಗಳನ್ನು ಮತ್ತು ವಿಡಿಯೋಗಳನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸುವ ಸಾಧನ ಮತ್ತು ತಂತ್ರಜ್ಞಾನಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಸೂಕ್ತ ತರಬೇತಿ ನೀಡುವ ಮೂಲಕ ತಪ್ಪು ಮಾಹಿತಿ ಮತ್ತು ಸುಳ್ಳು ಮಾಹಿತಿಯ ವಿರುದ್ಧ ಹೋರಾಡುವುದಕ್ಕೆ ಸಜ್ಜುಗೊಳಿಸಿ, ಸಶಕ್ತಗೊಳಿಸಬೇಕು.
16. ಸೂಕ್ಷ್ಮ ವಿಷಯಗಳ ಬಗೆಗಿನ ವರದಿಗಳಿಗೆ ಹಿನ್ನೆಲೆ ಮತ್ತು ಸಂದರ್ಭೋಚಿತ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಒದಗಿಸುವುದು ಅಗತ್ಯ.
17. ಪ್ರತಿ ಸುದ್ದಿ ಮನೆಯಲ್ಲಿ ಮಾಹಿತಿಯ ಸತ್ಯಾಸತ್ಯತೆಯನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸಲು ವಿಶೇಷ ಮಾಹಿತಿ - ಪರಿಶೀಲನೆ ತಂಡಗಳನ್ನು ಸ್ಥಾಪಿಸಬೇಕು. ಮಾಹಿತಿ - ಪರಿಶೀಲನೆಗೆ ಅಗತ್ಯವಾದ ತಾಂತ್ರಿಕ ಪರಿಣತಿಯನ್ನು ಹೊಂದಿರುವ ಪರಿಣಿತರು ಈ ತಂಡವನ್ನು ಮುನ್ನಡೆಸಬೇಕು.
18. ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮ ಹಾಗೂ ಇತರ ವೇದಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ಸಕ್ರಿಯರಾಗಿರುವ ಪತ್ರಕರ್ತರ ಸಹಭಾಗಿತ್ವದ ಪ್ರಯತ್ನವು ಒಟ್ಟಾಗಿ ತಪ್ಪು ಮಾಹಿತಿ ವಿರುದ್ಧ ಹೋರಾಡಲು ನೆರವಾಗುತ್ತದೆ.
19. ಮಾಧ್ಯಮ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಮಾಹಿತಿ - ಪರಿಶೀಲನೆ ಹಾಗೂ ಪರಿಶೀಲನೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಪತ್ರಕರ್ತರಿಗೆ ವ್ಯವಸ್ಥಿತ ತರಬೇತಿ ನೀಡಬೇಕು. ವಿವಿಧ ಮಾಧ್ಯಮ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು, ಪತ್ರಿಕಾ ಕ್ಲಬ್‌ಗಳು ಮತ್ತು ಮಾಧ್ಯಮ ಸಂಘಟನೆಗಳ ನಡುವೆ ಸಹಯೋಗವೂ ಇರಬಹುದು. ಇದರಲ್ಲಿ ಸರ್ಕಾರವು ಕೂಡಾ ಸಕ್ರಿಯ ಪಾತ್ರ ವಹಿಸಬಹುದು.
20. ತಪ್ಪು ಮಾಹಿತಿ ಮತ್ತು ಸುಳ್ಳು ಮಾಹಿತಿ ಬಗ್ಗೆ ಚರ್ಚಿಸಲು ಮತ್ತು ತರಬೇತಿ ನೀಡಲು ಹೆಚ್ಚಿನ ಕಾರ್ಯಾಗಾರಗಳು, ಅದರಲ್ಲೂ ವಿಶೇಷವಾಗಿ ಪ್ರಾದೇಶಿಕ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳನ್ನು ಆಯೋಜಿಸಬಹುದು. ಈ ಕಾರ್ಯಾಗಾರಗಳನ್ನು ಮಾಧ್ಯಮ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಮುಖ್ಯಸ್ಥರು ಮತ್ತು ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮದ ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿಗಳಿಗೆ ಆಯೋಜಿಸಬಹುದು. ಮಾಹಿತಿ - ಪರಿಶೀಲನೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮ ಶಾಲೆಗಳು ಮತ್ತು ಕಾಲೇಜುಗಳು ಪಠ್ಯಕ್ರಮವನ್ನು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಪಡಿಸಬೇಕು. ಕಾರ್ಯಾಗಾರಗಳು ಮತ್ತು ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳನ್ನು ಮಾಧ್ಯಮ ಅಕಾಡೆಮಿಗಳು, ಪತ್ರಿಕಾ ಕ್ಲಬ್‌ಗಳು ಮತ್ತು ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಸಂಪರ್ಕ ಇಲಾಖೆಗಳಲ್ಲಿ ನಡೆಸಬಹುದು.
21. ತಪ್ಪು ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ನಿಭಾಯಿಸುವುದನ್ನು ಮೂಲದಲ್ಲೇ, ಅಂದರೆ ವಿಶೇಷವಾಗಿ ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮ ವೇದಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ಪ್ರಾರಂಭವಾಗಬೇಕು.

ಮಾಹಿತಿ ಪರಿಶೀಲನೆ ವೆಬ್‌ಸೈಟ್‌ಗಳು (Fact-Checking Websites)

ಇಂಟರ್‌ನ್ಯಾಷನಲ್ ಫ್ಯಾಕ್ಟ್-ಚೆಕಿಂಗ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್

(International Fact-Checking Network (IFCN))

<https://www.poynter.org/ifcn>

ಸೆಪ್ಟೆಂಬರ್ 2015ರಲ್ಲಿ ಸ್ಥಾಪಿಸಲಾದ ಪೊಯಿಂಟರ್ ಇಂಟರ್‌ನ್ಯಾಷನಲ್ ಫ್ಯಾಕ್ಟ್-ಚೆಕಿಂಗ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್, ಪ್ರಪಂಚದಾದ್ಯಂತದ ಮಾಹಿತಿ-ಪರಿಶೀಲನೆ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಒಂದು ಸಮೂಹವಾಗಿದೆ. ಐಎಫ್‌ಸಿಎನ್ ಸತ್ಯ ಶೋಧನೆಗಾಗಿ ನೀತಿಸಂಹಿತೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದು, ಅದರಲ್ಲಿ ಸಕ್ರಿಯವಾಗಿ ತೊಡಗಿಕೊಂಡಿದೆ. ಐಎಫ್‌ಸಿಎನ್ ತರಬೇತಿ ನೀಡುತ್ತದೆ, ಕಾರ್ಯನೀತಿಗಳನ್ನು ಜಾರಿಗೊಳಿಸುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಸತ್ಯ-ಶೋಧನೆಯನ್ನು ಬೆಂಬಲಿಸಲು ಫ್ಲೆಲೋಶಿಪ್ ಮತ್ತು ಅನುದಾನವನ್ನು ಒದಗಿಸುತ್ತದೆ.

ಆಲ್ಟ್‌ನ್ಯೂಸ್ (Alt News)

<https://www.altnews.in>

ಆಲ್ಟ್‌ನ್ಯೂಸ್ 2015ರಲ್ಲಿ ಪ್ರಾರಂಭಿಸಲಾದ ಭಾರತೀಯ ಮೂಲದ ಮಾಹಿತಿ-ಪರಿಶೀಲನೆ ವೆಬ್‌ಸೈಟ್ ಆಗಿದೆ. ಆಲ್ಟ್‌ನ್ಯೂಸ್ ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ಮತ್ತು ಮುಖ್ಯವಾಹಿನಿಯ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ಸುಳ್ಳು ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸುವುದರ ಜೊತೆಗೆ, ಸುದ್ದಿಯ ನಿಜಸ್ವರೂಪವನ್ನು ಬಯಲಿಗೆಳೆಯುತ್ತದೆ. ಆಳವಾದ ಸಂಶೋಧನೆಯನ್ನು ಮಾಡಿದ ಮಾಹಿತಿ - ಪರಿಶೀಲನೆಯನ್ನು ನಂತರ, ವಿಸ್ತೃತ ವರದಿ/ಲೇಖನ/ವರದಿಗಳನ್ನು ಇದು ಪ್ರಕಟಿಸುತ್ತದೆ. ಆಲ್ಟ್‌ನ್ಯೂಸ್ ಇಂಗ್ಲಿಷ್ ಮತ್ತು ಹಿಂದಿಯಲ್ಲಿರುವ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸುತ್ತದೆ. 2019ರಲ್ಲಿ ಪ್ರಾರಂಭಿಸಲಾದ ಆಲ್ಟ್‌ನ್ಯೂಸ್ ಆಪ್, ಪರಿಶೀಲನೆಗಾಗಿ ಚಿತ್ರಗಳು ಅಥವಾ ವೀಡಿಯೋಗಳನ್ನು ಅಪ್‌ಲೋಡ್ ಮಾಡಲು ಬಳಕೆದಾರರಿಗೆ ಅವಕಾಶ ನೀಡುವ ಮೂಲಕ ಫ್ಯಾಕ್ಟ್‌ಚೆಕ್‌ಗಳನ್ನು/ಮಾಹಿತಿ-ಪರಿಶೀಲನೆ ಕೋರಲು ಅನುಮತಿಸುತ್ತದೆ.

ಬೂಮ್ ಲೈವ್ (Boom Live)

<https://www.boomlive.in>

ಭಾರತೀಯ ಮೂಲದ ಮಾಹಿತಿ-ಪರಿಶೀಲನೆ ವೆಬ್‌ಸೈಟ್ ಆಗಿ ಬೂಮ್‌ಲೈವ್‌ಅನ್ನು 2016ರಲ್ಲಿ ಸ್ಥಾಪಿಸಲಾಯಿತು. ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮ ಮತ್ತು ಮುಖ್ಯವಾಹಿನಿಯ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ವೈರಲ್ ಆಗಿರುವ ಸುದ್ದಿಗಳ ಮಾಹಿತಿ-ಪರಿಶೀಲನೆಯ ಹೊರತಾಗಿ, ಸಂಬಂಧಿತ ಸುದ್ದಿಗಳಲ್ಲಿ ಪ್ರಮುಖ ಸಂಗತಿಗಳನ್ನು ಪಟ್ಟಿಮಾಡುವ "ಫ್ಯಾಕ್ಟ್‌ಫೈಲ್" ಎಂಬ ವಿಭಾಗವನ್ನು ಬೂಮ್‌ಲೈವ್ ಹೊಂದಿದೆ. ಇಂಗ್ಲಿಷ್, ಹಿಂದಿ ಮತ್ತು ಬಂಗಾಳಿ ಭಾಷೆಗಳಲ್ಲಿನ ಸುದ್ದಿಗಳ ಮಾಹಿತಿ-ಪರಿಶೀಲನೆಯನ್ನು ಇಲ್ಲಿ ಮಾಡಲಾಗುತ್ತದೆ. ಬಳಕೆದಾರರು ಫ್ಯಾಕ್ಟ್-ಚೆಕ್‌ಗಳನ್ನು ನೇರವಾಗಿ ವಿನಂತಿಸಲು, ವೆಬ್‌ಸೈಟ್ ವಾಟ್ಸಾಪ್ ಸಹಾಯವಾಣಿ ಸಂಖ್ಯೆಯನ್ನು ನಡೆಸುತ್ತದೆ.

ಫಾಕ್ಟಲಿ (Factly)

(<https://www.factly.in>)

ಫಾಕ್ಟಲಿ (Factly) ಭಾರತದಲ್ಲಿನ ದತ್ತಾಂಶ/ಡೇಟಾ ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮ ಮತ್ತು ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಮಾಹಿತಿ ಪೋರ್ಟಲ್ ಆಗಿದ್ದು, ಇದು ಸರ್ಕಾರದ ಮಾಹಿತಿಗಾಗಿ ಮುಕ್ತ ದತ್ತಾಂಶ ನೀತಿಯನ್ನು ಪ್ರತಿಪಾದಿಸುತ್ತದೆ. ಇದು ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಡೇಟಾ ಮತ್ತು ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಸರಳೀಕರಿಸಲು ಫ್ಯಾಕ್ಟಚೆಕ್/ ಮಾಹಿತಿ-ಪರಿಶೀಲನೆ ಹಾಗೂ ದತ್ತಾಂಶ/ಡೇಟಾ ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮ ಉಪಕ್ರಮಗಳನ್ನು ನಡೆಸುತ್ತದೆ. ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಮಾಹಿತಿಯು ಸುಲಭವಾಗಿ ದೊರೆಯಲು, ಇದು ಸಾಧನಗಳನ್ನೂ ಒದಗಿಸುತ್ತದೆ.

ಪೊಲಿಟಿಫಾಕ್ಟ (PolitiFact)

(<https://www.politifact.com>)

ಪೊಲಿಟಿಫಾಕ್ಟ (PolitiFact) ಪ್ರಸ್ತುತ ಪೋಯ್ಂಟರ್ ಇನ್ಸ್ಟಿಟ್ಯೂಟ್ ನಡೆಸುತ್ತಿರುವ ಮಾಹಿತಿ-ಪರಿಶೀಲನೆ ವೆಬ್‌ಸೈಟ್ ಆಗಿದೆ. ಸಾರ್ವಜನಿಕ ವಲಯದಲ್ಲಿ ಇರುವ ವ್ಯಕ್ತಿಗಳು ತಮ್ಮಗೆ ಸಲ್ಲಬೇಕೆಂದು ಘೋಷಿಸಿಕೊಳ್ಳುವ ಹಕ್ಕುಗಳನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸಲು ಫ್ಲೋರಿಡಾದ ಟ್ಯಾಂಪಾಬೇ ಟ್ರೈಮ್‌ಸ್ ಚುನಾವಣಾ ವರ್ಷದ ಸುದ್ದಿ ಪ್ರಸಾರದ ಭಾಗವಾಗಿ ಇದನ್ನು 2007ರಲ್ಲಿ ಪ್ರಾರಂಭಿಸಲಾಯಿತು. ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಅಧಿಕಾರಿಗಳು ಘೋಷಿಸಿಕೊಂಡ ವಿಚಾರಗಳ ಸತ್ಯಾಸತ್ಯತೆಗೆ ಬಹು ಆಯಾಮದ ಶ್ರೇಯಾಂಕವನ್ನು Truth-O-Meter ರೂಪದಲ್ಲಿ PolitiFact ಅನ್ವಯಿಸುತ್ತದೆ/ನೀಡುತ್ತದೆ. ಸತ್ಯ-ಪರಿಶೀಲನೆಗಾಗಿ ಓದುಗರು ಸಲಹೆಗಳನ್ನೂ ಕೂಡ ಸಹ ಕಳುಹಿಸಬಹುದು. 2008ರಲ್ಲಿ ನಡೆದ ಅಮೇರಿಕಾದ ಅಧ್ಯಕ್ಷೀಯ ಚುನಾವಣಾ ಪ್ರಚಾರದ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ, ಸತ್ಯಶೋಧನೆಗಾಗಿ PolitiFactಗೆ 2009ರ ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ವರದಿಗಾರಿಕೆಗೆ ಪುಲಿಟರ್ ಪ್ರಶಸ್ತಿಯನ್ನು ನೀಡಲಾಯಿತು.

ಹೆಚ್ಚಿನ ಓದಿಗೆ ಸಂಪನ್ಮೂಲಗಳು

1. **Duty, Identity, Credibility: 'Fake news' and the ordinary citizen in India - BBC**

ಈ ಅಧ್ಯಯನವು ಭಾರತೀಯ ಸನ್ನಿವೇಶದಲ್ಲಿ ಚಾಲ್ತಿಯಲ್ಲಿರುವ ನಕಲಿ ಸುದ್ದಿ ನಿರೂಪಣೆಗಳು, ನಕಲಿ ಸುದ್ದಿಗಳನ್ನು ಹರಡಲು ಪ್ರೇರಣೆ ಮತ್ತು ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸುವ ಅಗತ್ಯದ ಬಗ್ಗೆ ಗಮನ ಹರಿಸುತ್ತದೆ.

<https://downloads.bbc.co.uk/mediacentre/duty-identity-credibility.pdf>

2. **Challenging Truth and Trust: A Global Inventory of Organized Social Media Manipulation - University of Oxford**

ವಿಶೇಷವಾಗಿ ರಾಜಕೀಯ ಪಕ್ಷಗಳು ಸಾರ್ವಜನಿಕರಿಗೆ ತಪ್ಪು ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ತಲುಪಿಸಲು ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮವನ್ನು ಬಳಸುವುದರ ಬಗ್ಗೆ ಅಧ್ಯಯನವು ಹೇಳುತ್ತದೆ.

<http://comprop.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/93/2018/07/ct2018.pdf>

3. **India Digital News Report - Reuters Institute and University of Oxford**

ಆನ್‌ಲೈನ್ ಸುದ್ದಿಗಳಲ್ಲಿ ತಪ್ಪು ಮಾಹಿತಿ ಮತ್ತು ಅತ್ಯಧಿಕ ಪಕ್ಷಪಾತದಿಂದ ಕೂಡಿದ ವಿಷಯದ ಬಗ್ಗೆ ಹೆಚ್ಚುತ್ತಿರುವ ಕಳವಳದ ಬಗ್ಗೆ ಒತ್ತು ನೀಡಿ, ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಡಿಜಿಟಲ್ ಸುದ್ದಿಗಳನ್ನು ಹೇಗೆ ಬಳಸುತ್ತಾರೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಅಧ್ಯಯನವು ನೋಡುತ್ತದೆ.

https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2019-03/India_DNR_FINAL.pdf

4. **Journalism, Fake News & Disinformation: Handbook for Journalism Education and Training - UNESCO**

ಈ ಕೈಪಿಡಿಯು ಇಂದಿನ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ತಪ್ಪು ಮಾಹಿತಿ/ಸುಳ್ಳು ಮಾಹಿತಿ ವಿದ್ಯಮಾನ, ಡಿಜಿಟಲ್ ಪ್ಲಾಟ್‌ಫಾರಮ್‌ಗಳ ಮೂಲಕ ಅವುಗಳ ಹರಡುವಿಕೆ, ಮತ್ತು ಅವುಗಳನ್ನು ತೆಗೆದುಹಾಕುವ ಪ್ರಯತ್ನಗಳು ಮತ್ತು ಸಾಧನಗಳನ್ನು ವಿವರಿಸುತ್ತದೆ. ಈ ವಿದ್ಯಮಾನವನ್ನು ನಿಭಾಯಿಸಲು ಮಾಧ್ಯಮ ಸಾಕ್ಷರತೆಯ ಅಗತ್ಯತೆಯ ಬಗ್ಗೆಯೂ ಇದು ಗಮನ ಹರಿಸುತ್ತದೆ.

https://en.unesco.org/sites/default/files/journalism_fake_news_disinformation_print_friendly_0.pdf

5. **“News you don’t believe”: Audience perspectives on fake news - Reuters Institute and University of Oxford**

ಈ ರಾಯಿಟರ್ಸ್ ಇನ್ಸ್ಟಿಟ್ಯೂಟ್ ಫಾರ್ ಜರ್ನಲಿಸಂ ಫ್ಯಾಕ್ಟಶೀಟ್ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರ ದೃಷ್ಟಿಕೋನದಲ್ಲಿ ಯಾವುದು ಸುಳ್ಳು ಸುದ್ದಿ ಎಂಬ ವಿವರಗಳನ್ನು ನೀಡುತ್ತದೆ.

https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017-10/Nielsen&Graves_factsheet_1710v3_FINAL_download.pdf

6. **Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking - By Claire Wardle and Hossein Derakhshan**

ಈ ವರದಿಯು ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಕಾರಣದಿಂದಾಗಿ “ಮಾಹಿತಿ ಮಾಲಿನ್ಯ” ದ ಸಮಸ್ಯೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಗಮನ ಹರಿಸುತ್ತದೆ. ಈ ವಿದ್ಯಮಾನದ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳು, ವಿಷಯದ ಪ್ರಕಾರ ಮತ್ತು ಸಂಕೀರ್ಣ ಸ್ವರೂಪವನ್ನು ವರದಿಯು ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಿಸುತ್ತದೆ.

<https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research/168076277c>

7. **The Oxygen of Amplification: Better Practices for Reporting on Extremists, Antagonists, and Manipulators Online - By Whitney Phillips**

ದಿ ಆಕ್ಸಿಜನ್ ಆಫ್ ಅಂಪ್ಲಿಫಿಕೇಷನ್: ಬೆಟರ್ ಪ್ರಾಕ್ಟೀಸಸ್ ಫ್ಲಾರ್ ರಿಪೋರ್ಟಿಂಗ್ ಆನ್ ಎಕ್ಸ್ಟ್ರೀಮಿಸ್ಟ್ಸ್, ಆಂಟಗೊನಿಸ್ಟ್ಸ್, ಅಂಡ್ ಮ್ಯಾನಿಪ್ಯುಲೇಟರ್ಸ್ ವಿಟ್ಸಿಫಿಲಿಪ್ಸ್ ಅವರು ನಡೆಸಿದ ಸಂದರ್ಶನಗಳಿಂದ ದ್ವೇಷ ಗುಂಪುಗಳ ಸಂದೇಶಗಳನ್ನು ವರ್ಧಿಸಲು ಸುದ್ದಿಮಾಧ್ಯಮವನ್ನು 2016ರಿಂದ 2018ರವರೆಗೆ ಹೇಗೆ ಅಪಹರಿಸಲಾಗಿದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ತೋರಿಸುತ್ತದೆ.

https://datasociety.net/wp-content/uploads/2018/05/FULLREPORT_Oxygen_of_Amplification_DS.pdf

ಉಲ್ಲೇಖಗಳು

1. ಅನೀಜ್, ಜೈಡ್., ನಯಾಜಿ, ಟಿ.ಎ., ಮತ್ತು ಇತರರು. (2019). ರಾಯಿಟರ್ಸ್ ಇನ್ವಿಟ್ರೂಟ್ ಇಂಡಿಯಾ ಡಿಜಿಟಲ್ ನ್ಯೂಸ್ ವರದಿ.
2. ಯುನೆಸ್ಕೋ. (2018). ಜನರ ಸಂಘಟನೆ, ಫೇಕ್ ನ್ಯೂಸ್ ಅಂಡ್ ಡಿಸ್‌ಇನ್ಫರ್ಮೇಷನ್: ಹ್ಯಾಂಡ್‌ಬುಕ್ ಫಾರ್ ಜನರ ಸಂಘಟನೆ ಎಜುಕೇಶನ್ ಅಂಡ್ ಟ್ರೈನಿಂಗ್
3. ಬಥಿನಿ, ದಿ. (2017, ಜುಲೈ 26) ಹೌ ವಾಟ್ಸಾಪ್ ಟರ್ನ ಎನ್ ಇಂಡಿಯನ್ ವಿಲೇಜ್ ಇಂಟು ಎ ಲಿಂಚ್ ಮಾಬ್, ಬಿಬಿಸಿ. ರಿಟ್ರಿವ್ಡ್ ಫ್ರಮ್.
<https://www.bbc.com/news/world-asia-india-44856910>.
4. ಬಿಬಿಸಿಕ್ಲಿಕ್. (2018, ಫೆಬ್ರವರಿ 26). ಡೀಪ್ಲೀಕ್ಸ್ ಅಂಡ್ ದಿ ಟೆಕ್ನಾಲಜಿ ಬಿಹೈಂಡ್ ಇಟ್ - ಬಿಬಿಸಿಕ್ಲಿಕ್
<https://www.youtube.com/watch?reload=9&v=8Lhl-e2B8Lg>
5. ಬಿಬಿಸಿ ನ್ಯೂಸ್ (ಎನ್.ಡಿ), ಡ್ಯೂಟಿ, ಐಡೆಂಟಿಟಿ, ಕ್ರೆಡಿಬಿಲಿಟಿ: ಫೇಕ್ ನ್ಯೂಸ್ ಅಂಡ್ ದಿ ಆರ್ಡಿನರಿ ಸಿಟಿಜನ್ ಇನ್ ಇಂಡಿಯಾ
6. ವಾರ್ಡಲ್.ಸಿ. ಅಂಡ್ ಡೇರಕ್ಲನ್‌ಎಚ್. (2017). ಇನ್ಫರ್ಮೇಷನ್ ಡಿಸರ್ಡರ್: ಟುವರ್ಡ್ಸ್ ಅನ್ ಇಂಟರ್‌ಡಿಪ್ಲಿಮೆಂಟರಿ ಫ್ರೇಮ್‌ವರ್ಕ್ ಫಾರ್ ರಿಸರ್ಚ್ ಅಂಡ್ ಪಾಲಿಸಿ ಮೇಕಿಂಗ್
7. ಗೂಗಲ್ ನ್ಯೂಸ್ ಇನಿಶಿಯೇಟಿವ್, ಬೂಮ್‌ಲೈವ್, ಇಂಟರ್‌ನ್ಯೂಸ್, ಫ್ಲಕ್ಸ್‌ಡ್ರಾಫ್ಟ್, ಸ್ಪೋರ್ಟ್ಸ್, ಆಲ್‌ನ್ಯೂಸ್, ಡೇಟಾಲೀಡ್ಸ್ (2018), ಜಿಎನ್ ಐ ಟ್ರೈನ್ ದಿ ಟ್ರೈನರ್.
7. ಪೊನ್ನಯ್ಯಕೆ (2019, ಏಪ್ರಿಲ್ 6). ವಾಟ್ಸಾಪ್: ದೊ 'ಬ್ಲಾಕ್‌ಹೋಲ್' ಆಫ್ ಫೇಕ್ ನ್ಯೂಸ್ ಇನ್ ಇಂಡಿಯಾಸ್ ಇಲೆಕ್ಷನ್. ಬಿಬಿಸಿ
bbc.com/news/world-asia-india-47797151
9. ಸಫಿ, ಎಂ (2018, ಜುಲೈ 3). ವಾಟ್ಸಾಪ್ ಮರ್ಡರ್ಸ್: ಇಂಡಿಯಾ ಸ್ಟ್ರಗಲ್ಸ್ ಟು ಕಾಂಟ್ರಾಟ್ ಕ್ರೈಮ್ಸ್ ಲಿಂಕ್ಡ್ ಟು ಮೆಸೇಜಿಂಗ್ ಸರ್ವೀಸ್. ದಿ ಗಾರ್ಡಿಯನ್.
<https://www.theguardian.com/world/2018/jul/03/whatsapp-murders-india-struggles-to-combat-crimes-linked-to-messaging-service>.
10. ಶೆಲ್ಲಿ, ಡಿ (2019). ಕೌಟಿಂಗ್ ಡಿಸ್‌ಇನ್ಫರ್ಮೇಷನ್ ಇನ್ ಸೌತ್ ಇಂಡಿಯಾ: ಅ ರೀಜನಲ್ ಮೀಡಿಯಾ ಲಿಟರೇಸಿ ಇನಿಶಿಯೇಟಿವ್

ON
IA: MED
AL MEDIA
COUNTERING
INITIATIVE
DISINFORMATION
IN SOUTH
INDIA: A
REGIONAL
LITERACY
INITIATIVE



ASIAN COLLEGE OF JOURNALISM

administered by Media Development Foundation

Second Main Road, Taramani, Chennai 600 113. India

Telephone: 91-44-2254 2840 / 2254 2842 – 47

Website: www.asianmedia.org