MIS INFORMATION
DIS

etalupina
l e
atire
lead
s
pa
f
ver
rum
Stort
ntent
eliberate
act check
urce
ody
otive
lse
ruth
fy
r
ews

മാധ്യമപ്രവർത്തർക്കായി ഒരു കൈപ്പുസ്തകം

MIS INFORMATION DIS

മാധ്യമപ്രവർത്തർക്കായി ഒരു കൈപ്പുസ്തകം

ഉള്ളടക്കം

- മുഖക്കുറിപ്പ് 1
- കൃതജ്ഞത 4
- ആമുഖം 7
- നിർവചനങ്ങൾ 9
- വിവിധ തരത്തിലുള്ള മിസിൻഫർമേഷനും (Misinformation) ഡിസിൻഫർമേഷനും (Disinformation) 10
- സ്ഥിരീകരണത്തിന് ഉപയോഗിക്കാവുന്ന മാർഗ്ഗങ്ങൾ 12
  - ഇമേജ് വെരിഫിക്കേഷൻ (Image Verification)
    - സേർച്ച് ടൂൾസ് (Search Tools)
      ഗൂഗിൾ റിവേഴ്സ് ഇമേജ് സേർച്ച്
      (Google Reverse Image Search)
      റിവ്ഐ റിവേഴ്സ് ഇമേജ് സേർച്ച്
      (RevEye Reverse Image Search): ഒന്നിലധികം സേർച്ച് എൻജിനുകൾ എങ്ങനെ ഉപയോഗപ്പെടുത്താം
    - ചില നിർദ്ദേശങ്ങൾ
    - ക്രോപ്പിംഗ് ടൂൾസ് (Cropping Tools)
    - ഓസം സ്ക്രീൻഷോട്ട് (Awesome Screenshot)
    - ഗ്രീൻഷോട്ട് (Greenshot)
    - ടൈം ഫിൽറ്റർ (Time Filter): ഇമേജ് സേർച്ച് കൂടുതൽ മികച്ചതാക്കാം
    - ചില നിർദ്ദേശങ്ങൾ
  - വീഡിയോ വെരിഫിക്കേഷൻ (Video Verification) 17
    - ഇൻവിഡ് (InVid)
    - യൂട്യൂബ് ഡാറ്റാവ്യൂവർ (YouTube DataViewer)
    - വാച്ച് ഫ്രെയിം ബൈ ഫ്രെയിം (Watch Frame by Frame)
    - ചില നിർദ്ദേശങ്ങൾ
  - ജിയോലൊക്കേഷൻ (Geo-location) 21
    - ഗൂഗിൾ മാപ്സ് (Google Maps)
    - ഗൂഗിൾ സ്ട്രീറ്റ് വ്യൂ (Google Street View)

- ഗൂഗിൾ എർത്ത് (Google Earth)
- മാപിലറി (Mapilary)
- ചില നിർദ്ദേശങ്ങൾ

✦ സ്രോതസ്സുകളുടെ പരിശോധന (Source Verification) 25

- വ്യാജ അക്കൗണ്ടുകളും വെബ് സൈറ്റുകളും കണ്ടെത്തൽ
- സോഷ്യൽ ഓഡിറ്റിംഗ് (Social Auditing)
- ചില നിർദ്ദേശങ്ങൾ

✦ വിവരസ്ഥിരീകരണത്തിനുള്ള മാർഗ്ഗങ്ങൾ 27

✦ വാർത്ത വായിക്കുമ്പോൾ ശ്രദ്ധിക്കേണ്ടത്

❖ മിസിൻഫർമേഷനും ഡിസിൻഫർമേഷനും: ചില നിരീക്ഷണങ്ങൾ 29

✦ മിസിൻഫർമേഷൻ/ഡിസിൻഫർമേഷൻ

✦ മിസിൻഫർമേഷൻ/ഡിസിൻഫർമേഷൻ: കാരണങ്ങൾ

✦ ന്യൂസ്റൂമുകളും മാധ്യമ സ്ഥാപനങ്ങളും

✦ മാധ്യമവും വായനക്കാരനും തമ്മിലുള്ള ബന്ധം

✦ വസ്തുതാപരിശോധനാ സംഘടനകളുടേയും സാങ്കേതികവിദ്യ കമ്പനികളുടെയും പ്രാധാന്യം

❖ പിന്തുടരാവുന്ന മാതൃകകൾ 35

✦ മാധ്യമ പ്രവർത്തകർ

- സ്രോതസ്സുകൾ
- റിപ്പോർട്ടിങ്/ എഴുത്ത്/എഡിറ്റിംഗ്
- വസ്തുതാപരിശോധന

✦ മാധ്യമ മേധാവികൾ/സംഘടനാ മേധാവികൾ

✦ മാധ്യമപ്രവർത്തകരും മാധ്യമ കൂട്ടായ്മകളും

❖ വ്യാജ വാർത്തകൾ എങ്ങനെ ന്യൂസ്റൂമുകളിൽ തന്നെ തടയാം: പങ്കെടുത്തവരുടെ നിർദ്ദേശങ്ങൾ 41

❖ വസ്തുതാപരിശോധനാ വെബ്സൈറ്റുകൾ 43

❖ കൂടുതൽ വായനയ്ക്ക് 45

❖ റഫറൻസസ് 47

മുഖക്കുറിപ്പ്

ഡാൻ ഷെല്ലി
എക്സിക്യൂട്ടീവ് ഡയറക്ടർ,
റേഡിയോ ടെലിവിഷൻ ഡിജിറ്റൽ ന്യൂസ് അസോസിയേഷൻ,
വാഷിംഗ്ടൺ ഡി.സി.

ഇന്ന് ലോകജനാധിപത്യം നേരിടുന്ന ഏറ്റവും വലിയ വിപത്താണ് തെറ്റായ വിവരങ്ങളുടെ വ്യാപനം. വ്യാജ സന്ദേശങ്ങൾ പ്രചരിക്കുന്നത് അറിഞ്ഞോ, അറിയാതെയോ ആകാം. അറിയാതെ പ്രചരിപ്പിക്കുന്ന സന്ദേശങ്ങളെ മിസിൻഫർമേഷൻ എന്നും, അറിഞ്ഞുകൊണ്ട് പ്രചരിപ്പിക്കുന്ന സന്ദേശങ്ങളെ ഡിസിൻഫർമേഷൻ എന്നും വിളിക്കുന്നു. ഇരുതരത്തിലുള്ള സന്ദേശങ്ങളും ക്രമസമാധാന വ്യവസ്ഥയെ തകിടം മറിച്ചും, തിരഞ്ഞെടുപ്പിനെ അട്ടിമറിച്ചും സർവ്വോപരി ഒരു വ്യക്തിയുടെ സ്വത്വത്തെ വരെ അപകീർത്തിപ്പെടുത്തിയും ലോകത്താകമാനം പ്രചരിക്കപ്പെടുന്നു.

മാധ്യമപ്രവർത്തനം എന്ന തൊഴിലിൻറെ പ്രസക്തി വർദ്ധിക്കുന്നതും ഈ സന്നിഗ്ദ്ധഘട്ടത്തിലാണ്. കാലികപ്രസക്തമായി കാര്യങ്ങളെ കൈകാര്യം ചെയ്യാനുള്ള കഴിവ് മാധ്യമപ്രവർത്തകർ ആർജ്ജിക്കേണ്ടതുണ്ട്. തെറ്റായ സന്ദേശങ്ങളെ വേർതിരിച്ച് കണ്ടെത്തുന്നതിനൊപ്പം ഇത്തരം വ്യാജസന്ദേശങ്ങളുടെ ഉറവിടം കണ്ടെത്തി ഇല്ലായ്മ ചെയ്യുവാനും, വാർത്തയുടെ നിജസ്ഥിതി സമൂഹത്തെ ബോധ്യപ്പെടുത്തുവാനും ഓരോ മാധ്യമപ്രവർത്തകനും സാധിക്കണം.

2019 ആഗസ്ത് മാസം ചെന്നൈയിൽ വച്ച് ദക്ഷിണേന്ത്യയിലെ മാധ്യമപ്രവർത്തകരോടും വിദ്യാർത്ഥികളോടും സംസാരിക്കുവാനുള്ള അവസരം എനിക്ക് ലഭിക്കുകയുണ്ടായി. വ്യാജ സന്ദേശങ്ങളുടെ അപകടങ്ങളെക്കുറിച്ചും അത് തടയാൻ ഓരോരുത്തരിലും നിക്ഷിപ്തമായ കർത്തവ്യങ്ങളെക്കുറിച്ചും ആയിരുന്നു ചർച്ചകൾ. കർണ്ണാടക, കേരളം, തമിഴ്നാട് എന്നീ സംസ്ഥാനങ്ങളിലെ മാധ്യമപ്രവർത്തകരെ വീഡിയോ കോൾ വഴി പരിചയപ്പെടുവാനും, പ്രസ്തുത വിഷയത്തിലൂന്നിയുള്ള അവരുടെ അഭിപ്രായ,നിർദ്ദേശങ്ങൾ സമാഹരിക്കുവാനും സാധിച്ചു. ഇന്ന് വൈറസ്പോലെ പടർന്നുപന്തലിക്കുന്ന മിസ്,ഡിസ്ഇൻഫർമേഷനുകളുടെ ഉറവിടം കണ്ടെത്താനും, ഇല്ലായ്മ ചെയ്യുവാനുമുള്ള നിരവധി കാര്യങ്ങൾ ചർച്ചയിലുടനീളം ഉയർന്നു വന്നു.

ഞാനടങ്ങുന്ന മാധ്യമപ്രവർത്തകർ തൊഴിലിനെ ഒരു പരിപാവനമായ ജോലിയായി കാണുന്നു. വസ്തുതാപരമായ കാര്യങ്ങളെ മാത്രം അവതരിപ്പിക്കുന്നതിലൂടെ കൂടുതൽ അറിവും വിദ്യാഭ്യാസവും ആർജ്ജിക്കുന്ന ഒരു സമൂഹത്തെ സൃഷ്ടിക്കാൻ നമുക്ക് സാധിക്കും. വസ്തുനിഷ്ഠമായി കാര്യങ്ങളെ പഠിക്കുന്നവർക്ക് പുരോഗമനപരമായി ജീവിതത്തെ വീക്ഷിക്കുവാനും, സ്വതന്ത്രമായി കാര്യങ്ങൾ കൈകാര്യം ചെയ്യുവാനും, മികച്ച രീതിയിൽ ജനാധിപത്യ വ്യവസ്ഥിതമായ രാഷ്ട്രീയത്തിൽ ഇടപെടുവാനും സാധിക്കുമെന്നത് ചരിത്രവസ്തുതയാണ്.

അറിഞ്ഞോ അറിയാതെയോ വ്യാപിക്കുന്ന വ്യാജവാർത്തകളെ തിരിച്ചറിയാനും ഉന്മൂലനം ചെയ്യുവാനുമുള്ള മാർഗ്ഗരേഖയാണ് ഈ പുസ്തകം.വ്യാജവാർത്തകൾക്കെതിരെ കർമ്മനിരതരായിരിക്കുവാനുള്ള ആഹ്വാനവും ഓരോ വരികളിലുമുണ്ട്. ഇത്തരം വാർത്തകളെ അമർച്ച ചെയ്ത് ഒരു പ്രബുദ്ധ സമൂഹത്തെ സൃഷ്ടിക്കേണ്ടത് മാധ്യമപ്രവർത്തകർ എന്ന നിലയിൽ നമ്മുടെ ജോലിയും കടമയുമാണ്.

മുഖക്കുറിപ്പ്

നളിനി രാജൻ
ഡീൻ ഓഫ് സ്റ്റഡീസ്
ഏഷ്യൻ കോളേജ് ഓഫ് ജേണലിസം

ഒരു മാധ്യമപ്രവർത്തകന് സമൂഹത്തിന് വിവരങ്ങൾ നൽകുന്ന ഒരാളായോ, പൊതുജനത്തെ ഉദ്ബോധിപ്പിക്കുന്ന ആളായോ, സമൂഹത്തിൻറെ സംരക്ഷകനായോ പ്രവർത്തിക്കാൻ എപ്പോഴും സാധിക്കണമെന്നില്ല. നിരവധി കാരണങ്ങൾ കൊണ്ട് മാധ്യമപ്രവർത്തകർ ശേഖരിക്കുന്ന വിവരങ്ങളിൽ തെറ്റ് വരികയും അതുവഴി മിസിൻഫർമേഷനോ, ഡിസിൻഫർമേഷനോ സംഭവിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. 2019 ജൂലായ്-സെപ്തംബർ കാലയളവിൽ കന്നട, മലയാളം, തമിഴ് എന്നീ ഭാഷകളിൽ ദക്ഷിണേന്ത്യയിൽ പലയിടങ്ങളിലായി സംഘടിപ്പിച്ച ശില്പശാലയിൽ മിക്കവരും ചൂണ്ടിക്കാട്ടിയ അഭിപ്രായവും ഇത്തരത്തിലുള്ളതായിരുന്നു. മീഡിയ ഡെവലപ്പ്മെൻറ് ഫൗണ്ടേഷൻ, ചെന്നൈയിലെ യു.എസ്. കോൺസുലേറ്റ് ജനറലുമായി സഹകരിച്ച് 'ദക്ഷിണേന്ത്യയിൽ വ്യാജവാർത്തകളെ എങ്ങനെ ചെറുക്കാം - ഒരു പ്രാദേശിക മാധ്യമ സാക്ഷരതാ സംരംഭം' എന്ന വിഷയത്തിലാണ് ഇത്തരത്തിലൊരു ശില്പശാല നടത്തിയത്.

ഒരു മാധ്യമപ്രവർത്തകൻ ചൂണ്ടിക്കാട്ടിയത് എല്ലാ വാർത്തകളെയും എല്ലാ സമയവും പരിശോധിച്ചുകൊണ്ടിരിക്കുന്നതിലെ പ്രായോഗിക ബുദ്ധിമുട്ടിനെക്കുറിച്ചാണ്. എന്നിരുന്നാലും എല്ലാ വാർത്തകളെയും സമഗ്രമായി പഠിക്കേണ്ടത് ഒരു മാധ്യമ പ്രവർത്തകൻറെ കർത്തവ്യമാണ്. പെട്ടെന്നുള്ള പ്രശസ്തിക്കും റേറ്റിങ്ങിനും (ടാർഗറ്റ് റേറ്റിംഗ് പോയിന്റ്) വേണ്ടി ധൃതിയിലും മതിയായ വസ്തുതാപരിശോധന ഇല്ലാതെയും വാർത്ത പുറത്തുവിടുമ്പോൾ തെറ്റുവരാനുള്ള സാധ്യതയും ഏറെയാണ്. ഇവിടെ ശരിയായ ദിശയിൽ മതിയായ പരിശോധന നടത്തി വാർത്തകൾ പ്രസിദ്ധീകരിക്കുമ്പോൾ സ്വാഭാവികമായും വാർത്ത ജനങ്ങളിലേക്കെത്തുന്നതിന് വേഗക്കുറവ് സംഭവിക്കുന്നു.

ഈ ഡിജിറ്റൽ യുഗത്തിലെ പ്രധാന വെല്ലുവിളി മിസിൻഫർമേഷനും ഡിസിൻഫർമേഷനും തടയുന്നതും അതുവഴി മാധ്യമപ്രവർത്തനം എന്ന ശ്രേഷ്ഠമായ തൊഴിലിൻറെ ധാർമ്മികമൂല്യം ഉയർത്തുന്നതുമാണ്.

കൃതജ്ഞത

മാധ്യമപ്രവർത്തകർക്ക്, നിത്യേന വാർത്തകൾ കണ്ടെത്തുന്നവർക്ക്, മിസ്-ഡിസ് ഇൻഫർമേഷൻ നല്കുന്ന വെല്ലുവിളി ചെറുതല്ല. ഈ കൈപ്പുസ്തകം തയ്യാറാക്കിയിരിക്കുന്നത് മാധ്യമപ്രവർത്തകർക്ക് വ്യാജവാർത്തകളെക്കുറിച്ച് മതിയായ ബോധവത്കരണം നല്കുക എന്ന ലക്ഷ്യം മുൻനിർത്തിയാണ് .

ഈ കൈപുസ്തകത്തെ മൂന്ന് വിഭാഗങ്ങളായി തരം തിരിക്കാം: ഒന്നാമത്തേത് മിസ്-ഡിസ് ഇൻഫർമേഷക്കുറിച്ചുള്ള ആമുഖമാണ്. രണ്ടാമത്തേതിൽ ഇത്തരം വാർത്തകളെ പരിശോധിക്കേണ്ടവിധവും, ഒഴിവാക്കാനുള്ള കരുതലുകളും, ചിത്രങ്ങളും വീഡിയോകളും പരിശോധിക്കാനുള്ള മാർഗ്ഗങ്ങളും പ്രതിപാദിക്കുന്നു. ന്യൂസ്റൂമുകളിൽ ഒരു വ്യക്തി എന്ന നിലയിലും, സ്ഥാപനം എന്ന നിലയിലും എങ്ങനെ മിസിൻഫർമേഷനും ഡിസിൻഫർമേഷനും തടയാം എന്ന കാര്യമാണ് മൂന്നാമത്തെ വിഭാഗത്തിൽ പ്രതിപാദിക്കുന്നത്.

2019 ജൂലായ്-സെപ്തംബർ കാലയളവിൽ കൊച്ചി, ചെന്നൈ, ബാംഗ്ലൂർ എന്നിവിടങ്ങളിൽ ഈ വിഷയത്തിൽ പരിശീലനം നൽകുന്ന ശില്പശാലകൾ നടത്തി. ഇന്ത്യയിലെയും അമേരിക്കയിലെയും പ്രശസ്തരായ വസ്തുതാപരിശോധനാ വിദഗ്ദ്ധർ ഈ ശില്പശാലയ്ക്ക് നേതൃത്വം നൽകി. ഗൂഗിൾ ന്യൂസ് സംരംഭത്തിനും അതിന്റെ അംഗീകൃത പരിശീലകരായ ഭരത് നായക്, സുനിൽ പ്രഭാകർ, സതീഷ് കുമാർ വി. എന്നിവർക്ക് നന്ദി രേഖപ്പെടുത്തുന്നു. ഒപ്പം ആൾട്ട് ന്യൂസിൻറെ പ്രതീക് സിൻഹ, പൂജ ചൗധരി എന്നിവർക്ക് പരിശീലന സാമഗ്രികൾ നൽകിയതിനും ഉപയോഗപ്രദമായ ക്ളാസുകൾ നടത്തിയതിനും കടപ്പാട് രേഖപ്പെടുത്തട്ടെ. കൂടാതെ യു.എസിലെ റേഡിയോ ടെലിവിഷൻ ഡിജിറ്റൽ ന്യൂസ് അസോസിയേഷൻ (RTDNA) എക്സിക്യൂട്ടിവ് ഡയറക്ടർ ഡാൻ ഷെല്ലിക്ക് മാധ്യമപ്രവർത്തകർക്ക് പരിശീലനം നൽകിയതിന് നന്ദി രേഖപ്പെടുത്തുന്നു.

ശില്പശാലയിലും ഏകദിന കോൺഫറൻസിലും ഭാഗമായ മാധ്യമപ്രവർത്തകർ, എഡിറ്റർമാർ, പരിശീലകർ, വസ്തുതാപരിശോധനാ വിദഗ്ദ്ധർ തുടങ്ങിയവരിൽ നിന്നും സമാഹരിച്ച വിവരങ്ങളും നിർദ്ദേശങ്ങളും അടിസ്ഥാനപ്പെടുത്തി മാർഗ്ഗരേഖ തയ്യാറാക്കുകയുണ്ടായി.

ഈ കൈപ്പുസ്തകം മാധ്യമപ്രവർത്തകർക്കും മാധ്യമവിദ്യാർത്ഥികൾക്കും ഈ മേഖലയിലെ നവാഗതർക്കും വളരെ ഉപയോഗപ്രദമായിരിക്കും. ഈ പുസ്തകം യാഥാർത്ഥ്യമാക്കാൻ തുണയായ വസ്തുതാപരിശോധനാ വിദഗ്ദ്ധരോടും മാധ്യമപ്രവർത്തകരോടും വിദ്യാർത്ഥികളോടും എഡിറ്റർമാരോടും മാധ്യമ പരിശീലകരോടുമെല്ലാം ഞാൻ നന്ദിപറയുന്നു. ഒപ്പം മലയാളം, തമിഴ്, കന്നട ഭാഷകളിലുള്ള മാധ്യമസ്ഥാപനങ്ങളെയും നന്ദിയോടെ സ്മരിക്കുന്നു. ഇത്തരമൊരു സംരംഭത്തിന് അവർ തന്ന പിന്തുണയും സഹകരണവും വളരെ വലുതാണ്.

ഞങ്ങളുടെ പ്രാദേശിക പങ്കാളികളായ സേക്രട് ഹാർട്ട് കോളേജിലെ ബാബു ജോസഫ് നയിച്ച ടീം, ഹേമ പ്രസന്നയും സംഘവും നേതൃത്വം നല്കുന്ന കമ്മ്യൂണിക്കേഷൻ ഡെവലപ്പ്മെൻറ് ആൻറ് ലേണിംഗ് എന്നിവരാണ് കൊച്ചി, ബാംഗ്ലൂർ എന്നിവിടങ്ങളിൽ ശില്പശാലകൾ നടത്താൻ ഞങ്ങളെ സഹായിച്ചത്. അവരുടെ പരിശ്രമങ്ങൾക്കും പിന്തുണയ്ക്കും അകമഴിഞ്ഞ നന്ദി രേഖപ്പെടുത്തുന്നു. കൂടാതെ റിസർച്ച് അസിസ്റ്റന്റുമാരായ ഗണപതി ഹെഗ്ഡെ, സ്നേഹ എം., സുൽത്താന സലിം, ഗൗതം രാജ് ആർ. എന്നിവർ ഈ പ്രോജെക്ടിലുടനീളം കാഴ്ചവച്ച ആത്മാർത്ഥതയും സഹകരണവും കടപ്പാടോടെ സ്മരിക്കുന്നു. ഒപ്പം ഡോ.കെ.നാഗരാജിന് ടീമിനെ പരിശീലിപ്പിച്ചതിന് പ്രത്യേക നന്ദിയും അറിയിക്കുന്നു.

ചെന്നൈയിലുള്ള യു.എസ്. കോൺസുലേറ്റ് ജനറലുമായി സഹകരിച്ചാണ് ഈ സംരംഭം യാഥാർത്ഥ്യമാക്കിയത്. മാധ്യമ ഉപദേശകയായ സുജാത ശ്രീനിവാസനും ടീമംഗങ്ങളായ ഇളയപെരുമാൾ പി., ഹേമലത ഹരപ്പനഹള്ളി, നെൽസൺ കെ. പോൾ എന്നിവർക്കും നന്ദി രേഖപ്പെടുത്തുന്നു. ഒപ്പം പബ്ലിക് അഫയേഴ്സ് ഓഫീസർ ലോറൻ എച്ച്. ലവ്ലേസ്, യു.എസ്. കോൺസുലേറ്റ് ജനറൽ വക്താവ് കാതലീൻ ഹോസി എന്നിവർക്ക് നന്ദി രേഖപ്പെടുത്തുന്നു. ഗ്രാൻറ്സ് അഡ്മിൻ അസിസ്റ്റൻറ് സൂസി അലക്സാണ്ടർ, പ്രോഗ്രാം എക്സ്ചേഞ്ച് സ്പെഷ്യലിസ്റ്റ് രത്നാ മുഖർജി എന്നിവർക്കും ഈ പ്രൊജക്റ്റിൻറെ നാൾ വഴികളിൽ ഭാഗമായതിന് നന്ദി.

മീഡിയ ഡെവലപ്പ്മെൻറ് ഫൌണ്ടേഷൻ ചെയർമാൻ ശശി കുമാറിന് നന്ദി രേഖപ്പെടുത്താൻ ഈയവസരം ഞാൻ ഉപയോഗിക്കുന്നു. ഡോ. നളിനി രാജന് (ഏഷ്യൻ സ്കൂൾ ഓഫ് ജേണലിസം, ഡീൻ ഓഫ് സ്റ്റഡീസ്) ഈ സംരഭത്തിന് തന്ന മാർഗ്ഗനിർദ്ദേശത്തിനും അകമഴിഞ്ഞ നന്ദി. ഈ

പ്രൊജക്ടിൻറെ നട്ടെല്ലായി പ്രവർത്തിച്ചതിന് ചെയർമാൻസ് ഓഫീസ് സീനിയർ എക്സിക്യൂട്ടീവ് മാലിനി കെ. എന്നിന് നന്ദി രേഖപ്പെടുത്തുന്നു. ഏഷ്യൻ കോളേജ് ഓഫ് ജേണലിസത്തിലെ അധ്യാപക വിഭാഗത്തിനും ഈ പ്രൊജക്ടുമായി സഹകരിച്ചതിന് നന്ദി രേഖപ്പെടുത്തട്ടെ. അവസാനമായി, എഷ്യൻ കോളേജ് ഓഫ് ജേണലിസത്തിലെ അഡ്മിനിസ്ട്രേറ്റീവ് വിഭാഗത്തിലെയും ടെക്നിക്കൽ വിഭാഗത്തിലെയും ഏവർക്കും ഈ ശില്പശാല വിജയമാക്കാൻ സഹായിച്ചതിന് നന്ദി രേഖപ്പെടുത്തുന്നു.

വ്യാജവാർത്തകളെക്കുറിച്ചുള്ള വിവരങ്ങൾ ചർച്ചയാകാനും ബോധവത്ക്കരണത്തിന് സഹായമാകാനും ശരിയായ ദിശയിൽ നീങ്ങാനും ഈ കൈപ്പുസ്തകം സഹായമാകട്ടെ.

അഞ്ജന കൃഷ്ണൻ
റിസർച്ച് അസോസിയേറ്റ്,
ഏഷ്യൻ കോളേജ് ഓഫ് ജേണലിസം

ആമുഖം

മനഃപ്പൂർവ്വം പ്രചരിപ്പിക്കുന്ന തെറ്റായ വിവരങ്ങൾ (Disinformation), അറിവില്ലായ്മയാൽ പ്രചരിപ്പിക്കപ്പെടുന്ന വഴിതെറ്റിക്കുന്ന വിവരങ്ങൾ (Misinformation) എന്നിവ മാധ്യമ നിഘണ്ടുവിലെ പുതിയ പദങ്ങളല്ല. രാഷ്ട്രീയ പ്രചരണങ്ങൾ, അഭ്യൂഹങ്ങൾ, വ്യാവസായിക താല്പര്യങ്ങൾ, വസ്തുതാപരമായ പിശകുകൾ, മാധ്യമപ്രവർത്തകർ വരുത്തുന്ന തെറ്റുകൾ എന്നിവയെല്ലാം മിസിൻഫർമേഷനും ഡിസിൻഫർമേഷനും സംഭവിക്കാനിടയാക്കുന്നു. അടുത്തകാലത്തായി ഇത്തരം വ്യാജ സന്ദേശങ്ങൾ പൊതുസമൂഹത്തിലും ജനാധിപത്യ വ്യവസ്ഥിതിയിലും ഒരുപോലെ പ്രതിസന്ധി സൃഷ്ടിച്ചിട്ടുണ്ട് (Ponniah, 2019, BBC News, n.d. & Bathini, 2018).

നമ്മുടെ രാജ്യത്ത് നിരവധി വർഗ്ഗീയ, വ്യക്തി കേന്ദ്രീകൃത കലാപങ്ങൾ ഇത്തരം തെറ്റായ വാർത്തകൾ കാരണം സംഭവിക്കുന്നുവെന്നത് വസ്തുതയാണ്. ഒപ്പം ഇത്തരം വാർത്തകൾ ഡിജിറ്റൽ മീഡിയകളിൽ കൂടി (Safi, 2018). നവീനകാലത്ത് സോഷ്യൽ മീഡിയയെ വളരെ അപകടകരമായ രീതിയിൽ വ്യാജവാർത്തകൾ പ്രചരിപ്പിച്ച സംഭവങ്ങളും ഉണ്ടായിട്ടുണ്ട്. ഇത് തിരഞ്ഞെടുപ്പിനെ തന്നെ പ്രതിസന്ധിയിലാക്കി വോട്ടർമാരുടെ മനസിനെയും തീരുമാനത്തെയും മാറ്റാനും കാരണമായി (Ponniah, 2019). നൂതനസാങ്കേതിക വിദ്യകളുടെ സഹായത്തോടെയാണ് വ്യാജ വാർത്തകളെ വ്യാപകമായി പ്രചരിപ്പിക്കുന്നത്. നിരവധി കാര്യങ്ങൾ വളരെ ചുരുങ്ങിയ സമയത്തിൽ പറയേണ്ടിവരുന്ന ഒരു ഘട്ടത്തിലാണ് നമ്മളിന്ന് നില്ക്കുന്നത് എന്നതും എടുത്തു പറയേണ്ടതാണ്.

ഒരു വാർത്ത മാധ്യമത്തിനകത്ത് നിന്നു കൊണ്ട്, എന്താണ് നിലവിൽ മാധ്യമപ്രവർത്തനത്തെ നിർമ്മിക്കുന്നതെന്നും വാർത്ത അതിവേഗത്തിൽ മാറ്റത്തിന് വിധേയമാകുന്നുവെന്നതും ശ്രദ്ധാപൂർവം വീക്ഷിക്കേണ്ടതുണ്ട്. ഇന്റർനെറ്റ് വിപ്ലവം വിവരങ്ങൾ കൈമാറുക മാത്രമല്ല, ശരിയും തെറ്റുമായ വിവരങ്ങൾ കൂടി സൃഷ്ടിക്കുന്നുവെന്ന കാര്യം നമ്മൾ മനസിലാക്കേണ്ടതുണ്ട്. മുൻകാലങ്ങളിൽനിന്ന് വ്യത്യസ്തമായി ആർക്കും ഇന്ന് വാർത്ത സൃഷ്ടിക്കുവാനും, പ്രചരിപ്പിക്കാനും കഴിയുന്നുവെന്നത് സാങ്കേതികവിദ്യ അത്രമാത്രം വളർന്നു എന്നതിൻറെ തെളിവാണ്. മാധ്യമപ്രവർത്തനം നിലവിൽ നേരിടുന്ന ഏറ്റവും വലിയ വെല്ലുവിളിയും പുതിയ സാധ്യതകളുടെ അനന്തലഭ്യമായ കൈകടത്തലുകളാണ്.

വാർത്തയെ എങ്ങനെ അവതരിപ്പിക്കാം? എന്താകണം തലക്കെട്ട്? എന്താണ് വിശ്വാസയോഗ്യമായ വാർത്ത? ഇത്തരമൊരു ഘട്ടത്തിൽ എങ്ങനെ മാധ്യമസ്ഥാപനങ്ങൾ അവരുടെ ആധികാരികത സംരക്ഷിക്കും? ഇതെല്ലാം ചർച്ചാവിഷയമാണ്.

ചെന്നൈ യു.എസ്. കോൺസുലേറ്റ് ജനറലുമായി സഹകരിച്ച് മീഡിയ ഡെവലപ്മെന്റ് ഫൗണ്ടേഷൻ 'മിസിൻഫർമേഷൻ/ഡിസിൻഫർമേഷൻ: മാധ്യമപ്രവർത്തകർക്കായി ഒരു കൈപ്പുസ്തകം' നിങ്ങളുടെ മുന്നിൽ വെയ്ക്കുകയാണ്. യു.എസ്, ഇന്ത്യ എന്നീ രാജ്യങ്ങളിലെ വസ്തുതാ പരിശോധനാ വിദഗ്ദ്ധരും മുതിർന്ന മാധ്യമപ്രവർത്തകരും, ന്യൂസ് ഓംബുഡ്സ്മാനുമൊക്കെയായി ഈ വിഷയങ്ങളിൽ നടത്തിയ അവലോകനങ്ങളുടേയും, 2019 ജൂലൈ മുതൽ സെപ്തംബർ വരെയുള്ള മാസങ്ങളിൽ ദക്ഷിണേന്ത്യൻ ഭാഷകളായ കന്നഡ, തമിഴ്, മലയാളം എന്നിവയിൽ മാധ്യമപ്രവർത്തകർക്ക് വേണ്ടി സംഘടിപ്പിച്ച ശില്പശാലകളുടേയും സംക്ഷിപ്ത രൂപമാണ് ഈ പുസ്തകം.

നിർവ്വചനങ്ങൾ

വിവിധ ഉദ്ദേശങ്ങളോടെ വിവിധയിടങ്ങളിൽ വച്ച് വാർത്തയ്ക്ക് രൂപമാറ്റം സംഭവിക്കുന്നു. അറിയാതെയോ അറിഞ്ഞോ പ്രചരിക്കുന്ന വാർത്തകളെ നമുക്ക് യഥാക്രമം മിസിൻഫർമേഷൻ എന്നും ഡിസിൻഫർമേഷൻ എന്നും തരംതിരിക്കാം. യുനെസ്കോ പ്രസിദ്ധീകരിച്ച "Journalism, 'Fake News' and Disinformation: A Handbook for Journalism Education and Training" എന്ന കൈപ്പുസ്തകം ഈ അടിസ്ഥാന നിർവ്വചനങ്ങൾ എളുപ്പത്തിൽ മനസിലാക്കാൻ സഹായിക്കുന്നു.

മിസിൻഫർമേഷൻ - അറിയാതെ പ്രചരിക്കുന്ന, ഗൂഢ ഉദ്ദേശങ്ങൾ ഒന്നുമില്ലാത്ത വാർത്തകൾ.

ഡിസിൻഫർമേഷൻ - വ്യക്തമായ താല്പര്യങ്ങളോടെ ഒരു വ്യക്തിയെയോ, ഒരു സ്ഥാപനത്തെയോ, അല്ലെങ്കിൽ ഒരു രാജ്യത്തിനെ തന്നെയോ തകർക്കുന്നതിനായി പ്രചരിപ്പിക്കുന്ന വാർത്തകൾ.

ഇത്തരം വാർത്തകളെ പൊതുവായി ഫേക്ക് ന്യൂസ് (വ്യാജ വാർത്തകൾ) എന്നു വിശേഷിപ്പിക്കുമെങ്കിലും യുനെസ്കോ പോലുള്ള ലോകോത്തര സംഘടനകൾ 'ഫേക്ക് ന്യൂസ്' എന്ന വാക്ക് ഉപയോഗിക്കുന്നില്ല. ആ വാക്ക് അതിന് പര്യാപ്തമല്ല എന്നാണ് അവർ കരുതുന്നത്. കൗൺസിൽ ഓഫ് യൂറോപ്പിന്റെ റിപ്പോർട്ടിൽ പോലും 'വിവരമലിനീകരണം' (information pollution) എന്നാണ് ഉപയോഗിച്ചിരിക്കുന്നത് (Wardle, 2017).

വിവിധ തരത്തിലുള്ള മിസിൻഫർമേഷനും ഡിസിൻഫർമേഷനും

ഫസ്റ്റ് ഡ്രാഫ്റ്റ് ന്യൂസിൻെറ എക്സിക്യൂട്ടിവ് എഡിറ്ററും കൗൺസിൽ ഓഫ് യൂറോപ്പിൻെറ 'Information Disorder' എന്ന റിപ്പോർട്ടിന്റെ എഴുത്തുകാരിലൊരാളുമായ ക്ലെയർ വാർഡിൽ ഏഴ് തരത്തിൽ ഇത്തരം വാർത്തകളെ തരംതിരിക്കുന്നു.

1. ആക്ഷേപഹാസ്യം (satire or parody) - കളിയാക്കുന്ന ആക്ഷേപ/പാരഡി രൂപത്തിലുള്ള, എന്നാൽ മോശം ലക്ഷ്യങ്ങളില്ലാത്ത വാർത്തകൾ
2. വഴി തെറ്റിക്കുന്ന വിവരങ്ങൾ (misleading content) - ഒരു വ്യക്തിയെയോ ഒരു പ്രശ്നത്തെയോ കാര്യത്തെയോ കുരുക്കിൽപ്പെടുത്താനായി വാർത്തകളെ വളച്ചൊടിക്കുന്നത്.
3. അവ്യക്തമായ വാർത്തകൾ (imposter content) – ആധികാരികമായ ഒരു വാർത്താ സ്രോതസ്സായി ചമഞ്ഞ് പുറത്തുവിടുന്ന വിവരങ്ങൾ
4. കെട്ടിച്ചമച്ച വാർത്തകൾ (fabricated content) - പൂർണ്ണമായും തെറ്റായ, പ്രശ്നങ്ങൾ സൃഷ്ടിക്കുന്ന വാർത്തകൾ
5. പരസ്പരബന്ധമില്ലാത്ത വാർത്തകൾ (false connection) - തലക്കെട്ട്, ചിത്രം, അടിക്കുറിപ്പ് എന്നിവയിൽ പരസ്പരബന്ധമില്ലാതെ പ്രചരിക്കുന്ന വാർത്തകൾ
6. തെറ്റായ സന്ദർഭങ്ങൾ (false context) - ശരിയായ വിവരങ്ങൾ ആണെങ്കിൽ കൂടി തെറ്റായ സന്ദർഭങ്ങളിൽ ഉപയോഗിക്കുന്നത്.
7. കൃത്രിമ വിവരങ്ങൾ (manipulated content) - ആധികാരികമായ ചിത്രങ്ങളും വീഡിയോയും കൃതിമത്വം വരുത്തി ഉപയോഗിക്കുന്നത്.

Source: Seven Types of Misinformation and Disinformation, First Draft News, Claire Wardle (2017)

ഡീപ് ഫേക്ക്സ് (Deep Fakes)

മുകളിൽ സൂചിപ്പിച്ചിട്ടുള്ള മിസിൻഫർമേഷനും ഡിസിൻഫർമേഷനും ന്യൂസ് റൂമിൽ നടത്തുന്ന തുടർച്ചയായ വസ്തുതാ പരിശോധനകളിലൂടെ മാത്രമാണ് തിരിച്ചറിയാൻ സാധിക്കുന്നത്. വസ്തുതാ പരിശോധകരും പരിചയസമ്പത്തുള്ള മാധ്യമപ്രവർത്തകരും ഈ പരിശോധനയിൽ നല്കുന്ന സംഭവനകൾ വളരെ വലുതാണ്. ഇന്റർനെറ്റ് വഴിയുള്ള വ്യാജ ഓഡിയോകളുടെയും വീഡിയോകളുടെയും പ്രചരണം അനുദിനം ഗുരുതരമായിക്കൊണ്ടിരിക്കുകയാണ്. ഇവയെ 'ഡീപ് ഫേക്ക്സ്' എന്നാണ് വിളിക്കുന്നത്. ഇത്തരം വീഡിയോകളും ശബ്ദരേഖകളും കൃത്രിമബുദ്ധിയുടെ (Artificial Intelligence) സഹായത്തോടെ സൃഷ്ടിക്കുന്നതിനാൽ തന്നെ അവയെ നശിപ്പിക്കാൻ വളരെയധികം ബുദ്ധിമുട്ടാണ്. സോഫ്റ്റ് വെയറിൽ അധിഷ്ഠിതമായി പ്രവർത്തിക്കുന്ന കൃത്രിമബുദ്ധിക്ക് കൃത്രിമപ്പണി വഴി കാഴ്ചക്കാരനെ എളുപ്പത്തിൽ കബളിപ്പിക്കാൻ സാധിക്കും. സാങ്കേതികവിദ്യകളുടെ നിലവിലെ സാധ്യതകളുപയോഗിച്ച് വ്യാജ വീഡിയോകളും വ്യാജ ഓഡിയോ സന്ദേശങ്ങളും യാഥേഷ്ടം ഉണ്ടാക്കാൻ സാധിക്കുന്നുവെന്നതാണ് വലിയ വെല്ലുവിളി (BBC, 2018).

സ്ഥിരീകരണത്തിന് ഉപയോഗിക്കാവുന്ന മാർഗ്ഗങ്ങൾ

ചിത്രങ്ങളും വീഡിയോകളും വഴിയാണ് സോഷ്യൽ മീഡിയയിൽ ഏറ്റവുമധികം മിസ്-ഡിസ് ഇൻഫർമേഷൻ പ്രവഹിക്കുന്നത്. ഒരു വീഡിയോ, ഓഡിയോ അല്ലെങ്കിൽ ചിത്രങ്ങൾ സത്യമാണോ, വ്യാജമാണോ എന്ന് തിരിച്ചറിയാൻ നിരവധി മാർഗ്ഗങ്ങളുണ്ട്. ഇത്തരം മാർഗ്ഗങ്ങൾ സൗജന്യമായി ഗൂഗിളിൽ സേർച്ച് ചെയ്ത് കണ്ടെത്താവുന്നതാണ്.

വ്യാജവാർത്തകളെ കണ്ടെത്തുവാനുള്ള മാർഗ്ഗങ്ങൾ ചുവടെ ചേർക്കുന്നു.

ചിത്രങ്ങളുടെ വസ്തുനിഷ്ഠമായ പരിശോധന (Image Verification)

സേർച്ച് ടൂൾസ് (Search Tools)

ഗൂഗിൾ റിവേഴ്സ് ഇമേജ് സേർച്ച് (Google's Reverse Image Search)

ഗൂഗിളിൽ ലഭ്യമായിട്ടുള്ള ഒരു ഉപാധിയാണ് റിവേഴ്സ് ഇമേജ് സേർച്ച്. ആവശ്യമുള്ള ചിത്രത്തിൻറെ സമാന ചിത്രങ്ങൾ ഗൂഗിളിൽ തിരഞ്ഞുകണ്ടെത്താൻ ഈ പ്രക്രിയയിലൂടെ സാധിക്കുന്നു. ഒപ്പം നമ്മൾ തിരയുന്ന ചിത്രത്തിൻറെ ഉത്ഭവവും വിവരങ്ങളും കൂടി ഇത്തരം തിരച്ചിലിലൂടെ നമുക്ക് ലഭിക്കുന്നു. ഏതൊരു ചിത്രത്തിൻറെ വിവരങ്ങൾ കണ്ടെത്താനും നമ്മുടെ ഇലക്ട്രോണിക് ഉപകാരണങ്ങളിലെ ചിത്രങ്ങളെ പരിശോധിക്കാനും ഈ സേവനം ഏറെ ഉപയോഗകരമാണ്.

റിവേഴ്സ് ഇമേജ് സേർച്ച് (Reverse Image Search) എങ്ങനെ ഉപയോഗിക്കാം? ഗൂഗിൾ ക്രോം വഴി

ഗൂഗിൾ ക്രോം ബ്രൗസറിൽ ഇൻ-ബിൽറ്റായി ചേർത്തിട്ടുള്ള ഓപ്ഷനാണ് 'സേർച്ച് ഗൂഗിൾ ഫോർ ഇമേജ്'. ഇതുവഴി ഓട്ടോമാറ്റിക്കായി ഗൂഗിളിൽ ചെന്ന് ആവശ്യമുള്ള ചിത്രങ്ങൾ തിരയാം. ഈ ഓപ്ഷൻ ഉപയോഗിക്കാനായി തിരയേണ്ട ചിത്രത്തിൽ റൈറ്റ് ക്ലിക്ക് ചെയ്ത് 'സേർച്ച് ഗൂഗിൾ ഫോർ ഇമേജ്' ഓപ്ഷനിൽ ക്ലിക്ക് ചെയ്യുക.

മറ്റു ബ്രൗസറുകൾ വഴി

1 https://images.google.com സന്ദർശിക്കുക; അല്ലെങ്കിൽ, ഗൂഗിളിൽ പോയി ഇമേജസ് (images) എന്ന ഓപ്ഷനിൽ ക്ലിക്ക് ചെയ്യുക.

2. "Search by image" എന്ന ക്യാമറ ഐക്കണിൽ ക്ലിക്ക് ചെയ്യുക.

3. "Paste image URL" അല്ലെങ്കിൽ "Upload an image" എന്ന രണ്ട് ഓപ്ഷനുകളിൽ ഒന്നിൽ ക്ലിക്ക് ചെയ്യുക.

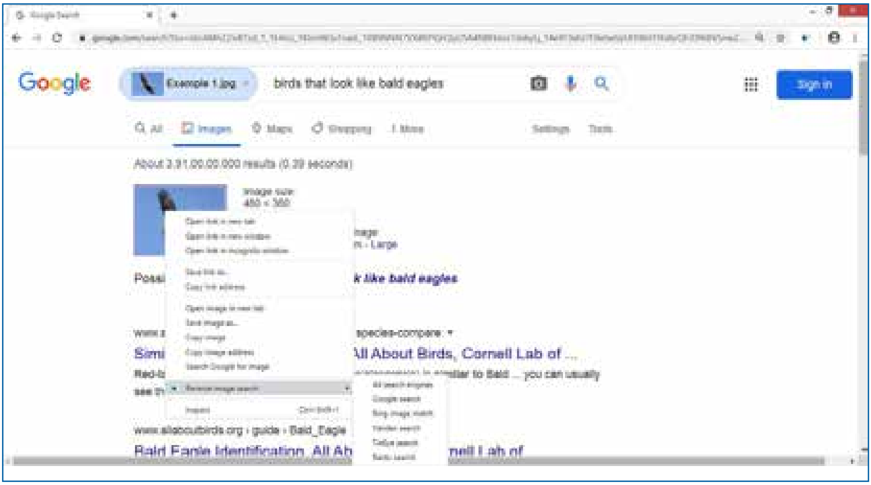
4. നല്കിയ ചിത്രവുമായി ബന്ധപ്പെട്ടുള്ള ആർട്ടിക്കിളുകൾ, ലിങ്കുകൾ, കാഴ്ചയിൽ സാദൃശ്യമുള്ള മറ്റ് ഇമേജുകൾ എന്നിവ നിങ്ങൾക്ക് കാണുവാൻ സാധിക്കും. ഈ തിരഞ്ഞെടുപ്പ് ഫലങ്ങളിലൂടെ ബന്ധപ്പെട്ട വെബ്സൈറ്റുകൾ, ചിത്രത്തെപ്പറ്റിയുള്ള വാർത്തകൾ, മറ്റു വിവരങ്ങൾ എന്നിവയെല്ലാം ലഭ്യമാകുന്നതാണ്. ഒപ്പം സഹായകമായ കീവേർഡുകളും ചിത്രത്തിനൊപ്പം ഗൂഗിൾ വഴി ലഭ്യമാണ്.

മൊബൈൽ ഉപഭോക്താക്കൾക്ക്

സ്മാർട്ട്ഫോണിൽ images.google.com സേർച്ച് ചെയ്ത് ഏറ്റവും മുകളിൽ വലതു കോണിൽ കാണുന്ന മൂന്നു ബിന്ദുക്കളിൽ ക്ലിക്ക് ചെയ്യുക. വരുന്ന ലിസ്റ്റിൽ നിന്നും ഡെസ്ക്ടോപ്പ് ഓപ്ഷൻ (Desktop Version) സെലക്ട് ചെയ്യുക. ശേഷം നിങ്ങൾക്ക് ലാപ്ടോപ്പിൽ നിന്നോ ഡെസ്ക്ടോപ്പിൽ നിന്നോ ഉപയോഗിക്കുന്നതുപോലെ ഗൂഗിൾ ഉപയോഗിക്കാം.

റിവ്ഐ റിവേഴ്സ് ഇമേജ് സേർച്ച് (RevEye Reverse Image Search): ഒന്നിലധികം സേർച്ച് എൻജിനുകൾ എങ്ങനെ ഉപയോഗപ്പെടുത്താം

ചിത്രങ്ങൾ സേർച്ച് ചെയ്യുന്നതിനായി ഗൂഗിൾ അല്ലാതെ നിരവധി സേർച്ച് എഞ്ചിനുകളുണ്ട്. റിവ്ഐ റിവേഴ്സ് ഇമേജ് സേർച്ച് എന്ന എക്സ്റ്റൻഷൻ ക്രോമിൽ ലഭ്യമാണ്. ഒപ്പം യാന്ടെക്സ് (Yandex), ബിങ് (Bing), ബൈഡു (Baidu), ടിൻഐ (TinEye) തുടങ്ങി നിരവധി സേർച്ച് എഞ്ചിനുകളും യൂസറിന് ഉപയോഗിക്കാം.



ചില നിർദ്ദേശങ്ങൾ

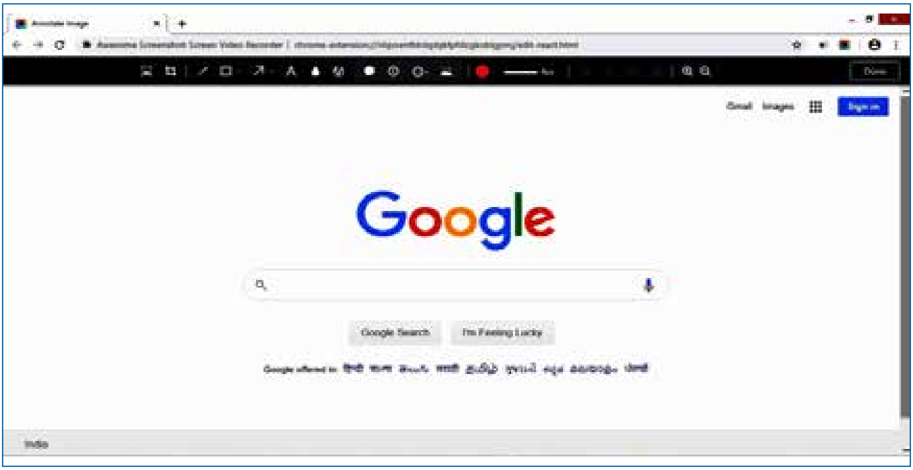
1. ഗൂഗിൾ റിവേഴ്സ് ഇമേജ് ഉപയോഗിച്ച് ഒരു ചിത്രം സേർച്ച് ചെയ്യുമ്പോൾ സമാന ചിത്രവും വിവരങ്ങളും കാണുമ്പോൾ അതൊരു പുതിയ ചിത്രമല്ലെന്ന സൂചനയാണ്.
2. റിവേഴ്സ് ഇമേജ് ഉപയോഗിച്ച് സേർച്ച് ചെയ്യുമ്പോൾ ഭാഗമായി വരുന്ന എഴുത്തുകൾ കൂടി നിരീക്ഷിക്കുക. ചിത്രങ്ങളെക്കുറിച്ചുള്ള കൂടുതൽ വിവരങ്ങൾ മനസിലാക്കുവാൻ ഇതുപകരിക്കും.
3. ഡബിൾ റിവേഴ്സ് ഇമേജ് സേർച്ച് ഉപയോഗിക്കുന്നത് ചിത്രങ്ങളെ പെട്ടെന്ന് കണ്ടെത്താൻ സഹായിക്കും.
4. ചിലപ്പോൾ ഒരു ഇമേജ് കൊളാഷ് പരിശോധിക്കാനായി നല്കിയെന്ന് കരുതുക. അതിൽ നമുക്ക് വേണ്ട ചിത്രം മാത്രം ക്രോപ്പ് ചെയ്ത്

സേർച്ച് ചെയ്യാവുന്നതാണ്. മീമുകൾ, കൊളാഷുകൾ, ടെക്സ്റ്റുകൾ എന്നിവയടങ്ങിയിട്ടുള്ള ചിത്രങ്ങൾ സേർച്ച് ചെയ്യുന്നത് പൊതുവേ ശ്രമകരമാണ്. ഇത്തരം സാഹചര്യങ്ങളിൽ ടെക്സ്റ്റുകൾ ഒഴിവാക്കി ക്രോപ്പ് ചെയ്ത് സേർച്ച് ചെയ്യുക.

ക്രോപ്പിംഗ് ടൂൾസ്

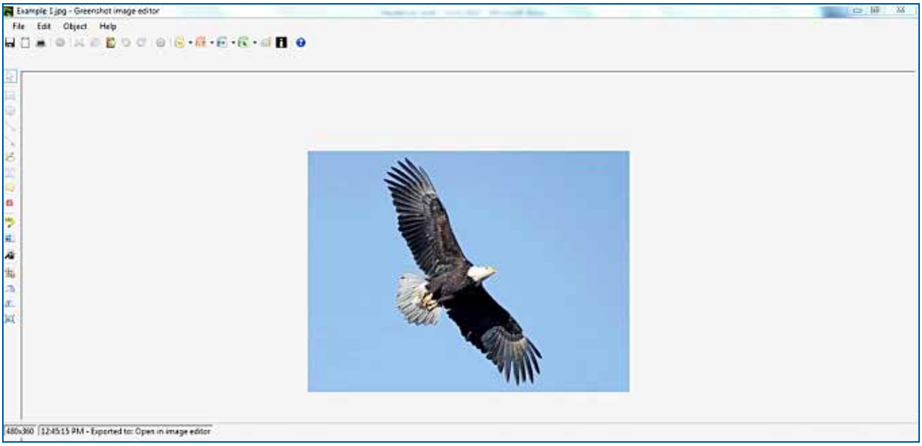
ഓസം സ്ക്രീൻഷോട്ട് (Awesome Screenshot)

ഓസം സ്ക്രീൻഷോട്ട് എന്ന ടൂൾ ഉപയോഗിച്ച് ഇമേജ് ക്രോപ്പ് ചെയ്യാനും, മായ്ക്കാനും, മറ്റു ഫീച്ചറുകൾ ഉൾപ്പെടുത്താനും കഴിയും. മുഴുവൻ സ്ക്രീനിൻറെ ചിത്രം എടുക്കാനും ഓസം സ്ക്രീൻ ഷോട്ട് ഉപയോഗിക്കാവുന്നതാണ്. ഗൂഗിൾ ക്രോമിൽ ഒരു എക്സ്റ്റൻഷനായി ഓസം സ്ക്രീൻഷോട്ട് ലഭ്യമാണ്.



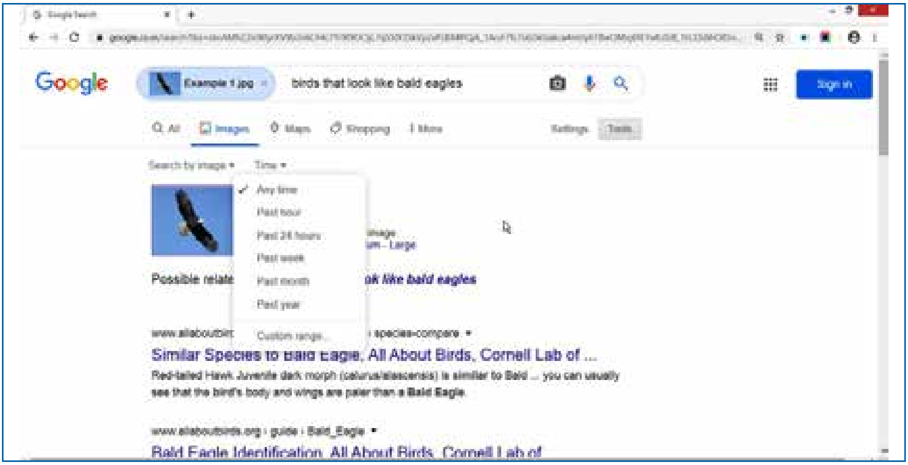
ഗ്രീൻഷോട്ട് (Greenshot)

ഓസം സ്ക്രീൻഷോട്ട് പോലെ ലഭ്യമായ മറ്റൊരു ടൂളാണ് ഗ്രീൻഷോട്ട്. സ്ക്രീൻ ഷോട്ടെടുക്കാനും ക്രോപ്പ് ചെയ്യുവാനും മറ്റും ഈ ടൂൾ ഉപയോഗിക്കാവുന്നതാണ്. മൈക്രോസോഫ്റ്റ് വിൻഡോസിന് അനുരൂപമായാണ് ഈ ടൂളിൻറെ പ്രവർത്തനം.



ടൈം ഫിൽറ്റർ: ഇമേജ് സേർച്ച് കൂടുതൽ മികവോടെ ചെയ്യാം

ഒരു നിശ്ചിത സമയത്ത് പ്രസിദ്ധീകരിക്കപ്പെട്ട ഇമേജ് സേർച്ച് ചെയ്യുവാനായി ടൈം ഫിൽറ്ററുകൾ ഉപയോഗിക്കാം. ഇത്തരം ഫിൽറ്റർ ഫോട്ടോയുടെ അവകാശവും, എടുത്ത സമയവുമൊക്കെ മനസിലാക്കാൻ സഹായകമാകുന്നു. ഇമേജ് തിരയുന്നതിനിടയിൽ ഇത്തരം ഫിൽറ്ററുകൾ സമയബന്ധിതമായുള്ള വിവരങ്ങൾ ലഭ്യമാകുവാനായി നമുക്ക് ഉപയോഗിക്കാവുന്നതാണ്. ഇതിനായി ടൂൾസ് എന്ന ഓപ്ഷനിൽ ക്ലിക്ക് ചെയ്യുക. ശേഷം ടൈം ഡ്രോപ്പ്-ഡൗൺ ലിസ്റ്റിൽ നിന്നും ഇമേജുകൾ സേർച്ച് ചെയ്യുവാൻ ടൈം ഫ്രെയിം എന്ന ഓപ്ഷൻ ഉപയോഗിക്കുക.



ചില നിർദ്ദേശങ്ങൾ

1. വാർത്ത സംബന്ധിച്ച എല്ലാ വിവരങ്ങളും പരിശോധിച്ച് വസ്തുത ഉറപ്പുവരുത്തുക

2. പരിശോധിക്കാനുള്ള വീഡിയോയുടെയോ ചിത്രത്തിന്റെയോ കോപ്പി സൂക്ഷിച്ചുവയ്ക്കുക. വേബാക്ക് മെഷീൻ (Wayback Machine - https://archive.org/web), ആർക്കൈവ് (Archive - https://archive.is) എന്നിവ ഫോട്ടോയും വീഡിയോകളും ലിങ്കുകളും സൂക്ഷിച്ചുവയ്ക്കാനുള്ള ടൂളുകളാണ്.

3. റിവേഴ്സ് ഇമേജ് സേർച്ചിൽ കീവേഡുകൾ മാറ്റി ഉപയോഗിക്കുന്നത് ഫലം പെട്ടെന്ന് കിട്ടുവാൻ സഹായിക്കുന്നു.

4. എക്സിഫ് (EXIF) അല്ലെങ്കിൽ എക്സ്ചേഞ്ചബിൾ ഫയൽ ഫോർമാറ്റ് ഡാറ്റ, ഫോട്ടോയുടെ പ്രധാനപ്പെട്ട വിവരങ്ങൾ അറിയാനായി ഉപയോഗിക്കുന്നു. EXIF ഡാറ്റയിലൂടെ ഏതുതരം ക്യാമറയിലാണ് ഫോട്ടോയെടുത്തതെന്നും എക്സ്പോഷർ ടൈമും ഷട്ടർ സ്പീഡുമെല്ലാം അറിയാൻ കഴിയും. ഒറിജിനൽ ഫോട്ടോ ട്രാക്ക് ചെയ്യുവാനായി ഈ ടൂൾ ഉപയോഗിക്കാം.

5. ചിത്രത്തിൻറെ യഥാർത്ഥ സ്രോതസ് - അത് വാർത്താ വെബ്സൈറ്റോ, ചിത്രശേഖരമോ ആയിരിക്കാം - കണ്ടുപിടിക്കുന്നത് ആധികാരികത ഉറപ്പ് വരുത്തുന്നതിന് വളരെയേറെ സഹായിക്കും.

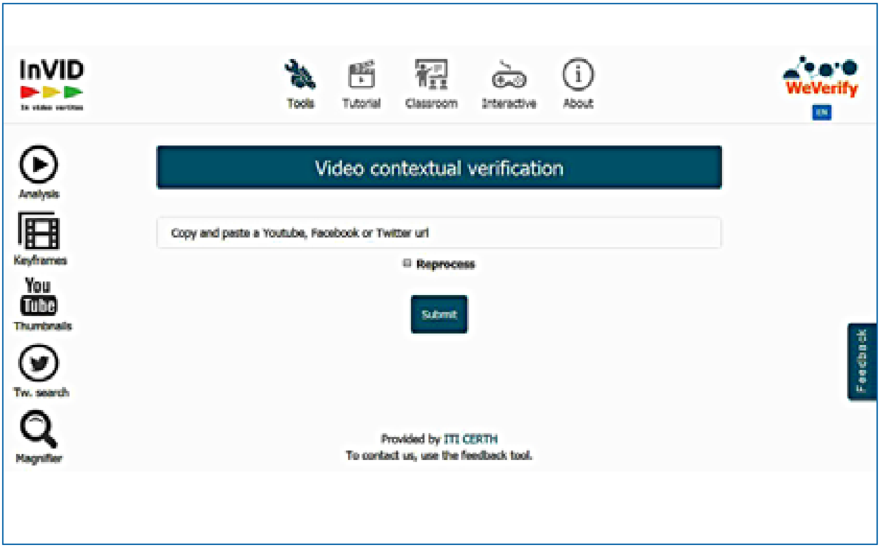
6. ടൂളുകൾ വഴി സെർച്ച് ചെയ്യുമ്പോൾ തൻറെ നിരീക്ഷണപാടവവും മനോധർമ്മവും കൂടി ചിത്രങ്ങളുടെ ഉറവിടം കണ്ടെത്തുന്ന വേളയിൽ ഉപയോഗിക്കുക.

വീഡിയോ വെരിഫിക്കേഷൻ (Video Verification)

ചലനചിത്രങ്ങളാണ് വീഡിയോകൾ. ആയതിനാൽ തന്നെ വ്യാജ വീഡിയോകൾ പരിശോധിക്കാനും ഏറെക്കുറെ ഇമേജ് പരിശോധിക്കുന്ന വഴികൾ തന്നെയാണ് ഉപയോഗിക്കുന്നത്. എന്നിരുന്നാലും ഉപയാഗിക്കുന്നയാൾ വീഡിയോയെ ബ്രേക്ക് ഡൗൺ ചെയ്ത് വിവിധ സ്ക്രീൻഷോട്ടുകളും ഇമേജുകളുമാക്കിയാണ് പരിശോധിക്കേണ്ടത്. താഴെ പറയുന്ന മാർഗ്ഗങ്ങൾ വീഡിയോ വെരിഫിക്കേഷനായി പ്രയോജനപ്പെടുത്താവുന്നതാണ്.

ഇൻവിഡ് (InVid)

വ്യാജ വീഡിയോകൾ പരിശോധിക്കാനായി ഗൂഗിൾ ക്രോം സ്റ്റോറിൽ ലഭ്യമായിട്ടുള്ള ടൂളാണ് ഇൻവിഡ്. ഇൻവിഡുപയോഗിച്ച് വീഡിയോയെ പലതരത്തിലുള്ള കീ ഫ്രെയിമുകളാക്കാനും, കട്ട് ചെയ്യാനും, ട്വിറ്ററിൽ സേർച്ച് ചെയ്യാനും സാധിക്കും. പ്രധാനമായും ഇൻവിഡ് ഉപയോഗിക്കുന്നത് യൂട്യൂബ്, ഫേസ്ബുക്ക്, ട്വിറ്റർ വീഡിയോകളുടെ പരിശോധനയ്ക്കാണ്. ക്രോം ബ്രൗസറിൽ ഒരു എക്സ്റ്റൻഷനായി ഇൻവിഡ് ചേർക്കാൻ കഴിയുന്നതാണ്.



ഒരു വീഡിയോ വിശകലനം ചെയ്യുന്നതിനായി അതിനെ കീ ഫ്രെയിമുകളാക്കിയോ ഇമേജുകളാക്കിയോ സേർച്ച് ചെയ്യാവുന്നതാണ്. വീഡിയോകളെ ഇമേജുകളാക്കി റിവേഴ്സ് ഇമേജ് സേർച്ചിലൂടെയാണ് പരിശോധിക്കുന്നത്. പ്രക്രിയ ക്രമത്തിൽ ചുവടെ ചേർക്കുന്നു:

1. ക്രോം ബ്രൗസറിൽ ഇൻവിഡ് പ്ലഗ് ഇൻ എക്സ്റ്റൻഷനായി ചേർക്കുക.
2. URLന് തൊട്ടടുത്തായി ഇൻവിഡ് ഐക്കൺ കാണാവുന്നതാണ്. ഐക്കണിൽ ക്ലിക്ക് ചെയ്ത് ഇൻവിഡ് തുറക്കാവുന്നതാണ്.
3. പേജിൽ ലഭ്യമായിട്ടുള്ള ഓപ്ഷനുകളിൽ നിന്ന് കീഫ്രെയിംസ് (Keyframes) സെലക്ട് ചെയ്യുക.

4. 'Insert Video URL' എന്നിടത്ത് ടെക്സ്റ്റ് ബോക്സിൽ പരിശോധിക്കേണ്ട വീഡിയോയുടെ ലിങ്ക് ചേർത്ത ശേഷം സബ്മിറ്റ് ചെയ്യുക. ഒപ്പം യൂസറിന് ഡെസ്ക്ടോപ്പിലോ ലാപ്ടോപ്പിലോ സേവ് ചെയ്ത വീഡിയോയും സേർച്ചിനായി അപ്ലോഡ് ചെയ്യാവുന്നതാണ്.

5. വീഡിയോ കീ ഫ്രെയിമുകളായി വേരിതിരിക്കപ്പെട്ട് താഴെ പ്രത്യക്ഷപ്പെടുന്നതാണ്. എല്ലാ ഇമേജുകളിലും യൂസറിന് റിവേഴ്സ് ഇമേജ് സേർച്ച് നടത്താവുന്നതാണ്. ഇമേജ് സേർച്ച് ചെയ്യുന്നതിനായി റൈറ്റ് ക്ലിക്ക് ചെയ്ത് 'സേർച്ച് ഗൂഗിൾ ഫോർ ഇമേജ്' നല്കുക.

NOTE: മറ്റു സേർച്ച് എഞ്ചിനുകളായ യാന്ടെക്സ് (Yandex), ബൈഡു (Baidu) എന്നിവയിലും ഇൻവിഡ് ഉപയോഗിക്കാവുന്നതാണ്.

യൂട്യൂബ് ഡാറ്റാവ്യൂവർ (YouTube Data Viewer)

ആംനസ്റ്റി ഇന്റർനാഷണലിന്റെ യൂട്യൂബ് ഡാറ്റ വ്യൂവർ സേർച്ചിന് സഹായകമായ മറ്റൊരു ടൂളാണ്.

ഒരു യൂട്യൂബ് വീഡിയോ അപ്ലോഡ് ചെയ്ത സമയം കണ്ടെത്താനും ഒപ്പം ഇമേജുകളാക്കി വീഡിയോയെ വേർതിരിക്കാനും ഈ ടൂൾ സഹായകമാണ്. യൂട്യൂബ് ഡാറ്റ വ്യൂവർ റിവേഴ്സ് ഇമേജ് സേർച്ച് പോലെ പ്രവർത്തിച്ച് വീഡിയോകളെ പരിശോധിക്കാൻ സഹായിക്കുന്നു.

1. ഈ ടൂൾ ഉപയോഗിക്കാനായി (https://citizenevidence.amnestyusa.org)-ൽ ലോഗിൻ ചെയ്യുക.

2. സേർച്ച് ബോക്സിൽ, വീഡിയോയുടെ ഒറിജിനൽ യൂട്യൂബ് ലിങ്ക് പേസ്റ്റ് ചെയ്യുക.

3. വീഡിയോ ഇമേജുകളായി വേർതിരിച്ചതിനുശേഷം റിവേഴ്സ് ഇമേജ് സേർച്ച് ഓപ്ഷൻ ക്ലിക്ക് ചെയ്യുക

വാച്ച് ഫ്രെയിം ബൈ ഫ്രെയിം (Watch Frame by Frame)

വാച്ച് ഫ്രെയിം ബൈ ഫ്രെയിം ഓൺലൈനായി വീഡിയോ പരിശോധനയ്ക്കായി ഉപയോഗിക്കുന്ന മറ്റൊരു ടൂളാണ്. യൂസേഴ്സിന് വീഡിയോയുടെ സ്പീഡ് സ്ലോഡൗൺ ചെയ്യാൻ കഴിയുന്നതിനാൽ തന്നെ വിശദമായ പരിശോധന ഇതിലൂടെ സാധ്യമാകുന്നു. watchframebyframe.com എന്ന വെബ്സൈറ്റിൽ ഈ ടൂൾ ലഭ്യമാണ്.

ചില നിർദ്ദേശങ്ങൾ

1. പരിശോധിക്കാനുള്ള വീഡിയോയുടെ കോപ്പി ഡൌൺലോഡ് ചെയ്ത് സേവ് ചെയ്യുക.

2. വീഡിയോ ലിങ്കുകൾ സേവ് ചെയ്തു സൂക്ഷിക്കുക.

3. സോഷ്യൽ മീഡിയയിൽ ഉൾപ്പെടുന്ന ഫേസ്ബുക്ക്, യൂട്യൂബ്, ട്വിറ്റർ എന്നിവയിൽ സെർച്ച് ഓപ്ഷൻ ഉപയോഗിക്കുക.

4. സോഷ്യൽ മീഡിയയിൽ കാണുന്ന വീഡിയോകൾ പൊതുവേ ആവർത്തനങ്ങളായിരിക്കും. കൃത്യമായ വാചകങ്ങളുടെ അടിക്കുറിപ്പോടെ ഫേസ്ബുക്കിൽ കാണുന്ന വീഡിയോ സമാനഭാവത്തിലോ മറ്റൊരു അടിക്കുറിപ്പിലോ വാട്ട്സാപ്പിലോ ട്വിറ്ററിലോ പ്രചരിക്കുന്നുണ്ടാകും.

5. യൂസറിന് വീഡിയോ സേർച്ച് ചെയ്യാൻ അതുമായി ബന്ധപ്പെട്ടു വരുന്ന ടെക്സ്റ്റുകൾ ഉപയോഗിച്ചും സാധിക്കും.

6. റിവേഴ്സ് ഇമേജ് സേർച്ചിൽ മതിയായ റിസൾട്ട് കിട്ടുന്നില്ലെങ്കിൽ കീവേർഡുകൾ മാറ്റി ഉപയോഗിക്കുക.

7. യൂട്യൂബിന് വീഡിയോകൾ സ്ലോ-ഡൗൺ ചെയ്ത് കാണാനുള്ള ഓപ്ഷൻ അതിൽ തന്നെയുണ്ട്. ഇത് വീഡിയോ വിശദമായി വിശകലനം ചെയ്യാൻ സഹായിക്കുന്നു.

ജിയോ-ലൊക്കേഷൻ (Geo-location)

ജിയോ ലൊക്കേഷൻ ടൂൾ വഴി ഇമേജിന്റെയോ വീഡിയോയുടെയോ ലൊക്കേഷനടക്കം അറിയാൻ സാധിക്കുന്നു. ഗൂഗിൾ മാപ്സ് (Google Maps), ഗൂഗിൾ എർത്ത് (Google Earth) ബിങ് മാപ്സ്(Bing Maps), വിക്കിമാപ്പിയ (Wikimapia) എന്നിവയൊക്കെയാണ് കൂടുതലായി ഉപയോഗിക്കുന്ന മാപ്പുകൾ.

ലൊക്കേഷൻ കണ്ടെത്തുവാൻ സഹായകമായ സൂചനകൾ ഇമേജിലോ വീഡിയോയിലോ ഉണ്ടാകാം.

1. സ്ട്രീറ്റിന്റെ ലേ ഔട്ട് - ഫോട്ടോയിലെ തെരുവ് കാണുമ്പോൾ തന്നെ ഒരുപക്ഷേ സ്ഥലം എളുപ്പത്തിൽ അനുമാനിക്കാം.

2. പ്രതിമകളും സ്ഥൂപങ്ങളും - പ്രതിമകൾ, സ്ഥൂപങ്ങൾ എന്നിവ കണ്ട് ചിലപ്പോൾ എളുപ്പത്തിൽ സ്ഥലം മനസിലാക്കാം.

3. രൂപകല്പനയിലൂടെയുള്ള വിവരങ്ങൾ - ഓരോ കെട്ടിടങ്ങളുടേയും നിർമ്മാണരീതി കാണുമ്പോൾ, ആ പ്രദേശത്തെ കുറിച്ചുള്ള സൂചനകൾ മനസിലാക്കാം.

4. സൈൻ ബോർഡുകൾ - സൂചനാ ബോർഡുകളിൽ നിന്ന് സ്ഥലം മനസിലാക്കാം. സൂചനാ ബോർഡുകളിൽ ഉപയോഗിച്ചിരിക്കുന്ന ഭാഷ, അത് ഏത് സ്ഥലമാണെന്ന് മനസ്സിലാക്കാൻ സഹായിക്കും.

അല്ലെങ്കിൽ ആ ഭാഗത്തെ പ്രശസ്തമായ കടകളോ സ്ഥാപനങ്ങളോ ചിത്രത്തിൽ കണ്ടെത്തിയാലും സ്ഥലം മനസിലാക്കാം.

5. നമ്പർ പ്ലേറ്റുകൾ - വാഹനങ്ങളുടെ നമ്പർ പ്ലേറ്റുകൾ ഇമേജിലോ വീഡിയോയിലോ ഉൾപ്പെട്ടിട്ടുണ്ടെങ്കിൽ എളുപ്പത്തിൽ സ്ഥലം മനസിലാക്കാൻ സാധിക്കും.

ഗൂഗിൾ മാപ്സ് (Google Maps)

ഗൂഗിൾ മാപ്സ് നല്കുന്ന നിരവധി സൗകര്യങ്ങൾ ജിയോലൊക്കേഷനിൽ ഉപയോഗപ്രദമാണ്. ഏരിയൽ വ്യൂ, പ്രദേശത്തിന്റെ സാറ്റലൈറ്റ് ചിത്രം, തെരുവുകളുടെ 360 ഡിഗ്രി കാഴ്ച, ട്രാഫിക് റൂട്ടുകൾ, പൊതുഗതാഗത നോട്ടിഫിക്കേഷനുകൾ തുടങ്ങിയവയെല്ലാം ഇതിൽ ഉൾപ്പെടുന്നു. ഒപ്പം ഗൂഗിൾ മാപ്സ് സ്ഥലങ്ങളുടെ ഫോട്ടോയൊക്കെ ശേഖരിച്ചു വയ്ക്കുന്ന ആർക്കൈവ് പോലെയും പ്രവർത്തിക്കുന്നു. അതിനാൽ തന്നെ ചിത്രങ്ങളിലൂടെ ഗൂഗിൾ മാപ്പ് വഴി എളുപ്പത്തിൽ സ്ഥലങ്ങൾ കണ്ടെത്താൻ സാധിക്കുന്നു.

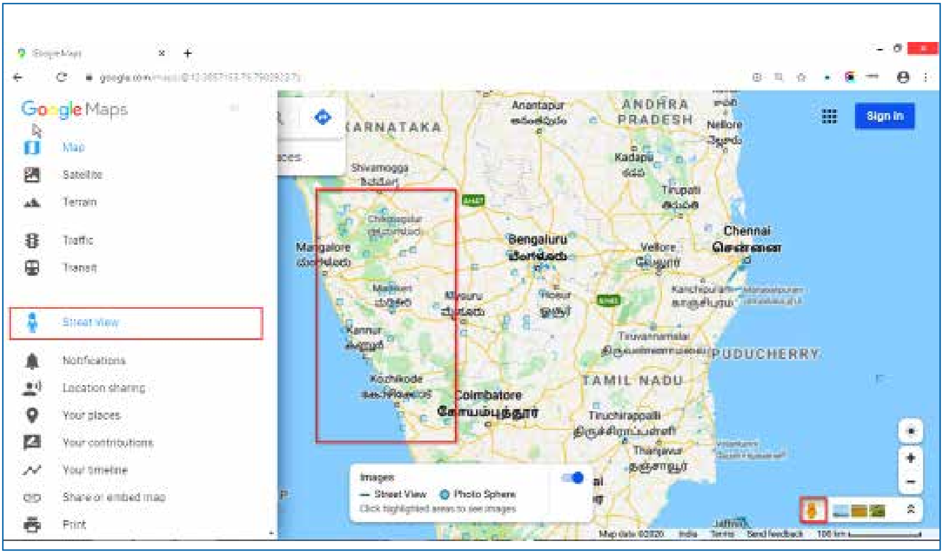
ഗൂഗിൾ സ്ട്രീറ്റ് വ്യൂ (Google Street View)

ഗൂഗിൾമാപ്സിൻറെഭാഗമായിട്ടുള്ളഒരുഫീച്ചറാണ്ഗൂഗിൾസ്ട്രീറ്റ്വ്യൂ.ഒരു സ്ഥലത്തിന്റെ വിശദമായ കാഴ്ച ഗൂഗിൾ സ്ട്രീറ്റ് വ്യൂവിലൂടെ യൂസർക്ക് ലഭിക്കുന്നു. ഗൂഗിൾ സ്ട്രീറ്റ് വ്യൂ വഴി ലോകത്തിലെ എതുസ്ഥലത്തിന്റെ വ്യൂ വേണമെങ്കിലും ഇന്ന് ഒരൊറ്റ ക്ലിക്കിലൂടെ യൂസറിന് ലഭ്യമാണ്.

ഗൂഗിൾ സ്ട്രീറ്റ് വ്യൂ ഉപയോഗിക്കാനായി താഴെ പറഞ്ഞ പ്രക്രിയ ഉപയോഗിക്കാവുന്നതാണ്:

1. google.com/maps (https://google.com/maps) എന്ന് ടൈപ്പ് ചെയ്ത് ആപ്ലിക്കേഷൻ തുറക്കുക
2. ഇടതു കോണിലെ മെനു ബട്ടൺ ക്ലിക്ക് ചെയ്യുക
3. മെനുവിലെ സ്ട്രീറ്റ് വ്യൂ ഓപ്ഷൻ ക്ലിക്ക് ചെയ്യുക. മാപിൽ കാണുന്ന നീല കുത്തുകൾ ഗൂഗിളിൽ ലഭ്യമായിട്ടുള്ള സ്ട്രീറ്റ് വ്യൂ ലൊക്കേഷനുകളുടെ സൂചനകളാണ്. ഒപ്പം താഴെ വലതുകോണിൽ മഞ്ഞനിറത്തിലുള്ളത് പെഗ്മാൻ എന്ന പേരിലുള്ള മനുഷ്യചിഹ്നമാണ്.

4. പെഗ്മാനെ ഡ്രാഗ് ചെയ്ത് വേണ്ട പ്രദേശത്തേക്ക് എത്തിച്ചാൽ നിശ്ചിത പ്രദേശത്തിന്റെ സ്ട്രീറ്റ് വ്യൂ കാണുവാൻ സാധിക്കുന്നതാണ്. പനോരമിക് കാഴ്ചയ്ക്കായി യൂസറിന് സൂം ചെയ്തു നോക്കുവാനും കഴിയും.



ഗൂഗിൾ എർത്ത് (Google Earth)

സാറ്റലൈറ്റ് ഇമേജുകളിലൂടെയുള്ള ലോകത്തിന്റെ തന്നെ ഹൈ റെസലൂഷ്യൻ കാഴ്ച ഗൂഗിൾ എർത്തിലൂടെ സാധ്യമാണ്. നമ്മൾ പൊതുവേ ഗ്ലോബിൽ കാണുന്ന ലോകഭൂപടത്തിന്റെ ത്രിമാന ചിത്രം ഗൂഗിൾ എർത്തിൽ ലഭ്യമാണ്. മൊബൈൽ ഫോൺ, ലാപ്ടോപ്, ഡെസ്ക്ടോപ് എന്നിവയിലെല്ലാം ഗൂഗിൾ എർത്ത് ഉപയോഗിക്കാൻ സാധിക്കും.

മാപ്പിലറി (Mappillary)

മാപ്പിംഗിനുപയോഗിക്കുന്ന മറ്റൊരു ആപ്ലിക്കേഷനാണ് മാപ്പിലറി. അപ്‌ലോഡ് ചെയ്യുന്നവരിൽ നിന്നും ഇമേജുകളെടുത്ത് സ്ട്രീറ്റ് ലെവൽ ഇമേജുകൾ നല്കാനും ത്രിമാനദൃശ്യം നല്കാനും മാപ്പിലറിയിലൂടെ സാധിക്കും. പൂർണ്ണമായും നിരവധി യൂസറുകൾ ഉൾപ്പെട്ട് പ്രവർത്തിക്കുന്ന ടൂളായതിനാൽ തന്നെ പൊതുതാല്പര്യത്തിലൂന്നിയാകും ചിത്രങ്ങൾ ലഭ്യമാകുക. പാനിംഗ്, ടില്റ്റിംഗ് എന്നീ ഓപ്ഷനുകൾ മാപ്പിലറിയിൽ ലഭ്യമല്ല.

ചില നിർദ്ദേശങ്ങൾ

1. മെച്ചപ്പെട്ട ഫലത്തിനായി വീഡിയോ മുഴുവനായി പ്ലേ ചെയ്യുക
2. ക്യാമറ ആംഗിളികളും ക്യാമറ എടുത്ത രീതിയും നല്ലവണ്ണം ശ്രദ്ധിക്കുക. ടില്റ്റിംഗ്, സൂമിങ്, പാനിംഗ്, പോസിങ് ഇവയിൽ നിന്നെല്ലാം വിഷ്വലിനെക്കുറിച്ചുള്ള സൂചകങ്ങൾ കണ്ടെത്തുക.
3. വീഡിയോയിൽ കാണുന്ന കെട്ടിടങ്ങളിൽ നിന്നും സ്തൂപങ്ങളിൽ നിന്നുമെല്ലാം സ്ഥലത്തെക്കുറിച്ച് കണ്ടെത്താം. ഉദാഹരണത്തിന് ബാംഗ്ലൂരിലെ സ്തൂപങ്ങൾ എന്നോ ചെന്നൈയിലെ പള്ളികൾ എന്നോ കീവേർഡുപയോഗിച്ച് സേർച്ച് ചെയ്യുന്നത് കൂടുതൽ സഹായമാകും.
4. ഓഡിയോ ശ്രദ്ധയോടെ കേൾക്കുക. ഭാഷ, സംസാരരീതി, സ്ഥലങ്ങൾ, മറ്റ് പ്രധാനവിവരങ്ങൾ എന്നിവയെല്ലാം ഒരുപക്ഷേ ഓഡിയോയിൽ നിന്ന് ലഭിക്കും.
5. ചില ലൊക്കേഷനുകളുടെ സ്ട്രീറ്റ് വ്യൂ ലഭ്യമാകണമെന്നില്ല. ഈയവസരത്തിൽ മറ്റൊരു ഓപ്ഷനായ ബേർഡ്സ് ഐ ഉപയോഗിക്കാവുന്നതാണ്.

NOTE: മാപ്പിലറി പോലുള്ള ക്രൗഡ് സോഴ്സ്ഡ് മാപ്പിംഗ് രീതികളിൽ നിന്നു പ്രധാന വിവരങ്ങൾ കണ്ടെത്തുവാൻ സാധിക്കും. ചിത്രം അപ്ലോഡ് ചെയ്യുന്ന സമയത്ത് ലൊക്കേഷൻ ഓണാക്കിയിട്ടുണ്ടെങ്കിൽ മാത്രമാണ്

ഇത്തരത്തിൽ വിവരങ്ങൾ ലഭ്യമാകുക. ഒരുപക്ഷേ ജിയോ-ടാഗ്ഡ് (geo-tagged) ഫോട്ടോകൾ അന്വേഷണത്തെ വഴിതെറ്റിച്ചേക്കാം. ആയതിനാൽ ചിത്രങ്ങളുടെ ലൊക്കേഷൻ കണ്ടുപിടിക്കുന്നത് സേർച്ചിലും കൂടുതൽ ആധികാരികത നല്കും.

സ്രോതസ്സുകളുടെ പരിശോധന (Source Verification)

ഒരു മാധ്യമപ്രവർത്തകനെ സംബന്ധിച്ചിടത്തോളം വാർത്തകളുടെ ഉറവിടം കണ്ടെത്തൽ പ്രധാനപ്പെട്ട ജോലിയാണ്. ആധികാരികവും വിശ്വാസയോഗ്യവും വസ്തുതാപരവുമായിരിക്കണം വാർത്തകൾ. ഡിജിറ്റൽ യുഗത്തിൽ സോഷ്യൽ മീഡിയയെയും വാർത്തയ്ക്ക് ആശ്രയിക്കാം. എന്നിരുന്നാലും അതുവഴിയാണ് ഏറ്റവും കൂടുതൽ വ്യാജവാർത്തകൾ പ്രചരിക്കുന്നത് എന്ന കാര്യവും മാധ്യമപ്രവർത്തകരുടെ മനസ്സിൽ വേണം.

വ്യാജ അക്കൗണ്ടുകളും വെബ്സൈറ്റുകളും കണ്ടെത്തൽ

സോഷ്യൽ മീഡിയയിലെ വ്യാജ വെബ്സെറ്റുകളും അക്കൗണ്ടുകളും കണ്ടെത്താനുതകുന്ന ചില ചോദ്യങ്ങൾ:

1. അക്കൗണ്ടിൻറെയോ വെബ്സൈറ്റിൻറെയോ സ്വഭാവം

* അക്കൗണ്ടോ വെബ്സൈറ്റോ കാണുമ്പോൾ യഥാർത്ഥമാണെന്ന് തോന്നുന്നുണ്ടോ? ഇവ എപ്പോഴാണ് നിലവിൽ വന്നത്?
* ഇവയിൽ എത്രമാത്രം വിവരങ്ങൾ അടങ്ങിയിട്ടുണ്ട്? എവിടെ നിന്നാണ് ഇത്തരം വിവരങ്ങൾ പോസ്റ്റ് ചെയ്യുന്നത്?
* അക്കൗണ്ടിൻറെ ഉടമയുടെ മറ്റ് ഓൺലൈൻ സാന്നിധ്യം?

2. വിവരങ്ങളുമായുള്ള ബന്ധത്തെ പിന്തുടരൽ

* അക്കൗണ്ട് അല്ലെങ്കിൽ വെബ്സൈറ്റിന് നമ്മൾ പരിശോധിക്കുന്ന വാർത്തയുമായുള്ള ബന്ധം?
* അപ്ലോഡ് ഹിസ്റ്ററിയിൽ നിന്ന് നമ്മുടെ വാർത്തയുമായുള്ള ബന്ധം എങ്ങനെ കണ്ടെത്താം?
* അപ്ലോഡ് ചെയ്ത വിവരങ്ങളുടെ ക്വാളിറ്റി?
* അപ്ലോഡ് ചെയ്ത കണ്ടന്റിൻറെയും ഡിസ്ക്രിപ്ഷൻറെയും വിവരങ്ങൾ മറ്റ് മാധ്യമങ്ങളിലുണ്ടോ?

NOTE: പകർത്തിയെഴുത്തുകളെ സൂക്ഷിക്കുക

മറ്റു സ്രോതസ്സുകളിൽ നിന്നും കിട്ടുന്ന വിവരങ്ങൾ അതേപടി പകർത്തി വയ്ക്കുന്ന അക്കൗണ്ടുകളും വെബ്സൈറ്റുകളും സോഷ്യൽ മീഡിയയിൽ ധാരാളമായി കാണാം. കൂടുതൽ പേരെ ആകർഷിക്കുവാനും, കാഴ്ചക്കാരെ ലഭിക്കുവാനുമുള്ള തന്ത്രത്തിന്റെ ഭാഗമായാണ് ഇവയൊക്കെ നിലകൊള്ളുന്നത്. പ്രസിദ്ധീകരിക്കുന്ന വിഷയങ്ങൾ പരിശോധിക്കുമ്പോൾ തന്നെ ഇത്തരം അക്കൗണ്ടുകളുടെയും വെബ്സൈറ്റുകളുടെയും പ്രകൃതം മനസിലാക്കുവാൻ സാധിക്കും. നാടകീയമായ ടെക്സ്റ്റുകളും വീഡിയോകളുമായിരിക്കും ഇവയിൽ പ്രധാനമായും കാണുക. ഷെയറുകൾ, ലൈക്കുകൾ, കമന്റുകൾ, സബ്സ്ക്രിപ്ഷൻ, മെസേജുകൾ എന്നിവയൊക്കെയാണ് കാഴ്ചക്കാരനിൽ നിന്നും ഇത്തരം വ്യാജന്മാർ പ്രതീക്ഷിക്കുന്നത്. വിവിധ സ്ഥലങ്ങളിൽ നിന്നും വിവിധ സമയങ്ങളിലായി വരുന്ന കാര്യങ്ങളാകും ഇത്തരം അക്കൗണ്ടുകളിലും സൈറ്റുകളിലുമൊക്കെ അടങ്ങിയിട്ടുണ്ടാകുക. സോഷ്യൽ മീഡിയയിലെ ഇത്തരം കാര്യങ്ങളെ പൂർണമായും അവഗണിക്കുക.

സോഷ്യൽ ഓഡിറ്റിംഗ് (Social Auditing)

'ഒരാൾ ഇന്റർനെറ്റ് ഉപയോഗിക്കുമ്പോൾ അയാളവിടെ ഡിജിറ്റലായി ഒരു അടയാളം അവശേഷിപ്പിക്കുന്നു' എന്നാണ്. നമ്മൾ പിന്തുടരേണ്ടതും ഇത്തരം മുദ്രകളെയാണ്. ഒരാൾ നിരവധി സേഷ്യൽ മീഡിയ ആപ്ലിക്കേഷനുകളും സര്വ്വീസുകളും ഉപയോഗിക്കുന്നുവെന്ന് കരുതുക. യൂസറിന് ഇത്തരം കാര്യങ്ങൾ പരിശോധിക്കുമ്പോൾ തന്നെ അയാളുടെ ആധികാരികത മനസിലാക്കാൻ സാധിക്കും. ഇതിലൂടെ അയാൾ തെറ്റായ വിവരങ്ങളുടെ പ്രചാരകനാണോ എന്ന് എളുപ്പത്തിൽ മനസിലാക്കാൻ സാധിക്കുകയും, പ്രതിരോധിക്കാൻ കഴിയുകയും ചെയ്യുന്നു.

ചില നിർദ്ദേശങ്ങൾ

1. ഒരാളുടെ പേര് പല രീതിയിൽ പല സോഷ്യൽ മീഡിയ പ്ലാറ്റ്ഫോമുകളിലും സേർച്ച് ചെയ്യുക.

2. അയാളുടെ പ്രൊഫൈൽ ഫോട്ടോ ഗൂഗിൾ റിവേഴ്സ് ഇമേജ് സേർച്ച് ഉപയോഗിച്ച് പരിശോധിക്കുക. പൊതുവേ വ്യാജ അക്കൗണ്ടുകൾ പല പേരിലും പല ചിത്രങ്ങളിലും സോഷ്യൽ മീഡിയയിൽ കാണുവാൻ സാധിക്കും.

3. അക്കൗണ്ടിലെ ചിത്രങ്ങളിലെ ലോഗോ, ഹെഡ്ഡർ, ഗ്രാഫിക്സ് തുടങ്ങിയ ദൃശ്യത്തിലെ സൂചനകൾ മനസിലാക്കി വ്യാജമാണോ എന്ന് സ്ഥിരീകരിക്കുക

4. അക്കൗണ്ട് ഉടമയുടെ സ്കൂളിൻറെ പേര്, സ്ഥലം, ജോലിസ്ഥലം തുടങ്ങിയവയിൽനിന്ന്അക്കൗണ്ട്വ്യാജമാണോഎന്ന്തിരിച്ചറിയാം.

5. ലഭ്യമായ വിവരങ്ങളുപയോഗിച്ച് സുഹൃത്തുക്കളിൽ നിന്നോ ബന്ധുക്കളിൽ നിന്നോ അക്കൗണ്ട് വ്യജമാണോ എന്ന് കണ്ടെത്താം.

വിവരസ്ഥിരീകരണത്തിനുള്ള മാർഗ്ഗങ്ങൾ

1. വിവരങ്ങളുടെ ഉത്ഭവവും നിക്ഷ്പക്ഷതയും പരിശോധിക്കുക
2. വാർത്തയ്ക്ക് പിന്നിലുള്ള നിക്ഷിപ്ത താല്പര്യങ്ങൾ കണ്ടെത്താൻ ശ്രമിക്കുക
3. വാർത്തകൾ പക്ഷപാതപരമാണോ എന്ന് കണ്ടെത്തുക
4. മാതൃകാപഠനങ്ങൾ പ്രതിനിധീകരിക്കുന്നതിനെപ്പറ്റി കണ്ടെത്തുക
5. എല്ലാ നിമിഷത്തിലും ചോദ്യങ്ങളും സംശയങ്ങളും ഉണ്ടാകണം.

വാർത്ത വായിക്കുമ്പോൾ ശ്രദ്ധിക്കേണ്ടത്

1. വാർത്ത മുഴുവനായും വായിക്കുക.
2. വാർത്തയുടെ ലീഡ് ശ്രദ്ധാപൂർവം വായിക്കുക.
3 വാർത്തയുടെ ആധികാരികതയ്ക്ക് ഉപയോഗിച്ച ഉദ്ധരണികൾ, സ്രോതസ്സുകൾ ഇവ ശ്രദ്ധിക്കുക.
4. ഓൺലൈനിലെ വിവരങ്ങൾ വായിക്കുമ്പോൾ താഴെ വരുന്ന കമന്റുകളിലൂടെ കണ്ണോടിക്കുക. വാർത്തയിലെ തെറ്റുകളും, അധികവിവരങ്ങളും നല്കാൻ ഇവ പര്യാപ്തമാണ്.
5. ന്യൂസിൻറെ അവതരണവും എഴുത്തിന്റെ രീതിയും ശ്രദ്ധിക്കുക.
6. ന്യൂസിൻറെ URL ലിങ്ക് സേർച്ച് ചെയ്ത് ആധികാരികത ഉറപ്പുവരുത്തുക
7. വാർത്തയിലെ ആക്ഷേപഹാസ്യവും യാഥാർത്ഥ്യവും വേർതിരിച്ച് കാണുക.

8. മീഡിയയുമായി ബന്ധപ്പെട്ട വെബ്സൈറ്റുകളിൽ ആവശ്യമെങ്കിൽ സേർച്ച് ചെയ്യുക

9. ലേഖകനെക്കുറിച്ച് അന്വേഷിക്കുക.

10. വാർത്തയിൽ മറ്റ് ലിങ്കുകൾ ചേർത്തിട്ടുണ്ടെങ്കിൽ അവ സേർച്ച് ചെയ്ത് ആധികാരികത ഉറപ്പുവരുത്തുക.

11. വാർത്ത പോസ്റ്റ് ചെയ്ത തീയതി നോക്കി, അത് മുമ്പ് പോസ്റ്റ് ചെയ്ത വാർത്തയല്ലെന്ന് ഉറപ്പുവരുത്തുക.

12. വാർത്തയെക്കുറിച്ച് വിധിയെഴുതുന്നതിന് മുന്പ് മാധ്യമങ്ങളുടെ താല്പര്യങ്ങളും പക്ഷവും മനസ്സിലാക്കണം.

13. സംശയങ്ങൾ തീർക്കാൻ മാധ്യമരംഗത്തെ വിദഗ്ദ്ധരുടെ സഹായം തേടാവുന്നതാണ്.

മിസിൻഫർമേഷനും ഡിസിൻഫർമേഷനും: ചില നിരീക്ഷണങ്ങൾ

ദക്ഷിണേന്ത്യൻ സംസ്ഥാനങ്ങളിൽ നടന്ന ശില്പശാലയിൽ മാധ്യമലോകത്ത് പ്രവർത്തിക്കുന്നവർ വ്യാജവാർത്തയെക്കുറിച്ച് ചർച്ച ചെയ്യുകയുണ്ടായി. ചില നിരീക്ഷണങ്ങൾ ചുവടെ ചേർക്കുന്നു.

മിസിൻഫർമേഷൻ/ഡിസിൻഫർമേഷൻ

1. മിസിൻഫർമേഷനും ഡിസിൻഫർമേഷനും മാധ്യമരംഗത്ത് പുതിയ പ്രതിഭാസം അല്ല. വർഷങ്ങളായി മാധ്യമപ്രവർത്തകർ ഇതിനെ പ്രതിരോധിക്കുകയാണ്. പക്ഷേ അടുത്തകാലത്തായി ഇത്തരം വാർത്തകളുടെ തോത് ക്രമാതീതമായി വർദ്ധിച്ചു വരുന്നു.
2. തെറ്റായ വിവരങ്ങളുടെ വാഹകരായി സോഷ്യൽ മീഡിയ പ്രവർത്തിക്കുന്നു. വെരിഫൈ ചെയ്യാതെയും പരിശോധിക്കാതെയും വിവരങ്ങൾ ഡിജിറ്റൽ മീഡിയയിലൂടെ കൈമാറ്റം ചെയ്യപ്പെടുമ്പോൾ മിസിൻഫർമേഷനും ഡിസിൻഫർമേഷനും സംഭവിക്കുന്നു.
3. സാമ്പത്തികം, വ്യാവസായികം, രാഷ്ട്രീയം, സമൂഹ താത്പര്യങ്ങൾ, എന്നിങ്ങനെ നിരവധി ഗൂഢലക്ഷ്യങ്ങൾ ഡിസിൻഫർമേഷന് പിന്നിലുണ്ടാവാം.
4. ഡിജിറ്റൽ മീഡിയ വഴി പ്രചരിക്കുന്ന ഇത്തരം തെറ്റായ വിവരങ്ങൾ മുഖ്യധാരാ മാധ്യമങ്ങൾ ഏറ്റെടുത്ത് പ്രചരിപ്പിക്കുന്ന രീതി കൂടിവരികയാണ്.
5. പ്രതിസന്ധിഘട്ടങ്ങളിൽ ക്രമസമാധാനവും ഭരണചക്രവും പോലും തകർക്കാൻ കഴിവുണ്ട് ഇത്തരം വാർത്തകൾക്ക്.

മിസിൻഫർമേഷൻ/ഡിസിൻഫർമേഷൻ: കാരണങ്ങൾ

1. യുദ്ധവും പ്രകൃതിദുരന്തവും ഉണ്ടാകുന്ന സമയങ്ങളിൽ വാർത്തകളെ വളച്ചൊടിക്കാനുള്ള സാധ്യത വളരെയധികമാണ്. റിപ്പോർട്ട് ചെയ്യുന്നത് പ്രാദേശിക വാർത്തയാണെങ്കിൽ കൂടിയും അതിനെ പോലും തെറ്റായി പ്രചരിപ്പിക്കാൻ വളരെയെളുപ്പമാണ്.
2. പുതിയതായി വാർത്തകൾ കിട്ടാതിരിക്കുന്ന അവസരങ്ങളിൽ ഇത്തരം വാർത്തകളിലേക്ക് മാധ്യമപ്രവർത്തകരുടെ ശ്രദ്ധ തിരിയാനുള്ള സാധ്യത വളരെ കൂടുതലാണ്.

3. മാധ്യമപ്രവർത്തകർ വ്യത്യസ്തമായ വാർത്തകളുടെ പിന്നാലെ പോകാൻ തെറ്റായ വഴിയിലൂടെ ശ്രമിക്കുമ്പോഴും, വ്യാജവാർത്തകൾ പ്രചരിക്കാനുള്ള സാധ്യത കൂടുതലാണ്. ഒപ്പം പെട്ടെന്ന് പ്രശസ്തി ആഗ്രഹിക്കുന്ന ലേഖകരും ഇത്തരം വാർത്തകളുടെ കെണിയിൽ എളുപ്പത്തിൽ ചെന്നു വീഴുന്നു.

4. മാധ്യമസ്ഥാപനങ്ങളുടെ മത്സരബുദ്ധിയും മറ്റൊരു കാരണമാണ്.

5. ശരിയായ എന്നാൽ അതിഭാവുകത്വം കലർത്തിയ വാർത്തപകളും മിസ്-ഡിസ് ഇൻഫർമേഷനുകളിലേക്ക് നയിക്കുന്നു.

6. കണക്കുകളിലും സംഖ്യകളിലുമുണ്ടാകുന്ന തെറ്റായ റിപ്പോർട്ടിങ്ങും വ്യാജവാർത്തയുടെ ഭാഗമാണ്. 'ഇൻഫർമേഷൻ ലോക്കപ്പ്' ഇതിന് പ്രധാന കാരണമായി ചൂണ്ടിക്കാട്ടാം. ഉദാഹരണത്തിന് ഗവണ്മെന്റിൻറെ രഹസ്യസ്വഭാവമുള്ള വിവരങ്ങൾ മാധ്യമങ്ങൾക്ക് നൽകാറില്ല. ഇത്തരം സന്ദർഭങ്ങളിൽ മാധ്യമപ്രവർത്തകൻ തൻറെ അന്വേഷണങ്ങളിൽ നിന്നും കണക്കുകൂട്ടലുകളിൽ നിന്നും കണ്ടെത്തിയ കാര്യങ്ങൾ മതിയായ തെളിവുകളുടെ അഭാവത്തിലും വാർത്തയാക്കുന്നു. ഇത്തരം പ്രവണതകളും വ്യാജവാർത്തയുടെ ഭാഗമാണ്.

7. സെൻസിറ്റീവായ വാർത്തകളെ സമീപിക്കുമ്പോൾ റിപ്പോർട്ടിന്റെ രീതിയിലും ഭാഷയിലും തലക്കെട്ടിലും ശ്രദ്ധിച്ചില്ലെങ്കിൽ വാർത്തകൾ സെൻസേഷണലാവുകയും തെറ്റായി റിപ്പോർട്ട് ചെയ്യപ്പെടുകയും ചെയ്യുന്നു.

8. ഓഫ്-റെക്കോർഡ് പ്രസ്താവനകളും അഭ്യൂഹങ്ങളും മാധ്യമപ്രവർത്തന മൂല്യങ്ങൾക്കെതിരാണ്. ഇതും വാർത്തകളെ മിസ്-ഡിസ് ഇൻഫർമേഷനുകളിലേക്ക് നയിക്കുന്നു.

9. പോലീസ് രേഖകൾ അടിസ്ഥാനമാക്കി മാത്രമായിരിക്കണം കുറ്റകൃത്യങ്ങളുടെ വാർത്തകൾ തയ്യാറാക്കേണ്ടത്. മറ്റു വഴികൾ തെരഞ്ഞെടുക്കുന്നത് തെറ്റായ വിവരങ്ങളിലേക്ക് നയിച്ചേക്കാം.

10. മുൻവിധികൾ വാർത്തയുടെ വളച്ചൊടിക്കലിലേക്കും തെറ്റായ റിപ്പോർട്ടിങ്ങിലേക്കും നയിക്കുന്നു.

11. മറ്റ് മാധ്യമങ്ങളെ അപേക്ഷിച്ച് സോഷ്യൽ മീഡിയയ്ക്ക് പെരുമാറ്റചട്ടങ്ങൾ വളരെയധികം കുറവായതിനാൽ തന്നെ

വാർത്തകൾ തെറ്റായി പ്രചരിക്കുവാനുള്ള സാധ്യത വളരെ കൂടുതലാണ്.

ന്യൂസ്റൂമുകളും മാധ്യമ സ്ഥാപനങ്ങളും

1. മാധ്യമങ്ങളുടെ കിടമത്സരം കാരണം നിരവധി വാർത്തകൾ കണ്ടെത്താൻ മാധ്യമപ്രവർത്തകർ നിർബന്ധിതരാകുന്നു. അതിനാൽ അവർ എല്ലാ തരത്തിലുമുള്ള വാർത്ത സ്രോതസ്സുകളെയും ആശ്രയിക്കുന്നു.
2. എല്ലാ മാധ്യമ സ്ഥാപനങ്ങളും പ്രചാരവർദ്ധനവിന് വളരെയധികം പ്രാധാന്യം നല്കുന്നു. കൂടുതൽ വില്പനയ്ക്കായി മനപ്പൂർവം ചില വാർത്തകൾ മാധ്യമങ്ങൾ വിവാദവുമാക്കുന്നു.
3. മാധ്യമസ്ഥാപനങ്ങളുടെ ഉടമസ്ഥതയും വ്യാപാരമാതൃകയും അറിഞ്ഞിരിക്കുക. മാധ്യമ നിക്ഷ്പക്ഷതയെയും എഡിറ്റോറിയൽ തീരുമാനങ്ങളെയും ഇവ ബാധിച്ചേക്കാം.
4. ഇന്ത്യയിലെ മിക്ക മുഖ്യധാര മാധ്യമങ്ങളും വസ്തുതാപരിശോധനക്കും ആധികാരികത ഉറപ്പുവരുത്തുന്നതിനും വേണ്ടത്ര പ്രയത്നം നടത്തുന്നില്ല.
5. വേഗത്തിൽ വാർത്തകൾ കണ്ടെത്തി ജനങ്ങളിലെത്തിക്കുകയെന്നത് മാധ്യമപ്രവർത്തകരെ സമ്മർദ്ദത്തിലാക്കുന്നു. അതിനാൽ വളരെ ചെറിയ സമയം മാത്രമാണ് എല്ലാ മാധ്യമങ്ങളും വാർത്തകളുടെ വസ്തുതാപരിശോധനക്ക് നല്കുന്നത്.
6. മാധ്യമസ്ഥാപനങ്ങളും മാധ്യമപ്രവർത്തകരും ജനങ്ങളും വാർത്തകൾക്കായി ഒരു മാധ്യമപ്രസിദ്ധീകരണത്തെ മാത്രം ആശ്രയിക്കാതെ, പല സ്രോതസ്സുകൾ ഉപയോഗിക്കുവാൻ ശ്രദ്ധിക്കുക. വാർത്തയിൽ തെറ്റുണ്ടെങ്കിൽ അത് കണ്ടെത്താൻ ഇത് സഹായകമാകും.
7. ഇലക്ട്രോണിക് മീഡിയകളെയും ഡിജിറ്റൽ മീഡിയകളെയും താരതമ്യം ചെയ്യുമ്പോൾ മാധ്യമങ്ങൾക്ക് വസ്തുതാപരിശേധനയക്ക് കൂടുതൽ സമയം ലഭിക്കുന്നു.
8. ഭൂരിപക്ഷത്തിന്റെ താത്പര്യങ്ങൾക്ക് കൂട്ട് നിൽക്കാനും തെറ്റായ വിവരങ്ങൾ നൽകാനും മാധ്യമങ്ങൾ തയ്യാറായേക്കാം.

9. ഉത്തരവാദിത്തമുള്ള മാധ്യമപ്രവർത്തനത്തിൽ അഭിപ്രായം കലരുമ്പോൾ അത് മാധ്യമത്തിൻറെ വിശ്വസ്തതയെ ഹനിക്കുന്നു.

10. നിരവധി സ്രോതസുകളിൽ നിന്ന് വസ്തുതാപരിശോധന കൂടാതെ ശേഖരിക്കുന്ന വാർത്തകൾ പടച്ചുവിടുന്നത് ശരിയായ മാധ്യമപ്രവർത്തനമല്ല.

11. ഡിസിൻഫർമേഷനെക്കുറിച്ചുള്ള അറിവ് എല്ലാവരിലും എത്തിക്കുകയാണ് ആദ്യം വേണ്ടത്. എന്നാൽ മാത്രമേ അത്തരം വാർത്തകളെ തടയാൻ നമുക്ക് സാധിക്കുകയുള്ളൂ.

12. വിവരങ്ങളോടുള്ള മാധ്യമപ്രവർത്തകരുടെ സമീപനത്തിൽ വരുത്തുന്ന ശരിയായ മാറ്റം വ്യാജവാർത്ത ഉന്മൂലനം ചെയ്യാൻ സഹായിക്കും.

13. പ്രശസ്തരുടെയോ, അധികാരികളുടേയോ ഒരു പ്രസ്താവന ലഭിച്ചാൽ അതിൻറെ വസ്തുത പരിശോധിക്കാതെ കഥാവിവരണം നൽകുന്ന പ്രവണത ന്യൂസ്റൂമുകളിൽ ഇപ്പോൾ കൂടുതലായി കാണുന്നു.

14. ന്യൂസ് റൂമിലെ എഡിറ്റർക്ക് വ്യക്തമായ ചില ഉത്തരവാദിത്തമുണ്ട്. നീതിപൂർവമായ മാധ്യമപ്രവർത്തനത്തിലുറച്ചുനിന്ന് വാർത്തകളെ പിന്തുടരാനും ഉറപ്പുവരുത്താനും എഡിറ്റർക്ക് കഴിയണം.

15. മാധ്യമത്തിലെ ഏറ്റവും പ്രധാനപ്പെട്ട ജോലിയാണ് എഡിറ്ററുടേത്. നിലവിലെ അവസ്ഥയിൽ തികഞ്ഞ ഉത്തരവാദിത്വബോധവും ആ ജോലിയ്ക്ക് വളരെയധികം ആവശ്യമാണ്.

16. റിപ്പോർട്ടർക്ക് നല്ലൊരു എഡിറ്ററുടെ പിന്തുണയും നിർദ്ദേശങ്ങളും തിരുത്തലുകളും ആവശ്യമാണ്.

മാധ്യമവും വായനക്കാരനും തമ്മിലുള്ള ബന്ധം

1. മാധ്യമത്തിനും പൊതുജനത്തിനുമിടയിലെ ആധികാരികത പ്രശ്നം മിക്ക വാർത്തകളിലും തെളിഞ്ഞുകാണാം.

2. ജനങ്ങളും മാധ്യമപ്രവർത്തകരും തമ്മിലുള്ള ബന്ധം രണ്ടുതരത്തിലാണ്. സത്യത്തിന്റെ ഏറ്റവും മികച്ച വശം ജനങ്ങളെ ഉദ്ബോധിപ്പിക്കാൻ മാധ്യമപ്രവർത്തകർ ബാധ്യസ്ഥരാണ്.

വായനക്കാരുടെ വശത്തുനിന്ന് നോക്കുമ്പോൾ അവർക്ക് അറിയുന്ന വാർത്തകൾ അവർ തന്നെ പരിശോധിക്കുകയും നിജസ്ഥിതി ഉറപ്പുവരുത്തുകയും ചെയ്യേണ്ടതാണ്.

3. മാധ്യമപ്രവർത്തകർക്ക് മാത്രമല്ല, അറിയുന്ന വാർത്തകളെക്കുറിച്ച് പരിശോധിക്കാനുള്ള കടമ ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് കൂടിയുണ്ട്.

4. സാക്ഷരതയുമായി വ്യാജവാർത്തകൾക്ക് ബന്ധമില്ല. വിദ്യാഭ്യാസമുള്ളവരും ഇന്ന് വ്യാജവാർത്തകൾ പ്രചരിപ്പിക്കുന്നു.

5. ജനങ്ങൾക്ക് കൃത്യമായ വാർത്തകൾ ലഭിക്കാൻ വ്യത്യസ്ത ശബ്ദങ്ങളും കാഴ്ചപ്പാടുകളും ഉൾക്കൊള്ളാൻ തയ്യാറാകുന്ന സ്വതന്ത്രമായ മാധ്യമപ്രവർത്തനം അത്യാവശ്യമാണ്.

6. ആക്ഷേപഹാസ്യം ജനാധിപത്യത്തിൽ അവശ്യമായ ഒരേടാണ്. എന്നിരുന്നാലും അതിനെ ഫലപ്രദമായി ഉപയോഗിക്കാൻ കഴിയണം. ഒപ്പം മാധ്യമപ്രവർത്തകർക്കും ജനങ്ങൾക്കും യഥാർത്ഥ വസ്തുതയെയും ആക്ഷേപഹാസ്യത്തെയും വേർതിരിച്ചറിയാനും കഴിയണം.

വസ്തുതാപരിശോധനാ സംഘടനകളുടെയും സാങ്കേതികവിദ്യ കമ്പനികളുടെയും പ്രാധാന്യം

1. സാങ്കേതികവിദ്യ കമ്പനികൾ വസ്തുതാപരിശോധനാ വെബ്സൈറ്റുകളെ പ്രോത്സാഹിപ്പിക്കുന്നു. ഇത്തരം സംഘടനകൾ വാർത്തകളുടെ സത്യസന്ധത തുറന്നുകാട്ടുന്നു.

2. വസ്തുതാപരിശോധനാ സ്ഥാപനങ്ങൾ യഥാസമയം വാർത്തകളിലെ വസ്തുതാവിരുദ്ധത തുറന്നുകാട്ടുന്നതിനാൽ, മുഖ്യധാരാ മാധ്യമങ്ങൾ ശരിയായ വാർത്തകൾ നൽകാൻ ബാധ്യസ്ഥരാകുന്നു.

3. വസ്തുതാപരിശോധനയ്ക്കും കാപട്യത്തെ തുറന്നുകാട്ടുന്നതിനും കഴിവും കൃത്യമായ സാങ്കേതികവിവരങ്ങളും മാധ്യമ പ്രവർത്തനത്തിലെ അറിവുകളും ആവശ്യമാണ്.

4. വസ്തുതാപരിശോധനാ ടീമുകൾ വാർത്താമാധ്യമങ്ങളുടെ അവിഭാജ്യഘടകമാണ് .

5. വിവരങ്ങൾ ശേഖരിക്കുന്നതിലും ജനങ്ങൾക്ക് കൈമാറുന്നതിലും സാങ്കേതികവിദ്യ കമ്പനികൾക്കുള്ള പങ്ക് വലുതാണ്. അവരുടെ സ്വാധീനം ഉപയോഗിച്ച് ജനാധിപത്യത്തെ മുറിപ്പെടുത്താനും അവർക്ക് കഴിയും.

6. വ്യാജവാർത്തകൾ കണ്ടെത്താനുള്ള ശേഷിയും മാർഗ്ഗങ്ങളും സാങ്കേതികവിദ്യ കമ്പനികൾക്ക് സ്വന്തമായുണ്ട്.

7. കൂടുതൽ സുതാര്യമായ നയങ്ങൾ സാങ്കേതികവിദ്യ കമ്പനികൾ നയത്തിൽ വരുത്തേണ്ടതുണ്ട്.

പിന്തുടരാവുന്ന മാതൃകകൾ

മിസ്, ഡിസ് ഇൻഫർമേഷൻ ഒഴിവാക്കാനായി മാധ്യമപ്രവർത്തകരും മാധ്യമസ്ഥാപനങ്ങളും ധാരാളം നടപടികൾ കൈക്കൊള്ളേണ്ടതുണ്ട്. മുതിർന്ന മാധ്യമപ്രവർത്തകരും മാധ്യമരംഗത്തെ പ്രശസ്തരും വസ്തുതാപരിശോധകരും 2019 ജൂലൈ മുതൽ സെപ്തംബർ വരെ ദക്ഷിണേന്ത്യയിൽ പലയിടങ്ങളിൽ വെച്ച് സംഘടിപ്പിച്ച വിവിധ ശില്പശാലകളിൽ അഭിപ്രായപ്പെട്ട ചില നിർദ്ദേശങ്ങൾ ചുവടെ ചേർക്കുന്നു.

മാധ്യമപ്രവർത്തകർ

സ്രോതസ്സുകൾ

1. ഒരു വാർത്ത ലഭ്യമായ എല്ലാ സ്രോതസ്സുകളും ഉപയോഗിച്ച് സ്ഥിരീകരിക്കുക. പ്രത്യേകിച്ച് വാർത്തയുടെ ഉത്ഭവസ്ഥാനത്തിന് രാഷ്ട്രീയബന്ധമോ താല്പര്യമോ ഉണ്ടോ എന്ന് കണ്ടെത്തുക. വാർത്തക്കുള്ള വിവരങ്ങൾ നല്കുന്ന പൊതുജനത്തിന് പോലും അത്തരം സങ്കുചിത താല്പര്യങ്ങളുണ്ടാകാം.

2. വിവരസ്ഥിരീകണത്തിനുള്ള നിരവധി മാർഗ്ഗങ്ങളെ നാം ഇതിനകം പരിചയപ്പെട്ടു. ഇവ ഉപയോഗിച്ചതിന് ശേഷവും ഒരു വാർത്തയുടെ വ്യക്തമായ ചിത്രം ലഭ്യമാകുന്നില്ലെങ്കിൽ അത്തരം വാർത്തകൾ പ്രസിദ്ധീകരിക്കാതെയിരിക്കുക.

3. വിക്കിപീഡിയ പോലുള്ള വെബ്സൈറ്റുകളിൽ നിന്ന് വിവരങ്ങളെടുക്കുമ്പോൾ ആവർത്തിച്ചുള്ള പരിശോധന വേണം. വെബ്സൈറ്റുകൾ പരിശോധിക്കുമ്പോൾ സൈറ്റിൽ ചേർത്തിട്ടുള്ള ഉദ്ദേശ്യം (objective), കോണ്ടാക്റ്റ് നമ്പർ, വിലാസം എന്നിവയൊക്കെ ശ്രദ്ധിക്കുക.

4. സോഷ്യൽ മീഡിയയിലുള്ള വിവരങ്ങൾ സ്ഥിരമായി പരിശോധിക്കുക. തെറ്റായ വാർത്ത ചൂണ്ടിക്കാണിക്കുക, അതൊരു പ്രമുഖ വ്യക്തി പറഞ്ഞതാണെങ്കിൽക്കൂടി. വസ്തുതകൾ ശരിയെന്ന് തോന്നുന്നവ മാത്രം റിപ്പോർട്ട് ചെയ്യുക.

5. സോഷ്യൽ മീഡിയയിലെ കമന്റുകൾ സ്ഥിരമായി ശ്രദ്ധിക്കുക. വിവരങ്ങളെപ്പറ്റിയുള്ള അധിക സൂചനകൾ കമന്റുകളിലൂടെ മിക്കവാറും ലഭ്യമാകും.

6. സഹായകമായ സ്രോതസുകളിലൂടെ ലഭിക്കുന്ന വിവരങ്ങൾ ശരിയാണോ അല്ലയോ എന്ന് ഉറപ്പുവരുത്തുക.

7. വാർത്ത എത്ര വിശ്വസനീയമായി തോന്നിയാലും വസ്തുതാപരിശോധന ചെയ്തതിനുശേഷം മാത്രം നിഗമനത്തിലെത്തിച്ചേരുക.

8. മുൻപ് തെറ്റായവിവരങ്ങൾ നൽകിയിട്ടുള്ള സ്രോതസ്സിൽ നിന്നും വരുന്ന വിവരങ്ങൾ ഉറപ്പായും സ്ഥിരീകരിക്കുക.

9. കഴിയുമെങ്കിൽ വാർത്തക്കാസ്പദമായ സ്ഥലത്ത് നേരിട്ടെത്തി റിപ്പോർട്ട് തയ്യാറാക്കുക.

10. സോഷ്യൽ മീഡിയയിലൂടെ കോളിളക്കമുണ്ടാക്കുന്ന വാർത്തകളെ ശ്രദ്ധിക്കുക. സെൻസിറ്റീവായ പ്രശ്നങ്ങൾ ഉണ്ടാകുന്നത് പ്രധാനമായും ഇത്തരം മാധ്യമങ്ങളിലൂടെയാണ്.

11. രാഷ്ട്രീയനേതാക്കളുടെ വാക്കുകൾക്കും സമീപനങ്ങള്ക്കും അമിതപ്രാധാന്യം നല്കാതിരിക്കുക. അവരുടെ വാക്കുകൾ തെറ്റായ വാർത്തകൾക്ക് കാരണമാകാം.

12. ഓൺലൈനിൽ വീഡിയോകളും ചിത്രങ്ങളും കണ്ടയുടൻ നിഗമനത്തിലെത്താതിരിക്കുക.

13. ഒരു വാർത്തയെ എല്ലാ വാർത്തസാധ്യതയിലും നോക്കിക്കാണുക.

റിപ്പോർട്ടിങ്/എഴുത്ത്/എഡിറ്റിംഗ്

1. അനാവശ്യമായ ഉദ്വേഗം വായനക്കാരന് നല്കാതിരിക്കുക. റിപ്പോർട്ടിലൂടെ ഏറ്റവും സത്യസന്ധമായ ഭാഷ്യം നൽകാൻ ശ്രമിക്കുക.

2. വാർത്തയുടെ ഒരുവശം മാത്രം ചിന്തിക്കുന്നവരെ കരുതിയിരിക്കുക.

3. വാർത്ത പൊതുസമക്ഷത്തിലവതരിപ്പിക്കുമ്പോൾ അതിനാൽ ബാധിക്കപ്പെടുന്നവരുടെ കാര്യം കൂടി പരിഗണിക്കുക

4. വാർത്തകൾക്ക് കഥയുടെ ഭാവം നല്കാതിരിക്കുക. വസ്തുതകൾ റിപ്പോർട്ട് ചെയ്യുക.

5. ഒരു വാർത്തയുടെ എല്ലാ ഉറവിടങ്ങളും ഒരുപോലെ പ്രാധാന്യം നൽകി പരിഗണിക്കുക.

6. പ്രകൃതിദുരന്തങ്ങളും അപകടങ്ങളും അനുകമ്പയോടും സൂക്ഷ്മതയോടും നിക്ഷ്പക്ഷമായും അവതരിപ്പിക്കുക. ഇതിനായി ഒരു പ്രത്യേക ടീമിനെ പരിശീലനത്തിലൂടെ വളർത്തിയെടുക്കുക.

7. വസ്തുനിഷ്ഠമായ തലക്കെട്ടുകൾ നല്കാൻ ശ്രദ്ധിക്കുക. പ്രകോപനപരമായതോ പക്ഷഭേദമുള്ളതോ അപകീർത്തികരമായതോ ആയ തലക്കെട്ടുകൾ ഒഴിവാക്കുക.

8. വായനാ വർദ്ധനവിനും പ്രചാരത്തിനും വാർത്തയെ കെട്ടിച്ചമച്ച് അവതരിപ്പിക്കാതിരിക്കുക. ശരിയായ ഉറവിടത്തിൽ നിന്നു വരുന്ന, നന്നായി റിപ്പോർട്ട് ചെയ്യപ്പെട്ട ഒരു വാർത്ത നന്നായിത്തന്നെ ജനങ്ങളിലേക്കെത്തും എന്നു വിശ്വസിക്കുക.

9. മാധ്യമപ്രവർത്തനത്തിന്റെ അടിസ്ഥാനവിവരങ്ങൾ എപ്പോഴും ഉപയോഗത്തിൽ കൊണ്ടുവരുക.

10. വസ്തുതാപരമായുള്ള റിപ്പോർട്ടിങ്ങിനു പ്രാധാന്യം നല്കുക.

11. വിവരങ്ങൾ കൃത്രിമമായി ബാലൻസ് (false balancing) ചെയ്യാൻ ശ്രമിക്കരുത്. രണ്ട് വിപരീതവശങ്ങളുടെ പ്രസ്താവനകൾ ഉൾക്കൊള്ളിച്ചതുകൊണ്ട് മാത്രം ഒരു റിപ്പോർട്ട് ബാലൻസ്ഡ് ആവണമെന്നില്ല.

12. തെറ്റായതോ കെട്ടിച്ചമച്ചതോ ആയ വാർത്തകളെ സാമാന്യബുദ്ധി ഉപയോഗിച്ച് കണ്ടെത്തുക.

13. സെൻസിറ്റീവായ കാര്യങ്ങൾ റിപ്പോർട്ട് ചെയ്യുമ്പോൾ കൂടുതൽ സൂക്ഷിക്കുക.

14. പെട്ടെന്ന് ശ്രദ്ധ പിടിച്ചുപറ്റുന്ന തലക്കെട്ടുകൾക്കപ്പുറത്തേക്ക് വാർത്ത മുഴുവനായി വായിച്ച് വസ്തുതകൾ കണ്ടെത്തുക.

15. വാർത്ത നല്കുന്ന വ്യക്തിയുടെ ഉദ്ദേശം പരിശോധിച്ച് ഉറപ്പുവരുത്തുക.

16. എപ്പോഴും വാർത്തയുടെ തീയതി ശ്രദ്ധിക്കുക. ചിലസമയങ്ങളിൽ കാലികപ്രസക്തമല്ലാത്ത വാർത്തകൾ വീണ്ടും പ്രസിദ്ധീകരിക്കാറുണ്ട്.

17. നിങ്ങളുടെ പക്ഷം എപ്പോഴും ഓർക്കുക. അത് റിപ്പോർട്ടിങ്ങിനെ തെറ്റായി ബാധിക്കാതിരിക്കാൻ ശ്രദ്ധിക്കുക.

18. സംശയമുള്ള സന്ദർഭങ്ങളിൽ വസ്തുതാപരിശോധനാ വെബ്സൈറ്റുകളുടെയോ വിദഗ്ധരുടെയോ സഹായം തേടുക.

19. വിമർശനബുദ്ധിയുള്ള അറിവ് പകരുന്ന വാർത്തകൾ നല്കാൻ ശ്രദ്ധിക്കുക.

20. വാർത്തയും അഭിപ്രായവും വായനക്കാർക്ക് കൊടുക്കാം. എന്നാൽ അത് സുതാര്യമായും രണ്ടും വേർതിരിച്ചറിയാവുന്ന വ്യക്തതയോടെയും ആകണം. യാഥാർത്ഥ്യങ്ങളിൽ നിന്ന് വ്യതിചലിക്കാതിരിക്കാനും പൊതുസമൂഹവും മാധ്യമങ്ങളും തമ്മിലുള്ള അകൽച്ച കുറക്കാനും ഇത് സഹായിക്കും.

21 ആദ്യം വാർത്ത നല്കുക എന്നതിലുപരി "ആദ്യം കൃത്യമായ വാർത്ത" നല്കാൻ ശ്രദ്ധിക്കുക.

22. ഒരു മാധ്യമ സ്ഥാപനം റിപ്പോർട്ട് ചെയ്തതുകൊണ്ടു മാത്രം അതേ വാർത്ത മറ്റൊരു മാധ്യമം റിപ്പോർട്ട് ചെയ്യണം എന്ന് ശാഠ്യം പിടിക്കാതിരിക്കുക.

23. മറ്റ് മാധ്യമസ്ഥാപനങ്ങൾ നൽകുന്ന വാർത്തകൾക്ക് ഫോളോ-അപ്പ് നടത്തുക. പ്രമാദമായ വാർത്തകളിൽ പറയാതെ ബാക്കി വെച്ച കാര്യങ്ങൾ കണ്ടെത്തുക.

24. സത്യസന്ധമായ വാർത്തകൾക്കും അത് ഫയൽ ചെയ്യുന്ന റിപ്പോർട്ടർമാർക്കുമൊപ്പം ഉറച്ചുനിൽക്കുക.

വസ്തുതാപരിശോധന

1. വൈറൽ വാർത്തകൾക്ക് പ്രത്യേക ശ്രദ്ധ നല്കി പ്രസിദ്ധീകരിക്കുന്നതിന് മുൻപ് സൂക്ഷ്മമായ വസ്തുതാപരിശോധന നടത്തുക.

2. ഡിസിൻഫർമേഷനെ ഒരു വ്യക്തി എന്ന നിലയിൽ കൂടി ചെറുക്കുക.

3. തെറ്റായ വിവരങ്ങൾ റിപ്പോർട്ടിൽ നൽകാതിരിക്കുക. അങ്ങനെ വന്നാൽ തന്നെ വാർത്തയിലെ തെറ്റുകൾ മനസിലാക്കിയും സമ്മതിച്ചും ദ്രുതഗതിയിൽ തിരുത്തുക.

4. മാധ്യമപ്രവർത്തകർക്ക് മിസ്-ഡിസ് ഇൻഫർമേഷനെക്കുറിച്ചും അവയെ എങ്ങനെ പ്രതിരോധിക്കണമെന്നതിനെക്കുറിച്ചും മതിയായ അറിവു നല്കുക.

5. ന്യൂസ്റൂമുകളിൽ വസ്തുതാപരിശോധന നിർബന്ധമാക്കുക. നിത്യേന വാർത്തകളെ പരിശോധിക്കുക. ഏറെ വായനക്കാരുള്ള പ്രാദേശികമാധ്യമങ്ങളിലും, ഓൺലൈൻ പോർട്ടലുകളിലും കണിശമായ വസ്തുതാപരിശോധന നടത്തുക.

6. അന്വേഷണാത്മക മാധ്യമ പ്രവർത്തനത്തെ പ്രോത്സാഹിപ്പിക്കുക. ഇതിനായി റിപ്പോർട്ടിങ്ങ് യൂണിറ്റുകളെയും വിദഗ്ദ്ധസംഘത്തെയും നിയോഗിക്കുക. സംഭവസ്ഥലത്ത് റിപ്പോർട്ടർമാരെ നിയോഗിച്ച് വാർത്തകളെ കൂടുതൽ ആധികാരികതയോടെ അറിയുക.

7. വാർത്തയുടെ പ്രാരംഭദശയിൽ തന്നെ പല തലത്തിലുള്ള വസ്തുതാപരിശോധന നടത്തുക.

8. മാധ്യമങ്ങളുമായി ബന്ധപ്പെട്ട ശില്പശാലകളും പരിശീലനങ്ങളും മാധ്യമപ്രവർത്തകർക്കായി നടത്തുക.

9. സോഷ്യൽ മീഡിയ എഡിറ്ററെ നിയോഗിക്കുക. ഓൺലൈൻ വാർത്തകളുടെ വസ്തുതാപരിശോധനയും, ഉറവിടം കണ്ടെത്തലുമൊക്കെയാകണം എഡിറ്ററുടെ കർത്തവ്യങ്ങൾ. സോഷ്യൽ മീഡിയയിലെ വാർത്തകൾ പരിശോധിച്ച് വസ്തുത ഉറപ്പുവരുത്തി മാത്രം പ്രസിദ്ധീകരണത്തിന് കൈമാറുന്നതിനായി ഒരാളെ നിയോഗിക്കുക.

10. പ്രാദേശികലേഖകർക്ക് അവരുടെ വാർത്താനുഭവങ്ങൾ കൈമാറാനും പറയാനുമുള്ള ഇടം ഒരുക്കുക.

11. യുവ മാധ്യമപ്രവർത്തകരെ കൂടുതൽ പ്രോത്സാഹിപ്പിക്കുക, അവരുടെ അഭിപ്രായങ്ങൾക്ക് ഇടം കൊടുക്കുക. മാധ്യമ നടത്തിപ്പിൽ പുതിയ ആശയങ്ങൾ കൊണ്ടുവരാനും ക്രിയാത്മകമായി പ്രവർത്തിക്കാനും ഇത് സഹായിക്കും.

മാധ്യമ മേധാവികൾ/സംഘടനാ മേധാവികൾ

1. പ്രേക്ഷകരെ തിരിച്ചറിഞ്ഞ് അവരോട് സമാനുഭാവം പുലർത്തുന്ന ഒരു ബിസിനസ് മോഡൽ ഉണ്ടാക്കിയെടുക്കുക.

2. സ്വയം സുസ്ഥിരമായ വരുമാനമാതൃക ഉണ്ടാക്കിയെടുക്കുക. പരസ്യാധിഷ്ഠിതമായ മാതൃക ധനസ്രോതസ്സുകളിൽ കൂടുതലായി ആശ്രയത്വം ഉളവാക്കുന്നു. ഇത് മിസ്-ഡിസ് ഇൻഫർമേഷനിലേക്ക് നീങ്ങാൻ കാരണമാകാം.

3. പരസ്യത്തെ വാർത്തകളിൽ നിന്ന് കൃത്യമായി വേർതിരിക്കുക.

4. പൊതുജനത്തിനും വായനക്കാരനും കാഴ്ചക്കാരനും സുതാര്യമായ തരത്തിലുള്ള നയങ്ങളും നിയമാവലികളും സ്വീകരിക്കുക. അവർക്കിടയിൽ വിശ്വാസ്യത വർദ്ധിപ്പിക്കുക.

5. വ്യാജവാർത്തകളെ തടയാനായി സോഷ്യൽ മീഡിയയുടെ വിവിധ വശങ്ങൾ നന്നായി അറിഞ്ഞിരിക്കുക.

മാധ്യമ പ്രവർത്തകരും മാധ്യമ കൂട്ടായ്മകളും

1. മാധ്യമസ്ഥാപനങ്ങൾ തമ്മിലുള്ള ഐക്യദാർഢ്യം കുത്തക ശക്തികൾ ചെലുത്തുന്ന സമ്മർദ്ദത്തെ അതിജീവിക്കാൻ സഹായിക്കും.
2. മിസ്-ഡിസ് ഇൻഫർമേഷനെ ചെറുക്കാനായി ഒദ്യോഗികമായ നയരേഖ തയ്യാറാക്കുക.
3. പൊതുജനബോധവൽക്കരണത്തിനുള്ള പരിപാടികൾ നടത്തുക.
4. ക്രോസ്സ്-മീഡിയ ഉടമത്തത്തിനെ നിയന്ത്രിക്കാൻ നയങ്ങൾ രൂപവത്കരിക്കുക. ഇത് മിസ്-ഡിസ് ഇൻഫർമേഷൻറെ വളർച്ച തടയാൻ സാഹായിക്കുന്നു.
5. വിവരങ്ങൾ നല്കുന്നതിന് ആധികാരികമായ സർക്കാർ സ്ഥാപനങ്ങളെ പ്രോത്സാഹിപ്പിക്കുക.
6. മിസ്-ഡിസ് ഇൻഫർമേഷൻ സ്ഥിരമായി പ്രചരിപ്പിക്കുന്ന മാധ്യമപ്രവർത്തകരുടെ അംഗത്വം റദ്ദ് ചെയ്യുക.
7. യുവ മാധ്യമപ്രവർത്തകരെ ഉതകുന്ന പരിശീലനം നൽകി വളർത്തിയെടുക്കുക.
8. മാധ്യമസ്ഥാപനങ്ങളുടെ പരസ്പര സഹകരണത്തോടെയുള്ള പ്രവർത്തനങ്ങൾ നല്ല റിപ്പോർട്ടിങ്ങിനും തെറ്റുകൾ കണ്ടെത്താനും സഹായിക്കും.
9. ഒരു റിപ്പോർട്ടിലെ സെൻസിറ്റീവ് ആയ വിവരങ്ങൾ റിപ്പോർട്ട് ചെയ്യുന്നതിന് മാർഗ്ഗനിർദ്ദേശങ്ങൾ തയ്യാറാക്കുക. ഉദാഹരണം: അപകടങ്ങളിലും ദുരന്തങ്ങളിലും ഉള്ള മരണസംഖ്യ. ഔദ്യോഗികമായ മരണസംഖ്യ ഉപയോഗിക്കാൻ ശ്രദ്ധിക്കുക.
10. പൊതുജനത്തിന് പറയാനുള്ളതും കൂടി കേൾക്കുകയും ഉൾക്കൊള്ളുകയും ചെയ്യുക.
11. പൊതുജനങ്ങളുമായി നല്ല സമ്പർക്കം പുലര്ത്തുക. അത് ആധികാരികതയും വിശ്വാസ്യതയും വർദ്ധിപ്പിക്കും.
12. വസ്തുതാപരിശോധനാ സ്ഥാപനങ്ങളുമായി സഹകരിച്ച് പ്രവർത്തിക്കുക.

വ്യാജ വാർത്തകൾ എങ്ങനെ ന്യൂസ്റൂമുകളിൽ തന്നെ തടയാം: പങ്കെടുത്തവരുടെ നിർദ്ദേശങ്ങൾ

1. വസ്തുതാപരിശോധനക്കായി ഓംബുഡ്സ്മാനെപ്പോലെയുള്ള പ്രൊഫഷണലുകളെ നിയോഗിക്കുക.
2. ചിത്രങ്ങളും വീഡിയോകളും ദിനംപ്രതിയുള്ള വാർത്തകളും സ്ഥിരമായി പരിശോധിക്കണം. മാധ്യമപ്രവർത്തകർക്ക് തന്നെ ഇത് ചെയ്യാവുന്നതാണ്. ഇയൊരു രീതി ആത്മവിശ്വാസത്തോടെ റിപ്പോർട്ട് ചെയ്യാനും സഹായകമാകും.
3. അന്വേഷണാത്മക പത്രപ്രവർത്തനം ഒരു വിഷയത്തെ ആഴത്തിൽ മനസിലാക്കാനും റിപ്പോർട്ട് ചെയ്യുവാനും സഹായകരമാണ്.
4. മാധ്യമസ്ഥാപനങ്ങൾ എത്ര സമ്മർദ്ദം ചെലുത്തിയാലും വാർത്തയുടെ പരിശോധനയ്ക്കായി മാധ്യമപ്രവർത്തകർ മതിയായ സമയം ആവശ്യപ്പെടുക.
5. ഒരു സ്റ്റോറി തയ്യാറാക്കുമ്പോൾ അതിന്റെ എല്ലാ വശവും പരിഗണിക്കുക. സ്റ്റോറിയിലെ വിവരങ്ങളെ അപഗ്രഥിക്കുവാൻ കൂടുതൽ സമയം കണ്ടെത്തുക.
6. റിപ്പോർട്ടുകളും പത്രക്കുറിപ്പുകളും ആഴത്തിൽ വായിക്കുക. അത്ര വ്യക്തമല്ലാത്ത വിവരങ്ങൾ കണ്ടെത്താൻ ഇത് സഹായകമാകും.
7. മാധ്യമപ്രവർത്തകർ തങ്ങളുടെ റിപ്പോർട്ടിന് കൂടുതൽ മാനങ്ങൾ നല്കുക.
8. ഒരു ബീറ്റ് തിരഞ്ഞെടുത്ത് ആ മേഖലയിൽ കൂടുതൽ വിവരങ്ങൾ അറിഞ്ഞ് പ്രവർത്തിക്കുന്നത് വ്യാജവാർത്തകൾ തടയാൻ സഹായിക്കും.
9. ന്യൂസ്റൂമുകളിലും മറ്റ് സാധ്യമായ ഇടങ്ങളിലും മിസ്-ഡിസ് ഇൻഫർമേഷനെക്കുറിച്ചുള്ള ചർച്ചകൾ നടത്തുക.
10. സർക്കാർ വഴിയുള്ള വാർത്തകളെ പരിശോധിക്കാനും ചോദ്യങ്ങൾ ചോദിക്കാനുമുള്ള കഴിവ് മാധ്യമപ്രവർത്തകർ നേടണം.
11. പറ്റിയ തെറ്റുകൾ ഏറ്റുപറഞ്ഞ് തിരുത്താൻ മാധ്യമസ്ഥാപനങ്ങൾ തയ്യാറാകണം.

12. അച്ചടിമാധ്യമങ്ങളിൽ റീഡേഴ്സ് എഡിറ്റർ (Readers' Editor) പോലെ, ടെലിവിഷൻ ചാനലുകളിൽ 'വ്യൂവേഴ്സ് എഡിറ്റർ' (Viewers' Editor) എന്ന ആശയത്തെ അവതരിപ്പിക്കാവുന്നതാണ്.

12. മിസ്-ഡിസ് ഇൻഫർമേഷനെ സംബന്ധിച്ചുള്ള വാർത്തകൾ കൂടുതലായി നൽകുക.

13. മാധ്യമസ്ഥാപനങ്ങളുടെ പ്രതീക്ഷ, ന്യൂസ്റൂം സംസ്കാരം, തൊഴിൽ സമ്മർദ്ദം എന്നിവയെല്ലാം ബാലൻസ്, ചെയ്ത് പ്രവർത്തിക്കാൻ മാധ്യമപ്രവർത്തകർക്ക് കഴിയണം.

14. പ്രാദേശിക മാധ്യമസ്ഥാപനങ്ങൾക്ക് വേണ്ടി പ്രവർത്തിക്കുന്ന സ്ട്രിങ്ങർ റിപ്പോർട്ടർമാർക്ക് വ്യാജവാർത്തകളെക്കുറിച്ചുള്ള അറിവും പ്രതിരോധിക്കാനുള്ള പരിശീലനവും നല്കുക. ചിത്രങ്ങളും വീഡിയോകളും പരിശോധിക്കാനുള്ള മാർഗ്ഗങ്ങൾ പഠിപ്പിക്കുക.

15. സെൻസിറ്റീവായ വാർത്തകൾക്ക് പശ്ചാത്തലവിവരങ്ങൾ വ്യക്തതയോടെ നൽകുക.

16. എല്ലാ ന്യൂസ്റൂമുകളിലും വസ്തുതാപരിശോധനക്ക് ഒരു ടീമിനെ നിയോഗിക്കുക.

17. സോഷ്യൽ മീഡിയയിലും കൂട്ടായ്മകളിലും മാധ്യമങ്ങൾ സഹകരണമനോഭാവത്തിൽ പ്രവർത്തിക്കുന്നത് മിസ്-ഡിസ് ഇൻഫർമേഷനെതിരെ ഒറ്റക്കെട്ടായി നേരിടാൻ പര്യാപ്തമാക്കും.

18. മാധ്യമസ്ഥാപനങ്ങൾ മാധ്യമപ്രവർത്തകർക്ക് മതിയായ പരിശീലനം നല്കുക.

19. മീഡിയ യൂണിയനുകൾ, സംഘടനകൾ, പ്രസ് ക്ലബ്ബുകൾ തുടങ്ങിയവ സഹകരിച്ച് വ്യാജവാർത്തകൾ ഫലപ്രദമായി തടയുന്നതിനുള്ള പരിശീലനം മാധ്യമപ്രവർത്തകർക്ക് ഉറപ്പു വരുത്തുക. സർക്കാരും ഒരു പ്രധാന പങ്കാളിയായി ചേരേണ്ടതുണ്ട്.

20. മാധ്യമപ്രവർത്തനം പഠിപ്പിക്കുന്ന സ്ഥാപനങ്ങൾ വിദ്യാർത്ഥികൾക്ക് ഇത്തരം വിഷയങ്ങളിൽ മതിയായ പരിശീലനം നല്കുക. വസ്തുതാപരിശോധനാ രീതികൾ സിലബസിൽ ഉൾപ്പെടുത്തുക.

21. സോഷ്യൽ മീഡിയയിലൂടെയുള്ള മിസ്-ഡിസ് ഇൻഫർമേഷൻ തുടക്കത്തിൽ തന്നെ കണ്ടെത്തുക.

വസ്തുതാപരിശോധനാ വെബ്സൈറ്റുകൾ

ഇന്റർനാഷണൽ ഫാക്ട്-ചെക്കിങ് നെറ്റ്വർക്ക്

(International Fact-Checking Network - (IFCN)) (https://www.poynter.org/ifcn)

2015 സെപ്തംബറിലാണ് അമേരിക്കയിലെ പോയിൻറ്റർ ഇൻസ്റ്റിറ്റ്യൂട്ട് (Poynter Institute) ഇന്റർനാഷണൽ ഫാക്ട്-ചെക്കിംഗ് നെറ്റ്വർക്കിന് രൂപം കൊടുക്കുന്നത്. ലോകത്താകമാനമുള്ള ഒരു പറ്റം വസ്തുതാപരിശോധനാ സംഘടനകൾ രൂപം നല്കിയ നെറ്റ്വർക്കാണിത്. വസ്തുതാപരിശോധന നടത്തുന്നതിനുള്ള നിയമങ്ങളും മാർഗ്ഗരേഖളും ഇവർക്ക് സ്വന്തമായുണ്ട്. ട്രെയിനിങ്ങും ഫെല്ലോഷിപ്പുമെല്ലാം വസ്തുതാപരിശോധന പ്രോത്സാഹിപ്പിക്കുന്നതിന്റെ ഭാഗമായി ഈ നെറ്റ്വർക്കിലൂടെ നല്കുന്നു.

ഓൾട്ട് ന്യൂസ് (Alt News)

(https://www.altnews.in)

2017ൽ പ്രവർത്തനമാരംഭിച്ച ഇന്ത്യൻ വസ്തുതാപരിശോധനാ വെബ്സൈറ്റാണ് ഓൾട്ട് ന്യൂസ്. മുഖ്യധാരാമാധ്യമങ്ങളിലും സോഷ്യൽ മീഡിയിലും വരുന്ന മിസ്-ഡിസ് ഇൻഫർമേഷനെ പരിശോധിച്ച് കണ്ടെത്തുകയാണ് ഈ സൈറ്റിലൂടെ ചെയ്യുന്നത്. ഇംഗ്ലീഷ്, ഹിന്ദി എന്നീ ഭാഷകളിലെ വാർത്തകളാണ് ഓൾട്ട് ന്യൂസ് പരിശോധിക്കുന്നത്. 2019ൽ തുടങ്ങിയ ഓൾട്ട് ന്യൂസ് ആപ്പിലൂടെ (Alt News App) ഇമേജുകളും വീഡിയോകളും വസ്തുതാപരിശോധനക്ക് വിധേയമാക്കാവുന്നതാണ്.

ബൂം ലൈവ് (Boom Live)

(https://www.boomlive.in)

2016ൽ പ്രവർത്തനമാരംഭിച്ച മറ്റൊരു ഇന്ത്യൻ വസ്തുതാപരിശോധനാ വെബ്സൈറ്റാണ് ബൂം ലൈവ്. വസ്തുതാപരിശോധനക്ക് പുറമേ "ഫാക്ട് ഫയൽ" എന്ന ഓപ്ഷനിലൂടെ പ്രസക്തമായ വാർത്തകളും വിവരങ്ങളും സൈറ്റിൽ ലിസ്റ്റ് ചെയ്യാൻ കഴിയും. ഹിന്ദി, ഇംഗ്ലീഷ്, ബംഗാളി എന്നീ മൂന്ന് ഭാഷകളിലാണ് ബൂം ലൈവ് വസ്തുതാപരിശോധന ഇപ്പോൾ ചെയ്യുന്നത്.

എസ്.എം. ഹോക്സ് സ്ളേയർ (SMHoax Slayer)

(https://smhoaxslayer.com)

പങ്കജ് ജെയിൻ വികസിപ്പിച്ചെടുത്ത എസ്.എം. ഹോക്സ് സ്ളേയർ ഒരു സ്വതന്ത്രമായ ഫാക്ട്-ചെക്കിങ് വെബ്സൈറ്റാണ്. 2015-ൽ

വസ്തുതാപരിശോധനക്കുള്ള ഒരു ഫേസ്ബുക്ക് പേജായാണ് ഈ സംരംഭം തുടങ്ങിയത്.

സ്നോപ്സ് (Snopes)

(https://www.snopes.com)

യു.എസ്. ആസ്ഥാനമാക്കി വർഷങ്ങളായി പ്രവര്‍ത്തിക്കുന്ന വെബ്സൈറ്റാണ് സ്നോപ്സ്. 1994-ൽ തുടങ്ങിയ സൈറ്റ് ആദ്യകാലത്ത് ഐതിഹ്യം, പുരാണം, തട്ടിപ്പുകൾ എന്നിവയുമായി ബന്ധപ്പെട്ട ഫാക്ട്-ചെക്കിംഗ് നടത്തുകയും പിന്നീട് ഓൺലൈൻ ലോകത്ത് പ്രശസ്തമാകുകയും ചെയ്തു. വ്യാജവാർത്തകളുടെ സ്വഭാവമനുസരിച്ച് പലരീതിയിലുള്ള റേറ്റിംഗ് നൽകിയാണ് സ്നോപ്സ് വാർത്തകൾ പ്രസിദ്ധീകരിക്കുന്നത്.

ഫാക്ട്ചെക്കർ.ഇൻ (Factchecker.in)

(https://www.factchecker.in)

സ്പെൻഡിങ് ആൻഡ് പോളിസി റിസർച്ച് ഫൗണ്ടേഷൻ്റെ (Spending & Policy Research Foundation) ഭാഗമായി പ്രവര്‍ത്തിക്കുന്ന ഫാക്ട്ചെക്കർ. ഇൻ 2013ൽ മുംബൈയിലാണ് സ്ഥാപിതമായത്. നിയോജകമണ്ഡലം തിരിച്ചുള്ള വിവരങ്ങളും ഓരോ സ്ഥലത്തും നടപ്പിലാകാൻ പോകുന്ന സർക്കാർ പദ്ധതികളും ലഭ്യമാകുന്ന സൈറ്റാണിത്.

ഫാക്ട്‌ലി (Factly)

(https://www.factly.in)

ഡാറ്റാ ജേണലിസത്തിനും പൊതുവിവരങ്ങൾക്കും പ്രധാന്യം നല്കി ഒരുക്കിയിരിക്കുന്ന വെബ്സൈറ്റ്.

പോളിറ്റിഫാക്ട് (PolitiFact)

(https://www.politifact.com)

പോയിൻ്റർ ഇൻസ്റ്റിറ്റ്യൂട്ട് തന്നെയാണ് പോളിറ്റിഫാക്ട് എന്ന ഫാക്ട്-ചെക്കിങ് വെബ്സൈറ്റും കൈകാര്യം ചെയ്യുന്നത്. രാഷ്ട്രീയ നേതാക്കൾ നല്കിയ വാഗ്ദാനങ്ങളുടെ നിജസ്ഥിതി പരിശോധിക്കുവാനായി 2007-ലെ ഇല്ക്ഷൻ കാലത്ത് അമേരിക്കയിലെ ഫ്ളോറിഡയിൽ ആരംഭിച്ച വെബ്സൈറ്റ് പിന്നീട് ഏറെ ശ്രദ്ധേയമായി. നാഷണൽ റിപ്പോർട്ടിങ്ങിന് 2009-ൽ പുലിറ്റ്സർ പുരസ്കാരം കരസ്ഥമാക്കിയിട്ടുണ്ട്.

കൂടുതൽ വായനയ്ക്ക്

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

   ഇന്ത്യൻ സന്ദർഭങ്ങളിൽ ഉണ്ടാകുന്ന വ്യാജവാർത്തകളെക്കുറിച്ചും വസ്തുതാപരിശോധനയുടെ ആവശ്യകതയെക്കുറിച്ചുമുള്ള പഠനം.

   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**

   ഈ പഠനം പ്രധാനമായും ചർച്ച ചെയ്യുന്നത് രാഷ്ട്രീയ പാർട്ടികൾ സോഷ്യൽ മീഡിയ വഴി വിവരങ്ങളിൽ എങ്ങനെ കൃത്രിമത്വം കാട്ടുന്നുവെന്നും പൊതുജനത്തെ എങ്ങനെ കബളിപ്പിക്കുന്നുവെന്നുമാണ്.

   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**

   ഈ പഠനം വിലയിരുത്തുന്നത് ഇന്ത്യയിൽ ഡിജിറ്റൽ മാധ്യമസ്ഥാപനങ്ങൾ വ്യാജവാർത്തകളെ എങ്ങനെ കൈകാര്യം ചെയ്യുന്നുവെന്നാണ്.

   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**

   മാധ്യമങ്ങളിൽ അപകടകരമായ രീതിയിൽ ഡിജിറ്റൽ മേഖലയിലൂടെ വർദ്ധിച്ചുവരുന്ന മിസ്-ഡിസ് ഇൻഫർമേഷനെക്കുറിച്ച് ഈ ഹാൻഡ്ബുക്കിൽ വിശദീകരിക്കുന്നു.

   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**

റോയിറ്റേഴ്സ് ഇൻസ്റ്റിറ്റ്യൂട്ട് വായനക്കാരൻറെ കാഴ്ചപ്പാടിൽ നിന്നു വ്യാജവാർത്തകളെക്കുറിച്ചു വിശദീകരിക്കുന്ന പഠനം.

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**

വിവരമലിനീകരണത്തെക്കുറിച്ചുള്ള റിപ്പോർട്ട്.

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

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

വൈറ്റ്നി ഫിലിപ്സ് നടത്തിയ അഭിമുഖങ്ങളാണ് ഇതിൽ ഉൾക്കൊള്ളിച്ചിട്ടുള്ളത്. 2016 മുതൽ 2018 വരെ തെറ്റായ വിവരങ്ങൾ പ്രചരിപ്പിക്കുവാനായി മാധ്യമങ്ങളെ ഏതൊക്കെ തരത്തിൽ ദുരുപയോഗം ചെയ്തുവെന്ന് വിശദീകരിക്കുന്നു.

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

REFERENCES

1. Aneez, Z., Neyazi, T.A., et al. (2019). Reuters Institute India Digital News Report.

2. UNESCO. (2018). Journalism, Fake News & Disinformation: Handbook for Journalism Education and Training.

3. Bathini, D. (2018, July 19). How WhatsApp helped turn an Indian village into a lynch mob. BBC. Retrieved from

   https://www.bbc.com/news/world-asia-india-44856910.

4. BBC Click. (2018, February 26).Deepfakes and the technology behind it - BBC Click. Retrieved from

   https://www.youtube.com/watch?reload=9&v=8LhI-e2B8Lg

5. Wardle, C. and Derakshan, H. (2017). INFORMATION DISORDER: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making.

6. Google News Initiative, Boom Live, Internews, First Draft, Storyful, Alt News, Data Leads (2018). GNI Train the Trainer.

7. Ponniah, K. (2019, April 6). WhatsApp: The ‘black hole’ of fake news in India’s election. BBC. Retrieved from

   bbc.com/news/world-asia-india-47797151

8. Safi, M. (2018, July 3). ‘WhatsApp murders’: India struggles to combat crimes linked to messaging service. The Guardian. Retrieved from https://www.theguardian.com/world/2018/jul/03/whatsapp-murders-india-struggles-to-combat-crimes-linked-to-messaging-service.

9. Shelley, D. (2019). Countering Disinformation in South India: A Regional Media Literacy Initiative

NOTES

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