

MISINFORMATION

atire lead
s
pa
ody
otive
lse
ruth
fy
r
ews
ntent
eliberate
e
urce
act check
ertalupina
ver

இதழியலாளர் கையேடு

**MIS
DIS INFORMATION**

இதழியலாளர் கையேடு

பொருளடக்கம்

❖ அணிந்துரை	1
❖ நன்றி	4
❖ அறிமுகம்	7
❖ பொருள் விளக்கங்கள்	9
❖ பிறழ்தகவல்கள் மற்றும் திட்டமிட்ட பிறழ்தகவல்களின் வகைகள்	10
❖ ஒப்பாய்வு/தகவல் சரிபார்த்தலுக்கான கருவிகள் (Tools for Verification)	12
◆ படங்களைச் சரி பார்த்தல் (Image Verification)	
• தேடு கருவிகள் (Search Tools) கூகுளின் ரிவர்ஸ் இமேஜ் சர்ச் (Google's Reverse Image Search) RevEye Reverse Image Search: பல்வேறு "Search Engine" கள் மூலம் தேடுதல்	
• சில குறிப்புகள்	
• கத்தரிக்கும் கருவிகள் (Cropping Tools) ஆசம் ஸ்கீரின்ஷாட் (Awesome Screenshot) கீரின்ஷாட் (Greenshot)	
• Time Filter - படங்கள் சரி பார்த்தலை எளிமையாக்குதல்	
• சில குறிப்புகள்	
◆ காணொளிகளை சரி பார்த்தல் (Video Verification)	17
• இன்விட் (InVid)	
• யூடியூப் டேட்டா வியூவர் (YouTube Data Viewer)	
• வாட்ச் ஃப்ரேம் பை ஃப்ரேம் (Watch Frame by Frame)	
• சில குறிப்புகள்	
◆ ஜியோலோகேசன் (Geo-location)	20
• கூகுள் மேப்ஸ் (Google Maps)	
• கூகுள் ஸ்ட்ரீட் வியூ (Google Street View)	
• கூகுள் எர்த் (Google Earth)	
• மேப்பிலரி (Mapillary)	
• சில குறிப்புகள்	

◆ மூலத்தகவலை/ஆதாரத்தை சரி பார்த்தல் (Source Verification)	24
• போலிக்கணக்குகளையும் வலைத்தளங்களையும் கண்டறிவது	
• சமூக வலைத்தள பரிசோதனை (Social Auditing)	
• சில குறிப்புகள்	
◆ தரவுகளைச் சரிபார்த்தலுக்கான குறிப்புகள்	26
◆ செய்திகளை எவ்வாறு படிக்க வேண்டும் - சில குறிப்புகள்	27
❖ பிறழ்தகவல் திட்டமிட்ட பிறழ்தகவல் குறித்து சில பார்வைகள்	28
◆ பிறழ்தகவல்கள் மற்றும் திட்டமிட்ட பிறழ்தகவல்கள்	
◆ பிறழ்தகவல்கள் மற்றும் திட்டமிட்ட பிறழ்தகவல்களுக்கான காரணம்	
◆ செய்தி அறைகளின் தன்மை	
◆ செய்தி ஊடகத்திற்கும் செய்தி நுகர்வோருக்குமிடையேயான உறவுநிலை	
◆ தகவல் சரி பார்க்கும் நிறுவனங்கள் மற்றும் தொழில்நுட்பநிறுவனங்களின் பங்களிப்பு	
❖ சீரிய வழிமுறைகள்	33
◆ இதழியலாளர்கள்	
• மூல ஆதாரங்கள்	
• செய்தி சேகரித்தல்/எழுதுதல்/திருத்துதல்	
• தகவல் சரிபார்த்தல்	
◆ ஊடக நிறுவனத்தலைமைகள்	
◆ இதழியலாளர்கள் மற்றும் ஊடக கூட்டமைப்புகள்	
❖ செய்தியறைகளில் திட்டமிட்ட பிறழ்தகவலை எதிர்கொள்ளுதல்: பங்கேற்பாளர்களின் பரிந்துரை	40
❖ தகவல் சரி பார்க்கும் இணையதளங்கள்	42
❖ கூடுதல் வாசிப்பிற்கு	45
❖ மேலதிக விவரங்களுக்கு	47

அணிந்துரை

டேன் ஷெல்லி

நிர்வாக இயக்குனர்

ரேடியோ டெலிவிசன் டிஜிட்டல் நியூஸ் அசோசியேசன்
வாஷிங்டன், D.C.

பிறழ்தகவல்கள் மற்றும் அதன் ஆபத்தான தமையனுமான திட்டமிட்ட பிறழ்தகவல்கள் ஆகிய இரண்டும் உலகெங்கும் உள்ள ஜனநாயகங்களுக்கு பெரும் அச்சுறுத்தல்களாகும். அவைகளுடன் தங்களை அடையாளப்படுத்திக்கொண்டவர்கள் தேர்தல்களில் தலையிட முயன்றார்கள், சில சமயம் அதில் வெற்றியும் பெற்றார்கள், அப்பாவி மக்களின் நற்பெயர்களுக்கு களங்கம் விளைவிக்க முயன்றார்கள், மேலும் சில விஷயங்களில் அதிர்ச்சியளிக்கக்கூடிய வகையில் வன்முறையைத்தூண்டியிருக்கிறார்கள்.

இதழியலாளர்களுக்கு, பிறழ்தகவல்கள் மற்றும் திட்டமிட்ட பிறழ்தகவல்களை எதிர்கொள்ளுதல் ஒரு அடிப்படை பொறுப்பு மட்டும் அல்ல, தெரிந்தோ அல்லது தெரியாமலோ அவற்றை பரப்பாமல் இருந்து, உண்மையை தேடிக்கண்டடைவதன் மூலம் அவற்றை அம்பலப்படுத்துவது என்பது ஒரு புனிதக்கடமையாகும்.

2019 ஆகஸ்ட் மாதம், சென்னைக்கு வந்திருந்து தென்னிந்திய இதழியாலாளர்கள், இதழியல் மாணவர்கள் மற்றும் பொதுமக்களுடனும் பிறழ்தகவல்கள் மற்றும் திட்டமிட்ட பிறழ்தகவல்களின் அபாயங்கள் குறித்தும் மேலும் தவறான தகவல்கள் ஏற்படுத்தும் தாக்குதலில் இருந்து தற்காத்துக்கொள்வதற்கு பொது மக்களின் தனிப்பட்ட பங்கைப்பற்றியும் பேசியது எனக்குக்கிடைத்த தனிப்பெருமையாகும். வீடியோ காண்ஃபரன்சிங் முறையில் கர்நாடக மற்றும் கேரள இதழியலாளர்களுடன் உரையாடும் வாய்ப்பைப் பெற்றேன்.

இதழியல் நிர்வாகத்தினர், இதழியலாளர்கள், மற்றும் மாணவர்கள் அனைவரையும் சந்தித்து, பிறழ்தகவல்கள் மற்றும் திட்டமிட்ட பிறழ்தகவல்களை வெளிக்கொணர்ந்து, கட்டுடைத்து, வேரோடு பெயர்த்தெடுப்பதற்கான அரும்பணியை அவர்களிடம் வழங்கிய போது பெரும் உவப்போடு பெற்றுக்கொண்டனர். அதைக்கொண்டு அவர்கள் மக்களுக்கு உணர்ச்சிகளைத்தூண்டும் செய்திகளல்லாமல், உண்மையான தரவுகளின் அடிப்படையிலான தகவலை தெரிவிக்கும் செய்திகளை வழங்குவார்கள்.

இதழியல் பணி என்பது ஒரு “புனித அழைப்பு” என்று நம்பும் சிலர் இருக்கிறார்கள், அதில் நானும் ஒருவன். ஓர் விழிப்படைந்த, அறிவார்ந்த சமூகத்தினை உருவாக்க உதவுவதே அதன் முக்கிய பணியாகும். ஒரு அறிவார்ந்த சமூகம் வரலாறு நெடுகவே தங்கள் வாழ்வு குறித்தும், தங்கள் சமூகம் குறித்தும் தங்களை வட்டார, பிரதேச, தேசிய அளவில் எந்த அரசு ஆள்வது என்பது குறித்தும் மிகச்சிறப்பான முடிவுகளை எடுத்துள்ளனர்.

தென்னிந்தியா முழுவதும் உள்ள இதழியலாளர்கள் இந்த கையேட்டில் உள்ள மதிப்புமிக்க வழிகாட்டுதலையும் தெளிவான கருவிகளையும், பிறழ்தகவல்கள் மற்றும் திட்டமிட்ட பிறழ்தகவல்களுக்கு எதிரான போரில் பயன்படுத்த வேண்டும். மேலும் ஒரு விழிப்படைந்த அறிவார்ந்த சமூகத்தினை உருவாக்கும் நோக்கிலும் தங்களின் “புனித அழைப்பினைப்” பூர்த்தி செய்யவும் அவற்றினைப் பயன்படுத்திக்கொள்ள வேண்டும்

அணிந்துரை

நளினி ராஜன்

தலைமையாளர், கல்வித்துறை

ஆசிய ஊடகவியல் கல்லூரி

ஒரு இதழியலாளர் என்பவரை எப்போதும் தகவல்களை வெளியிடுபவராகவும், தகவல்களைக் கண்காணிப்பவராகவும் மக்களுக்கு அறிவூட்டும் நற்செயல்களில் ஈடுபடுவர் என்ற கண்ணோட்டத்தில் மட்டும் பார்க்க வேண்டிய அவசியமில்லை. சமயங்களில் பல்வேறு விதமான காரணங்களால் இதழியலாளர்கள் அவர்களுடைய தகவல்களைத் தவறுதலாக பெறுவதற்கு வாய்ப்புகள் உண்டு, மேலும் அவர்களும் ஊடகத்திற்கு பிறழ்தகவலையும் திட்டமிட்ட பிறழ்தகவலையும் சமூகத்திற்கு அறிமுகப்படுத்தி விடும் சூழல் இருக்கிறது. இது கடந்த 2019 ஜூலை செப்டெம்பர் மாதங்களில் தென்னிந்தியா முழுதும் கன்னடம், மலையாளம், தமிழ் ஆகிய மொழிகளில் நடத்தப்பெற்ற பயிலரங்குகளில் கலந்து கொண்ட எண்ணற்றோரின் கருத்தாகும். ஊடக வளர்ச்சி நிறுவனமும் சென்னையிலுள்ள அமெரிக்கத் துணைத் தூதரகமும் இணைந்து “தென்னிந்தியாவில் திட்டமிட்ட பிறழ்தகவலை எதிர்கொள்ளுதல்: ஓர் ஊடக விழிப்புணர்வு முன்னெடுப்பு” என்ற தலைப்பில் இப்பயிலரங்குகள் நடத்தப்பட்டன.

ஊடகங்களில் உள்ள பிறழ்தகவலுக்கு பல்வேறு காரணங்கள் உண்டு. அதுவும் பத்திரிக்கையாளர்கள் சந்திப்பில் முன்வைக்கப்படும் அனைத்து தகவல்களின் நம்பகத்தன்மையையும் சரிபார்த்தல் என்பது சற்றே சவாலானது என்பதும் உண்மை.

மேலும் டிஆர்பி மற்றும் எண்ணிக்கையைத்தூர்த்தும் இந்தச் சூழலில், முக்கியச் செய்திகள் என்பது சேனல்களுக்கிடையேயான பகிரங்க போட்டியாகிவிட்ட பின்பு, கடுமையான தகவல் சரிபார்த்தலுக்கு நேரத்தை செலவிட பெரும்பாலான இதழியாளர்களால் முடிவது இல்லை.

இதழியல் என்ற அரும்பணியினுடைய அறத்தின் முக்கியத்துவத்தை மேம்படுத்த, மற்ற விஷயங்களோடு, இந்த டிஜிட்டல் காலத்தின் கருவிகளையும் கொண்டு, திட்டமிட்ட பிறழ்தகவலையும் பிறழ்தகவலையும் தவிர்ப்பதற்கான வழியை கண்டடைவதுதான் சவாலானது.

நன்றி

பிறழ்தகவல் மற்றும் திட்டமிட்ட பிறழ்தகவல் என்பது இன்றைக்கு மிக முக்கியமான பிரச்சனையாக உள்ளது, குறிப்பாக அவற்றை தினசரி எதிர்கொள்ளும் இதழியலாளர்களுக்கு. இந்த கையேடு, பிறழ்தகவல் மற்றும் திட்டமிட்ட பிறழ்தகவல் என்ற தலைப்பை இதழியலாளர்களுக்கு அறிமுகப்படுத்தும் ஒரு கையேடாக செயல்படும் விதத்தில் உருவாக்கப்பட்டுள்ளது.

பிறழ்தகவல் மற்றும் திட்டமிட்ட பிறழ்தகவல் குறித்த அறிமுகமும் அதன் பல்வேறு வகைகளும்; தகவல்களை சரிபார்த்தலுக்கான கருவிகள் மற்றும் உத்திகள், குறிப்பாக படங்கள் மற்றும் காணொளிகள்; செய்தியறைகளில் தனி நபர் மற்றும் நிறுவன ரீதியாக திட்டமிட்ட பிறழ்தகவலை எதிர்கொள்வதற்கான சிறப்பு வழிகள் என்று மூன்று முக்கிய பகுதிகளைக்கொண்டுள்ளது.

2019 ஜூலை செப்டம்பர்-ல் கொச்சி, சென்னை மற்றும் பெங்களூருவில் நடைபெற்ற பயிற்சி அமர்வுகளில் இருந்து தகவல் சரிபார்த்தல் கருவிகளுக்கான பகுதி தொகுக்கப்பட்டுள்ளது. இந்தியா மற்றும் அமெரிக்காவைச் சேர்ந்த தகவல் சரி பார்க்கும் நிபுணர்களைக் கொண்டு இந்த பயிற்சி அமர்வுகள் நடத்தப்பட்டன. கூகுள் செய்தி முன்னெடுப்பிற்கும் அதன் சான்றளிக்கப்பட்ட பயிற்சியாளர்களான பரத் நாயக், சுனில் பிரபாகர், சதீஷ் குமார் மற்றும் ஆல்ட் நியூசின் பிரதிக் சின்ஹா மற்றும் பூஜா செளதிரிக்கும் பயிற்சிக்கான பாட பொருட்களையும் பயிற்சி அமர்வுகளை நடத்தியமைக்கும் நன்றி தெரிவிக்க விரும்புகிறேன். மேலும் பயிலரங்குகளில் இணையவழி அமர்வுகள் எடுத்தமைக்கு ரேடியோ டெலிவிஷன் டிஜிட்டல் நியூஸ் அசோசியேஷனின் (RTDNA) நிர்வாக இயக்குநர், டான் ஷெல்லிக்கும் நன்றியை தெரிவித்துக்கொள்கிறேன்.

மூத்த இதழியலாளர்கள், ஆசிரியர்கள், ஊடக பயிற்றுநர்கள், தகவல் சரிபார்க்கும் நிபுணர்கள், பயிலரங்குகள் மற்றும் ஒரு நாள் கலந்தாய்வு கூட்டத்தில் பங்கு பெற்றவர்கள் ஆகியோரிடையே நடைபெற்ற குழு விவாதங்கள் மற்றும் கலந்துரையாடலின் அடிப்படையில் சீரிய வழிமுறைகள் பகுதி தொகுக்கப்பட்டுள்ளது. இந்த அமர்வுகளில் வெளிப்படுத்தப்பட்ட கருத்துகளையும் அவதானிப்புகளையும் வாசிப்பதற்கு ஏதுவாக சுருக்கப்பட்டு எளிய வடிவில் கொடுக்கப்பட்டுள்ளது, இது இதழியல் பயிற்றுனர்கள், இதழியல் மாணவர்கள், மற்றும் ஊடகத்துறையில் நுழையும் புதியவர்களுக்கும் உபயோகமான கையேடாக இருக்கும் என்று நம்புகிறோம்.

மேலும் அனைத்து மூத்த இதழியலாளர்களுக்கும், ஆசிரியர்களுக்கும், ஊடக பயிற்றுனர்களுக்கும், தகவல் சரிபார்க்கும் நிபுணர்களுக்கும் பங்கேற்பாளர்களுக்கும் அவர்களின் பரிந்துரைகளுக்காவும் கருத்துகளுக்காகவும் கலந்துரையாடல்களுக்காகவும் நன்றியைத் தெரிவித்துக் கொள்கிறேன். மேலும் இந்த முன்னெடுப்பிற்கு உதவியதற்காக மலையாளம், கன்னடம் மற்றும் தமிழ் செய்தி நிறுவனங்களுக்கும் நன்றியைத் தெரிவித்துக்கொள்கிறேன்.

கொச்சி மற்றும் பெங்களூருவில் எங்களுடன் இணைந்து பணியாற்றிய சேக்ரட் ஹார்ட் கல்லூரியின், பாபு ஜோசப் தலைமையிலான குழுவிற்கும் பெங்களூரைச்சேர்ந்த வளர்ச்சி மற்றும் கற்றுலக்கான தொடர்பியலைச் (Communication for Development and Learning) சேர்ந்த ஹேமா பிரசன்னா தலைமையிலான குழுவிற்கும் பயிலரங்குகளை நடத்தவும் ஒருங்கிணைக்கவும் உறுதுணையாக இருந்தமைக்கு நன்றிகளைத்தெரிவித்துக்கொள்கிறேன். இந்த முன்னெடுப்பிற்கான ஆய்வு உதவியாளர்களான கணபதி ஹெக்டே, ஸ்நேகா எம், சுல்தானா சலீம், மற்றும் கௌதம் ராஜ் ஆகியோரின் சிறப்பான பங்களிப்பிற்கும் நன்றியைத்தெரிவித்துக்கொள்கிறேன்.

இந்த ஆய்வு சென்னையிலுள்ள அமெரிக்கத் துணைத் தூதரகத்தின் நிதியுதவியுடன் நடைபெற்றதாகும். பயிலரங்குகள் மற்றும் கலந்தாய்வு கூட்டத்திற்கு ஆதரவும் ஒத்துழைப்பும் அளித்த துணைத்தூதரகத்தின் ஊடக ஆலோசகரான சுஜாதா சீனிவாசன் மற்றும் அவரது குழுவினர்களான ப. இளையபெருமாள், ஹேமலதா ஹரபனஹள்ளி, நெல்சன் கே.பால் ஆகியோருக்கும் நன்றியைத்தெரிவித்துக்கொள்கிறேன். மேலும் இந்த ஆய்விற்கு தொடர்ந்து ஆலோசனைகளை வழங்கிய துணைத்தூதரகத்தின் பொது விவகார அதிகாரியான லாரன் ஹெச். லல்லேஸ் மற்றும் செய்தி தொடர்பாளர் கேத்லீன் ஹோசி ஆகிய இருவருக்கும் நன்றியைத் தெரிவித்துக்கொள்கிறேன். நிதி நல்கைக்கான செயல்முறையில் உதவிபுரிந்த நிதி நிர்வாக உதவியாளரான சூசி அலெக்சாண்டர் அவர்களுக்கும், திட்டம் மற்றும் பரிமாற்ற வல்லுநர் ரத்னா முகர்ஜி அவர்களுக்கும் சிறப்பு நன்றியைத் தெரிவித்துக்கொள்கிறேன்.

இந்த ஆய்விற்கான முன்னெடுப்புகளுக்கு தொடர்ந்து வழிகாட்டியும் ஊக்கப்படுத்தியும் வந்த ஊடக வளர்ச்சி நிறுவனத்தின் தலைவர் சசி குமார் அவர்களுக்கு என் மனமார்ந்த நன்றியைத் தெரிவித்துக்கொள்கிறேன். மேலும் ஆசிய ஊடகவியல் கல்லூரியின் கல்வித்துறைத் தலைவர் டாக்டர். நளினி ராஜன் அவர்களின் தொடர்ந்த ஆதரவிற்கும் வழிகாட்டுதலுக்கும் என் மனமார்ந்த நன்றியைத்தெரிவித்துக்கொள்கிறேன். மேலும் இந்த ஆய்வின்

முதுகெலும்பாக செயல்பட்ட கே.என் மாலின், மூத்த நிர்வாகி, சேர்மன் அலுவலகம், ஆசிய ஊடகவியல் கல்லூரி அவர்களுக்கும் என் நன்றியை உரித்தாக்குகிறேன்.

இந்த ஆய்வுக்காக தொடர்ந்து ஊக்கப்படுத்தியும் ஆலோசனைகளும் வழங்கி வந்த ஆசிய ஊடகவியல் கல்லூரியின் ஆசிரியர் குழுவிற்கும் என் நன்றியைத் தெரிவித்துக்கொள்கிறேன். இறுதியாக பயிலரங்கு நிகழ்ச்சிகளை வெற்றிக்கரமாக நடத்த உதவிய ஆசிய ஊடகவியல் கல்லூரியின் அனைத்து நிர்வாக மற்றும் தொழில்நுட்ப ஊழியர்களுக்கும் என் நன்றியை உரித்தாக்குகிறேன். திட்டமிட்ட பிறழ்தகவல் குறித்த உரையாடலைத்தொடங்கி வைத்திருக்கிறோம், இந்த கையேட்டின் மூலம் அவ்வரையாடலை நிலைத்து வைத்திருக்க முடியுமென நம்புகிறோம்.

அஞ்சனா கிருஷ்ணன்

இணை ஆராய்ச்சியாளர்

ஆசிய ஊடகவியல் கல்லூரி

அறிமுகம்

பிறழ்தகவல் (Misinformation) மற்றும் திட்டமிட்ட பிறழ்தகவல்* (Disinformation) என்பவை ஊடக அகராதிக்கு புதிய சொற்களல்ல. கடந்த காலத்திலே ஊடகவெளியில், அரசாங்க பரப்புரைகள், வதந்திகள், புரளிகள், வணிக நோக்கங்கள், மற்றும் தவறான புள்ளி விவரங்கள், சமயங்களில் பத்திரிக்கையாளர்கள் மற்றும் ஊடகவியலாளர்கள் சீரிய தகவல் சரிபார்த்தலுக்கான முறைகளைக் கடைபிடிக்க முடியாமல் போகும் நேரங்களிலும், பிறழ் தகவலுக்கும் திட்டமிட்ட பிறழ் தகவலுக்கும் வித்திட்டிருக்கின்றன. எனினும், சமீப காலங்களில் பிறழ் தகவலும் திட்டமிட்ட பிறழ் தகவலும் அச்சுறுத்தும் வகையிலான எண்ணிக்கை உயர்வைக்கொண்டிருப்பதுதான் வருத்தத்திற்குரியதாகும். அதற்கு பொதுச்சூழல் மீதும் ஜனநாயகத்தின் மீதும் இவை ஏற்படுத்தும் விளைவே பெருங்காரணமாகும் (Ponniiah, 2019, BBC News, n.d. & Bathini, 2018).

இந்தியாவில், இணைய ஊடகம் வாயிலாக பரப்பப்பட்ட பிறழ்தகவல்கள் அல்லது திட்டமிட்ட பிறழ்தகவல்களால் விளிம்புநிலை சமூகத்தினர் மீதும் அப்பாவி தனிநபர்கள் மீதும் வன்முறைத் தாக்குதல்கள் நடத்தப்பட்ட சம்பவங்கள் பதிவாகியுள்ளன (Safi, 2018). கூடவே, குறிப்பிட்ட சில அரசியல் கட்சிகளுக்கு ஆதரவாக வாக்காளர் மனதை திசை திருப்புவதற்கும் தேர்தல்களில் வேண்டுமென்றே குன்றுபடிச்செய்யவும் சமூக வலைத்தளங்களைப் பயன்படுத்துவதாகவும் குற்றஞ்சாட்டப்படுகிறது (Ponniiah, 2019). இன்றைய ஊடகவெளியில் பிறழ்தகவல் மற்றும் திட்டமிட்ட பிறழ் தகவலின் எண்ணிக்கை உயர்வுக்கு முக்கியமான காரணமாக நம் காலத்திய தொழிற்நுட்ப வளர்ச்சியைக்கூறலாம், அது செய்தி தொடர்பு முறைமைகளை எளிமைப்படுத்தி தகவல் அணுகக்கூடிய பரவலாக்கியிருக்கிறது. அதே வேளையில், மிக மிக அதிகமான தகவல்களும் அவற்றை சரி பார்த்து பொய்யான தகவல்களை இனம் காண மிகவும் குறைந்த அளவிலான அவகாசமும் உள்ள இக்கட்டான ஒரு காலகட்டத்தில் இருக்கின்றோம்.

* பிறழ்தகவல் மற்றும் திட்டமிட்ட பிறழ்தகவல் என்ற சொற்பிரயோகங்கள் குறித்து - Misinformation and Disinformation - ஆகிய இரண்டு ஆங்கில சொற்களும், உண்மையில்லாத, தவறான, முரண்பாடான, போலியான, பிழையான தகவல்கள் மற்றும் திட்டமிட்டு பரப்பும் அவை போன்ற தகவல்களைக் குறிப்பதற்காக பயன்படுத்தப்படுகின்றன. அதற்கிணையான தனிச்சொல் தமிழில் தற்போது கிடைக்காததால், உண்மையை விட்டு பிறழ்ந்து விட்ட, உண்மையிலிருந்து பிறழ்ந்து போன தகவல் என பொருள் கொள்ளும் பொருட்டு, Misinformation and Disinformation என்பவை முறையே பிறழ்தகவல் மற்றும் திட்டமிட்ட பிறழ்தகவல் எனக் குறிப்பிடப்பட்டிருக்கிறது.

செய்தி ஊடகம் இந்த நிலைமாற்றத்தில் ஓர் முக்கிய அங்கமாக இருக்கிறது. இதழியல் என்பது எதை உள்ளடக்கியது என்ற புரிதலும் எது செய்தியாகிது என்பதும் துரிதகரமான மாற்றத்தை அடைந்திருக்கிறது. இணையவெளி புரட்சி, தகவல் இணக்கத்தை ஜனநாயகப்படுத்தியதோடு மட்டுமல்லாமல் தகவல் உற்பத்தியையும் ஜனநாயகப்படுத்தியுள்ளது. இப்பொழுது ஒரு செய்தி, அவசியமாக ஒரு பத்திரிகையாளராலோ, நிருபராலோ, அல்லது செய்தியாளராலோ வெளியாக வேண்டிய அவசியமில்லாத காலத்தில் இருக்கிறோம், வேண்டிய தொழில்நுட்பத்தின் துணையோடு யாரொருவரும் செய்தியை வெளியிடலாம் என்ற நிலையைக்காண்கின்றோம். ஆகையால், இது இதழியல் நடைமுறைக்கு அடிப்படையானதொரு சவாலைத்தொடுக்கிறது - எது செய்தியாகிறது? தலைப்புச்செய்திகளை இயக்குவது எது? நம்பகரமான செய்தியென்றால் என்ன? மேலும், உண்மையும் பொய்யுமான தகவல்கள் வந்து வெள்ளமாய் பாயும் இந்நேரத்தில், செய்தி தருபவர்களாக தங்களின் பங்கை நிகழ்த்தும் செய்தி ஊடக நிறுவனங்கள், எவ்வாறு தங்கள் நம்பகத்தன்மையையும் தங்களுக்கான இடத்தையும் தொடர்ந்து தக்க வைத்துக்கொள்ளப்போகின்றன?

இந்தச் சூழலில், சென்னையிலுள்ள அமெரிக்கத் துணைத் தூதரகம், ஊடக வளர்ச்சி நிறுவனத்துடன் இணைந்து “பிறழ்தகவல் மற்றும் திட்டமிட்ட பிறழ்தகவல்: இதழியலாளருக்கான ஒரு கையேடு” எனும் தலைப்பில் இந்த கையேட்டை வழங்குகிறது. இது 2019 ஜூலை - செப்டெம்பர் மாதங்களில் தென்னிந்தியாவில் நடத்தப்பெற்ற தொடர் பயிலரங்குகளில் அமெரிக்க மற்றும் இந்திய தகவல் சரி பார்க்கும் வல்லுநர்கள் நடத்திய உரையாடல்கள், தமிழ், மலையாளம், மற்றும் கன்னட மொழிகளின் மூத்த இதழியாலாளர்களுக்குள் நடந்த கலந்துரையாடல்கள், செய்தி ஒழுங்கமைவோர் மற்றும் இதர இதழியலாளர்கள் கூறிய கருத்துகள் ஆகியவற்றில் இருந்து எடுக்கப்பட்ட முக்கியமான கருத்துகள் இதில் இடம்பெற்றிருக்கின்றன.

பொருள் விளக்கங்கள்

தகவல்கள் பல்வேறு படிநிலைகளில் பல்வேறு பங்கேற்பாளர்களால் பல்வேறு நோக்கங்களோடு திரிக்கப்படுவதற்கு வாய்ப்புகள் உண்டு. நாம் வேண்டுமென்றே திரிக்கப்பட்டு மக்களிடம் தவறான தகவலையளிப்பதற்காக உருவாக்கப்பட்ட தகவல்களையும், அவ்வாறல்லாத தவறான, நோக்கங்களற்ற பிழையான தகவல்களையும் பிரித்து வேறுபடுத்திக் காண்கிறோம். “இதழியல், ‘போலிச் செய்திகள்’ மற்றும் திட்டமிட்ட பிறழ்தகவல்: இதழியல் கல்வி மற்றும் பயிற்சிக்கான கையேடு” (“Journalism, ‘Fake News’ and Disinformation: A Handbook for Journalism Education and Training”) என்ற தலைப்பிலுள்ள, UNESCO அமைப்பின் கையேடு சில அடிப்படை பொருள் விளக்கங்களை தெளிவுபடுத்த உதவுகிறது.

பிறழ்தகவல் - ஒரு தவறான தகவல், ஆனால் தீங்கு விளைவிக்கும் எண்ணத்தோடு உருவாக்கப்பட்டதல்ல.

திட்டமிட்ட பிறழ்தகவல் - ஒரு தவறான தகவல், வேண்டுமென்றே ஒரு நபருக்கோ, சமூகத்துக்கோ, அமைப்பிற்கோ அல்லது ஒரு நாட்டிற்கோ தீங்கு விளைவிக்கும் வண்ணம் உருவாக்கப்பட்டது.

இத்தகையச் சூழலில் பொதுவாக பயன்படுத்தப்படும் பதமான “போலிச் செய்தி”யை UNESCO மற்றும் பிற சர்வதேச அமைப்புகள் ஏற்றுக்கொள்ளவில்லை. உதாரணமாக “தகவல் ஒழுங்கின்மை” என்ற தலைப்பிலான ஐரோப்பிய சபையின் அறிக்கை போலிச் செய்தி என்ற பதத்தை பயன்படுத்த அறிவுறுத்துவதில்லை. ஏனென்றால் இன்று இருக்கும் “தகவல் மாசுபாட்டை” விளக்குவதற்கு அந்த பதம் போதாது என்று கருதுகிறது, மேலும் உலகெங்கிலும் உள்ள செய்தி ஊடகங்களின் நம்பகத்தன்மைக்கு கேடு விளைவிக்கும் விதமாக அரசியல்வாதிகளும் அந்த பதத்தை பயன்படுத்துவது அதிகரித்து வருவதும் ஒரு காரணமாகும் (வார்டில், 2017).

பிறழ்தகவல்/திட்டமிட்ட பிறழ்தகவலின் வகைகள்

க்ளேயர் வார்டில், ஃபர்ஸ்ட் ட்ராஃப்ட் நியூஸின் எக்ஸ்ப்ளிக்யூடிவ் எடிட்டரும், ஐரோப்பிய சபையின், “தகவல் ஒழுங்கின்மை” அறிக்கையின் இணை ஆசிரியருமாவார். அவர் ஏழு விதமாக பிறழ்தகவல்/திட்டமிட்ட பிறழ்தகவலை வகைப்படுத்துகிறார். அவை:

1. அங்கதம் அல்லது பகடி - ஏமாற்றக்கூடிய சாத்தியமுள்ள ஒரு தகவல் ஆனால் தீங்கு விளைவிக்காதது.
2. தவறாகவழி நடத்தக்கூடியவை - ஒரு தகவலைப்பயன்படுத்தி தனிநபரையோ அல்லது ஒரு விஷயத்தையோ தவறாக சித்தரிக்க முயலுதல்
3. மூல ஆதாரங்கள் மாற்றப்பட்டவை - அசலான மூல ஆதாரங்களை மாற்றிப்பயன்படுத்துதல்
4. புணையப்பட்டவை - முற்றிலும் உண்மையற்ற உள்ளடக்கத்தைக் கொண்டது, தீங்கு விளைவிக்கக்கூடியது.



மூல ஆதாரம்: ஏழு வகையான பிறழ்தகவல் மற்றும் திட்டமிட்ட பிறழ்தகவல், ஃபர்ஸ்ட் ட்ராஃப்ட், கிளேயர் வார்டில் (2017)

5. பொய்யான தொடர்புடையவை - தலைப்புகளுக்கும், காணொளிகளுக்கும் அடிக்குறிப்புகளுக்கும் தொடர்பில்லாதிருப்பவை.
6. பொய்யான சூழலையுடையவை - ஒரு அசலான உள்ளடகத்தை பொய்யான சூழ் நிலையோடு இணைத்து வெளியிடல்.
7. திரிக்கப்பட்டவை - ஒரு அசலான தகவல் திரிக்கப்படுதல், குறிப்பாக ஒரு புகைப்படத்தையோ அல்லது காணொளியையோ திரித்து ஏமாற்றுதல்.

ஆழமான போலிகள் (Deep Fakes)

மேற்கூறிய பிறழ்தகவல்களும் திட்டமிட்ட பிறழ்தகவல்களும் தொடர்ந்த, கடுமையான தகவல் சரி பார்க்கும் முறை மூலம் கண்டறியப்பட்டு விடலாம். துறைசார்ந்த வல்லுநர்கள் மற்றும் இதழியல் அனுபவம் துணை புரியும். ஆனால், தொழில் நுட்பத்துணைக்கொண்டு பரவும் போலி ஒலிக்குறிப்புகளும் காணொளிகளும் தீவிரமான பிரச்சினையாக உருவெடுத்துள்ளது. அவையே “deep fakes” ஆழமான போலிகள் என்று அழைக்கப்படுகின்றது, அவை (A.I.) செயற்கை நுண்ணறிவு துணைக்கொண்டு உருவாக்கப்படுவதால் அவற்றை கண்டுபிடித்து கட்டவிழ்த்தல் என்பது சிரமமான காரியமாக இருக்கிறது. செயற்கை நுண்ணறிவு மென்பொருளானது ஒரு நபரின் காணொளியை திரித்து வேறொரு “மாற்று உண்மையை” உலகிற்கு காட்டிவிடக்கூடியது. இதை போன்ற தொழில்நுட்பங்கள் பிறரது குரல்களை போலச்செய்து போலியான ஒலிக்குறிப்புகளை உண்டாக்குகிறது (BBC, 2018).

ஓப்பாய்வு/தகவல் சரிபார்த்தலுக்கான கருவிகள்

சமூக ஊடகங்களில் பரவும் படங்கள் மற்றும் காணொளிகளே பிறழ்தகவல் மற்றும் திட்டமிட்ட பிறழ்தகவலின் வழமையான வடிவங்களாகும். ஒரு படம் அல்லது காணொளி உண்மையானதா அல்லது பொய்யானதா என சரி பார்க்க குறிப்பிட்ட சில கருவிகள் உதவலாம். இந்தக் கருவிகள் அனைவரும் பயன்படுத்தும் விதம் இணையதளத்திலேயே இலவசமாகக் கிடைக்கிறது. பின்வரும் பகுதிகள் அக்கருவிகள் குறித்தும் அதன் பயன்பாட்டைக் குறித்தும் விளக்குகின்றன.

படங்களைச் சரி பார்த்தல் (Image Verification)

தேடு கருவிகள் (Search Tools)

கூகுளின் ரிவர்ஸ் இமேஜ் சேர்ச் (Google's Reverse Image Search)

Google's Reverse Image Search என்பது Search engine-ல் இருக்கும் ஒரு அம்சமானது. நாம் சரி பார்க்க எடுத்துக்கொண்ட ஒரு படத்தை வைத்து பார்ப்பதற்கு அது போலவே இருக்கும் மற்ற படங்களோடு ஒப்பிட்டு, அதன் மூலத்தைக் கண்டுபிடிக்க உதவி செய்யும்.

இந்த ரிவர்ஸ் இமேஜ் சேர்ச் (Reverse Image Search) என்பதைக்கொண்டு இணையதளத்தில் உள்ள எந்தவொரு படத்தையும் அதன் linkகைக் கொண்டு கண்டுபிடிக்கலாம். மேலும் பயனாளர் தங்கள் மின்னணு கருவிகளில் சேமித்து வைத்திருக்கும் படங்களையும் கண்டுபிடிக்கலாம்.

Reverse Image search - ஐ எவ்வாறு பயன்படுத்துவது

Google Chrome - ல்

கூகுள் க்ரோமில் உள்ளிணைந்த ரிவர்ஸ் சர்ச் வசதி உண்டு, "Search Google for image" என்பதை க்ளிக் செய்தால் தானாகவே அந்த படத்தை google-ல் தேட ஆரம்பித்துவிடும். இந்த வசதியை பயன்படுத்த படத்தின் மேல் right click செய்து "Search Google for image" என்பதை க்ளிக் செய்ய வேண்டும்.

மற்ற உலாவிகளில் (On other browsers)

1. <https://images.google.com> என்ற இந்த உரலிக்குச் செல்ல வேண்டும், அல்லது Googleக்கு சென்று Images-ஐ க்ளிக் செய்யுங்கள்.
2. கேமரா ஐகானுடைய "Search by image-ஐ" க்ளிக் செய்யுங்கள்.

3. உங்கள் தேடுதலின் தேவைக்கேற்ப “Paste image URL” அல்லது “Upload an image” என்பதைத் தேர்ந்தெடுத்துக்கொள்ளுங்கள்.
4. “Search by image” என்பதை க்ளிக் செய்யும் போது, அசல் படத்திற்கு இணையான கட்டுரைகள், உரலிகள் மற்றும் அதை ஒத்த படங்கள் தேடுதலில் கிடைக்கும். அந்த படம் இடம்பெற்ற வலைத்தளங்களுக்கும் அந்தப் படத்தைப்பற்றிய மேலதிக தகவல்களுடன், தேடுதலின் முடிவுகள் இட்டுச்செல்லும்.



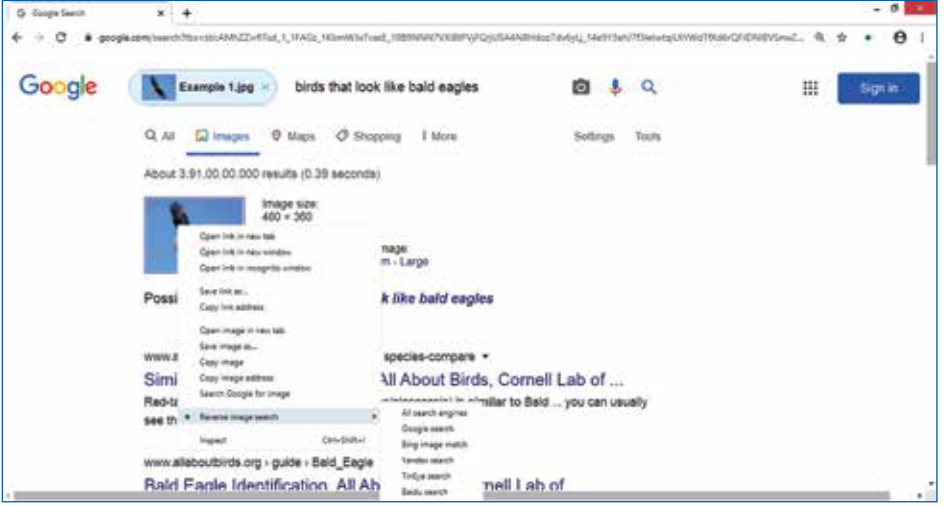
மொபைல் ஃபோன் பயனாளர்களுக்கு

ஸ்மார்ட் ஃபோன்களில், images.google.com (<https://images.google.com>) என்ற தளத்திற்குச் செல்லுங்கள், பிரவுசரின் மேலே வலது மூலையில் நெடுக்க இருக்கும் மூன்று புள்ளிகளை அழுத்த வேண்டும். அதில் கொடுக்கப்பட்டு உள்ளவைகளில், “Desktop Version” என்பதை தேர்ந்தெடுங்கள், அது உங்களை மடிக்கணிணி அல்லது மேசைக்கணிணியில் Google Images பக்கம் எப்படி இருக்குமோ அதுபோன்ற பக்கத்திற்கே இட்டுச்செல்லும்.

RevEye Reverse Image Search: பல்வேறு “Search Engine” கள் மூலம் தேடுதல்

கூகுளைத்தவிர்த்து வேறுபல “Search Engine” களும் படங்களைத் தேடுவதற்கு பயன்படுகின்றன.

RevEye Reverse Image Search என்பது Chrome webstore - ல் உள்ள Google Chrome Extension - இல் கிடைக்கிறது. இந்தக் கருவி பயனாளர்களை Google, Yandex, Bing, Baidu, மற்றும் TinEye போன்ற பல்வேறு search engine - களில் படங்களைத்தேடிக்கொள்ள உதவுகிறது. பயனாளர்கள் RevEye Reverse Image Search என்பதை தங்களது ப்ரவுசர்களில் ஒரு நீட்டிப்பாக இணைத்துக்கொள்ள வேண்டும்.



சில குறிப்புகள்

1. Google Reverse Image Search - ஐ பயன்படுத்தி தேடும் போது அது சார்ந்த கட்டுரைகளும், அதே போன்ற படங்களும் முடிவில் வந்தால் பின்பு, அந்த படங்கள் புதிதானவையல்ல ஏற்கனவே இருக்கும் ஒன்றுதான் என்று புரிந்துக்கொள்ள வேண்டும். அவையில்லாமல் புதுப்படங்களும் தேடுதல் முடிவில் வரக்கூடும்.
2. Reverse image search செய்யும் போது, படங்களோடு வரக்கூடிய வார்த்தைகளையும் கவனமாக பார்க்க வேண்டும், அந்த எழுத்துகள் படத்திற்கான சூழலையும் பொருளையும் விளக்கலாம். தேடுதலை மேம்படுத்த குறிப்பு சொற்களை உங்கள் தேவைக்கேற்ப மாற்றியும் தேடிப்பார்க்கலாம்.
3. Reverse image search - ஐ அடுத்தடுத்து இரண்டு முறை பயன்படுத்துவதன் மூலம் அந்த படம் தோன்றிய காலம் நேரத்தை இன்னும் நெருங்கிக் கண்டுபிடிக்கலாம்.
4. சமயங்களில் படங்களின் தொகுப்பை தகவல் சரி பார்க்கும்படி வரலாம், அதாவது மீம்ஸ் போன்றவைகள் ஒன்றுக்கும் மேற்பட்ட படங்களோடு சில வார்த்தைகளோடு இருக்கும், அந்த மாதிரி நேரங்களில் குறிப்பிட்ட பாகத்தை மட்டும் கத்தரித்து, அதை மட்டும் தனியாக தகவல் சரிபார்க்கலாம்.

கத்தரிக்கும் கருவிகள் (Cropping Tools)

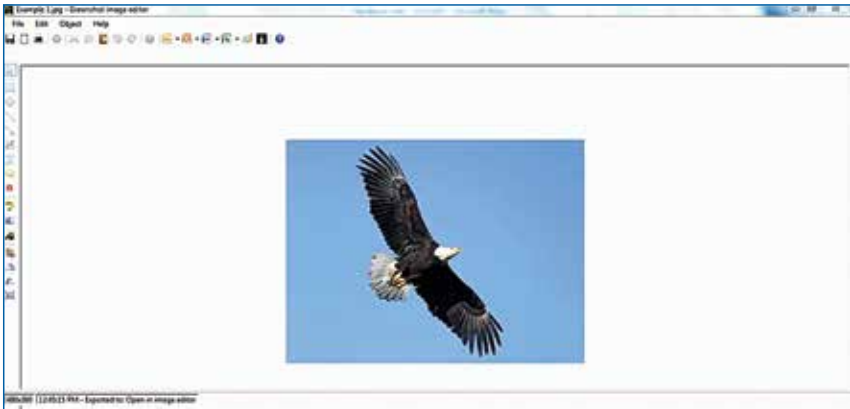
ஆசம் ஸ்கீர்ன்ஷாட் (Awesome Screenshot)

Awesome Screenshot என்பது படங்களை வெட்டி கத்தரித்தல், குறித்துக்கொள்ளுதல் மங்கலாக்குதல் போன்று இன்னும் பல்வேறு அம்சங்களையுடையது. இதனால் முழு திரையையும் ஸ்கீர்ன் ஷாட் எடுக்கவும் முடியும் தேவைப்பட்டால் வேண்டிய பகுதியை மட்டும் தனியாக ஸ்கீர்ன் ஷாட் எடுக்கவும் இயலும். இது கூகுள் க்ரோமில் நீட்டிப்பாகக்கிடைக்கிறது.



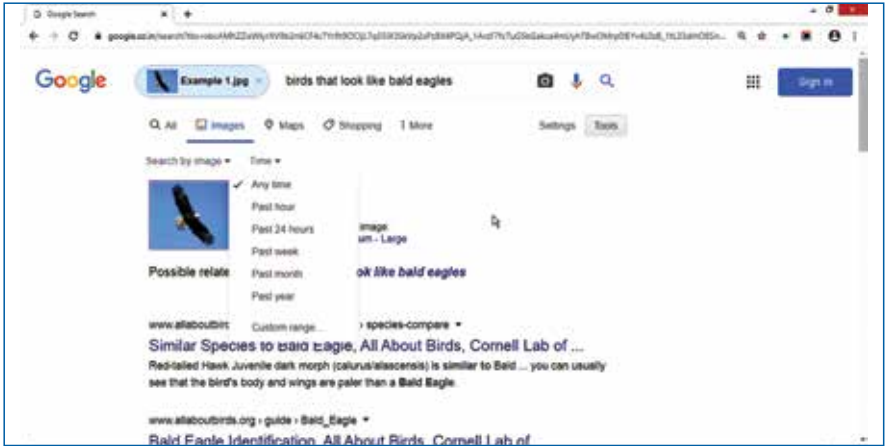
கீர்ன்ஷாட் (Greenshot)

கீர்ன்ஷாட் என்பது ஆசம் ஸ்கீர்ன்ஷாட்டைப்போன்றது. இதுவும் ஸ்கீர்ன்ஷாட், குறிப்பெடுத்தல் மற்றும் படங்களைக்கத்தரித்தல் போன்ற செயல்களைச்செய்யும். இது மைக்ரோசாஃப்ட் விண்டோஸிற்கும் பொருத்தமானது.



Time Filter - படங்கள் சரி பார்த்தலை எளிமையாக்குதல்

Time filter ஆனது, ஒரு குறிப்பிட்ட கால அளவில் உள்ள படங்களைத்தேட உதவி புரியும். இது இந்த நேரத்தில், இந்த நிகழ்ச்சியின் போது எடுக்கப்பட்ட படம் என்று குறிப்பிட்டு வரும் படங்களை சரிபார்க்க சரியான கருவியாகும். கூகுளில் படங்களைத் தேடும் போது, பயனாளர்கள் Tools section - ஐ பயன்படுத்தி கால அடிப்படையில் தேடுதலை எளிதாக்கிக்கொள்ளலாம். அதை செய்வதற்கு Tools - ஐ க்ளிக் செய்து, Time drop-down வரிசையிலிருந்து உங்களுக்கு தேவையான கால அளவை (கடந்த ஒரு மணி நேரம், கடந்த 24 நேரம், கடந்த ஒரு வாரம், கடந்த ஒரு மாதம், கடந்த ஒரு வருடமென்று.) தேர்ந்தெடுத்துக்கொள்ளுங்கள்.



சில குறிப்புகள்

1. பயனாளர்களால் உருவாக்கப்பட்ட அனைத்து தகவல்களையும் சரி பார்க்க வேண்டும்.
2. தகவல் சரி பார்க்க வேண்டிய படத்தையோ காணொளியையோ சேமித்து வைக்க வேண்டும். Wayback Machine (<https://archive.org/web>) மற்றும் archive.is (<https://archive.is>) ஆகியவை இரண்டு ஆன்லைன் சேமிப்பு தளங்களாகும், உங்கள் படங்கள், காணொளிகள், மற்றும் உரலிகளை அங்கும் சேமித்து வைத்துக்கொள்ளலாம்.
3. தேடுதலில் சிறப்பான முடிவுகள் பெறுவதற்கு, reverse image search க்கான keyword text - ஐ மாற்றிக்கொள்ளலாம்.

4. EXIF அல்லது Exchangeble Image File Format டேட்டா என்பது கூகுளில் தேடப்படும் ஒரு படத்தைப்பற்றிய முக்கியத் தகவலைப்பெற வழிவகுக்கும். EXIF டேட்டா என்பது படத்தை எடுக்க பயன்படுத்தப்பட்ட கேமரா, எக்ஸ்போஷர் நேரம், ஷட்டர் ஸ்பீட் போன்ற தகவல்களைக்குறிப்பதாகும். இது ஒரிஜினல் படத்தை கண்டடைய உதவும்.
5. ஒரு படத்தை முதலில் இணையத்தில் ஏற்றியவரை கண்டு பிடிப்பது அவசியமானது. அது வலைத்தளமாகவோ அல்லது ஒரு படங்களைச் சேமிக்கும் கிடங்காகவோ இருக்கலாம்.
6. பயனாளர்கள் ஒரு படத்தின் மூலத்தை அறிய பெரும்பான்மையான சமயங்களில் தங்களது அவதானிக்கும் திறனையும் கணிக்கும் திறனையும் பயன்படுத்த வேண்டும்.

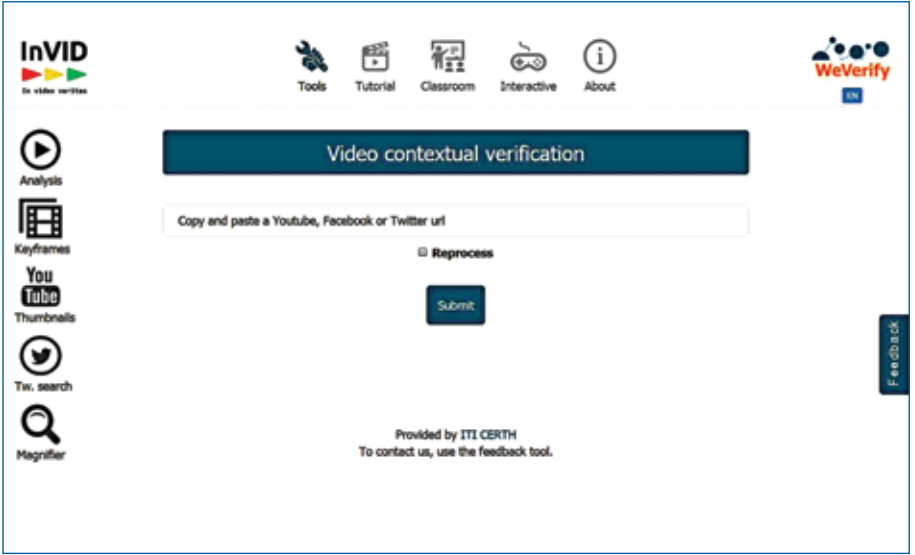
காணொளிகளை சரி பார்த்தல் (Video Verification)

படங்களின் அசையும் தொகுப்பே காணொளிகளாகும். ஆகையால், பொய்யான படங்களைக்கண்டுபிடிக்க பயன்படுத்திய கருவிகளே, பொய்யான காணொளிகளையும் கண்டுபிடிக்க பயன்படும் கருவிகளாகும். எனினும் ஒரு வீடியோவை பல்வேறு ஸ்கிரீன்ஷாட்டுகளாகவோ அல்லது படங்களாகவோ எடுத்துக்கொண்டு ஒப்பாய்வை தொடங்க வேண்டும். பின்குறிப்பிடப்பட்டுள்ள கருவிகள் காணொளிகள் சரிபார்ப்பதற்கு உதவி புரியும்.

இன்விட் (InVid)

இன்விட் என்பது Google Chrome Store - ல் இருக்கும் ஒரு முக்கியமான தகவல் சரிபார்த்தல் கருவியாகும். பொய்யான காணொளிகளை கண்டுகொள்ள பல்வேறு வழிவகைகளைக்கொண்டுள்ள ஒரு கருவியாகும். ஒரு காணொளியை பல்வேறு துண்டுகளாகவும், பெரிது படுத்திப்பார்க்கும் வகையிலும், டிவிட்டரில் தேடவும் InVid உதவுகிறது. YouTube, Facebook மற்றும் Twitter காணொளிகளை தகவல் சரி பார்க்க InVid உதவுகிறது. InVid - ஐ நீங்கள் கூகுள் பிரவுசரிலும் நீட்டிப்பாக்கிக்கொள்ளலாம்.

ஒரு காணொளியை சரி பார்க்க, முதலில் அதை படத்துண்டுகளாக பிரித்துக்கொள்ள வேண்டும். InVid காணொளியை படத்துண்டுகளாக பிரித்து reverse image search செய்ய வழிவகுக்குகின்றது. பின்வரும் முறைகளில் InVid யை பயன்படுத்தலாம்:



1. InVid plugin - ஐ கூகுள் க்ரோம் ப்ரவுசரில் நிறுவ வேண்டும்.
2. URL text field- ல் InVid icon தோன்றும். அந்த icon- ஐ க்ளிக் செய்து InVid- ஐ திறந்துக்கொள்ளலாம்.
3. தளத்தில் கொடுக்கப்பட்டிருப்பவற்றில் Keyframes என்பதை தேர்வு செய்து கொள்ளவும்.
4. “Insert Video URL” பெட்டியில், காணொளியின் லிங்கை paste செய்து Submit கொடுக்கவும். மாறுதலாக பயனாளர்கள், தங்கள் கணினியில் உள்ள காணொளிகளையும் upload செய்து தகவல் சரி பார்த்துக்கொள்ளலாம்.
5. காணொளிகள் படத்துண்டுகளாக பிரிக்கப்பட்டு கீழே கொடுக்கப்படும். ஒவ்வொரு படத்துக்கும் தனித்தனியாக பயனாளர்கள் Google reverse image search செய்து கொள்ளலாம். InVid அதனுள்ளேயே அதற்கான செயல்முறையைக்கொண்டுள்ளது நீங்கள் left click செய்து பயன்படுத்திக்கொள்ளலாம்.

குறிப்பு: Yandex மற்றும் Baidu போன்ற இன்ன பிற பிரவுசர்களிலும் InVid - ஐ கொண்டு தகவல் சரிபார்த்துக்கொள்ளலாம்.

யூடியூப் டேட்டா வியூவர் (YouTube Data Viewer)

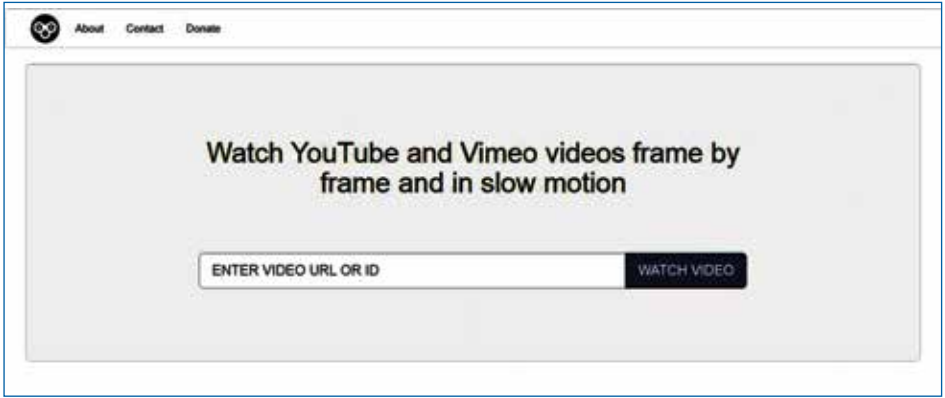
Amnesty International - ஆல் நடத்தப்படும் தளம் YouTube Data Viewer ஆகும். இது ஒரு கானொளி YouTube Data viewer - ல் எந்த நேரத்தில் பதிவேற்றம் செய்யப்பட்டது என்ற சரியான நேரத்தையும் கானொளியின் படத்துண்டுகளையும் கொடுத்துவிடும். இந்த கருவி தானாகவே கூகிளில் reverse image search செய்வதற்கான வாய்ப்பை வழங்கி விடுகிறது.



1. இந்த கருவியை நிறுவ இந்தத்தளத்தில் சென்று (<https://citizenevidence.amnestyusa.org>) log in செய்ய வேண்டும்.
2. Search box - ல் YouTube link - ஐ paste செய்ய வேண்டும்.
3. YouTube Data Viewer கானொளியிலிருந்து பல்வேறு படத்துண்டுகளைக் கொடுத்தவுடன் அதில் சென்று “reverseimagesearch” என்பதைச் சொடுக்கி கூகுளில் தகவல் சரி பார்த்துக்கொள்ளலாம்.

வாட்ச் ஃப்ரேம் பை ஃப்ரேம் (Watch Frame by Frame)

Watch Frame by Frame என்பது இணையத்தில் கிடைக்கும் இன்னொரு தகவல் சரிபார்க்கும் கருவி, அது கானொளியை நிதானமாக வேகத்தில் பார்க்க உதவுகிறது. இந்த கருவியின் உதவியோடு சாதாரணமாகப்பார்க்கும் போது விடுபட்டுவிடும் சில முக்கியமான விஷயங்களை கானொளியின் வேகத்தை குறைத்து நிறுத்தி நிதானமாக பார்க்கலாம். இந்த கருவியை watchframebyframe.com என்ற தளத்தில் இருந்து பெறலாம்.



சில குறிப்புகள்

1. எப்போதும் சரி பார்க்க வேண்டிய காணொளியை தரவிறக்கம் செய்து சேமித்து வைத்துக்கொள்ள வேண்டும்.
2. காணொளிகள் உள்ள உரலியையும் (URLs) சேமித்து வைக்க வேண்டும்.
3. Facebook, YouTube மற்றும் Twitter போன்ற சமூக வலைத் தளங்களிலும் தகவல்களைத் தேடிச் சரிபார்க்கலாம்.
4. சமூக வலைத்தள காணொளிகளோடு கொடுக்கப்பட்டிருக்கும் கருத்துகளானது பெரும்பாலும் அனைத்து தளங்களிலும் ஒரே மாதிரியாகத்தான் இருக்கும். ஒரு குறிப்பிட்ட சொற்றொடரோடு வாட்ஸ் அப்பில் உலா வரும் ஒரு போலி வீடியோ, அதே சொற்களோடுதான் ஃபேஸ்புக் மற்றும் ட்விட்டரிலும் பெரும்பாலும் இருக்கும்.
5. பயனாளர்கள் அந்த சொற்களைக்கொண்டு காணொளிகளைத் தகவல் சரி பார்க்கலாம்.
6. “Reverse image search” சரியான தேடுதல் முடிவுகளை அளிக்கவில்லையெனில் keyword - ஐ மாற்றி தேடிப்பார்க்க வேண்டும்.
7. யூடியூபிலேயே காணொளிகளின் வேகத்தைக் குறைத்துப்பார்ப்பதற்கான வசதியிருக்கிறது. இது காணொளிகளை தெளிவாகப் பார்த்து ஆராய்வதற்கு வழிவகுக்கும்.

ஜியோ-லோகேஷன் (Geo-location)

ஜியோ-லோகேஷன் என்பது படங்கள் மற்றும் காணொளிகளில் உள்ள இடங்களை வரைப்படங்கள்/maps போன்ற கருவிகளைப் பயன்படுத்தி

கண்டுபிடிப்பதாகும். இது வைரலாகும் படங்கள் மற்றும் காணொளிகளின் நம்பகத்தன்மையை சரிபார்க்க சிறந்த வழியாகும். Google Maps, Bing Maps, Wikimapia, மற்றும் Yandex maps போன்ற கருவிகளையும் geo-location - க்காக பயன்படுத்திக்கொள்ளலாம்.

படங்கள் மற்றும் காணொளிகளில் சில குறிப்பிட்ட விஷயங்களை கூர்ந்து நோக்குவதன் மூலம் இடங்களை நெருங்கி விடலாம். உதாரணமாக:

1. தெருக்களின் அமைப்புகள் - தெருக்களின் அமைப்பு சில குறிப்பிட்ட இடத்தைக்குறிக்கும் விதத்தில் பிரத்யேகமாக இருக்கலாம்.
2. சிலைகள் மற்றும் நினைவுச்சின்னங்கள் - ஒரு குறிப்பிட்ட இடத்தின் சமூக கலாச்சார வரலாற்றை குறிக்கும் விதமாக சிலைகள் மற்றும் நினைவுச்சின்னங்கள் அடையாளமாக விளங்கலாம், ஆகையால் அவை முக்கியமான குறியீடுகள்.
3. கட்டடங்களின் வடிவமைப்பு - கட்டடங்களின் வடிவமைப்பு அந்த பகுதியின் சமூக கலாச்சார தாக்கங்களை வெளிப்படுத்தக்கூடும்.
4. தெருப்பெயர்கள் மற்றும் கடை முகப்புகள்: கடையின் பெயர்ப்பலகைகள் மற்றும் விளம்பர பலகைகள் ஒரு பகுதியின் அடையாளத்தை கண்டுபிடிக்க உதவி புரியும். பலகைகளின் உள்ள மொழியும் இடத்தைக்கண்டுபிடிக்க உதவும்.
5. வாகனங்களின் நம்பர் பலகைகள்: வாகனங்களின் நம்பர் பலகைகள் அந்தந்த மாநிலங்களுக்கும் தேசங்களுக்கும் தனித்து உரியவையாதலால், அவையும் முக்கியமான குறியீடாகும்.

கூகுள் மேப்ஸ் (Google Maps)

கூகுள் மேப் சேவை geo-location செய்வதற்கு பெரும் உதவி புரிகிறது. ஏரியல் வியூ படங்கள், சாட்டிலைட் புகைப்படங்கள், தெருக்களின் 360 டிகிரி காட்சி, ட்ராஃபிக் வழிகள், மற்றும் பொது போக்குவரத்து அறிவிப்பு போன்ற சேவைகளை Google Maps வழங்குகிறது. மேலும் பல ஆண்டுகளாக சேகரிக்கப்பட்ட படங்களின் தொகுப்பாகவும் விளங்குகிறது. இந்த சேவை உலகின் ஒரு குறிப்பிட்ட இடத்தின் கடந்த கால புகைப்படங்களை கண்டறிய உதவுகிறது.

கூகுள் ஸ்ட்ரீட் வியூ (Google Street View)

கூகுள் ஸ்ட்ரீட் வியூ என்பது Google Maps - ன் பிரத்யேகமான ஒரு அம்சமாகும். கூகுள் மற்றும் அதன் பயனாளர்கள் எடுத்த தெருக்களின்

புகைப்படத் தொகுப்பே ஸ்ட்ரீட் வியூ ஆகும். அந்த புகைப்படங்கள் அகலமான பரப்புத்தன்மைக்கொண்டதால் பயனாளர்கள் தத்ரூபமாக அவ்வுலகைக்காணலாம்.

கூகுள் மேப்ஸில் ஸ்ட்ரீட் வியூவை பார்ப்பதற்கு பின்வருவனவற்றை செய்ய வேண்டும்:

1. [google.com/maps](https://www.google.com/maps) (<https://www.google.com/maps>) என்ற தளத்திற்குச் செல்ல வேண்டும்.
2. திரையின் இடது பக்க மூலையில் உள்ள Menu button - ஐ அழுத்த வேண்டும்.
3. Menu விலிருந்து Street View option - ஐ க்ளிக் செய்ய வேண்டும். மேப்பிலிருக்கும் நீல புள்ளிகள் street view வசதி இருக்கும் இடங்களை அடையாளங்காட்டும். திரையின் வலது ஓரத்தில், பெக்மேன் என்ற மஞ்சள் நிற மனித பொம்மையொன்று இருக்கும்.
4. அந்த பெக்மேனை இழுத்து மேப்பில் இருக்கும் ஏதேனும் ஒரு நீல புள்ளியில் விட்டால் அந்த குறிப்பிட்ட இடத்தின் ஸ்ட்ரீட் வியூவைக்காணலாம். பயனாளர்கள் அங்கு சென்றுவிட்டால் அங்குள்ள இடத்தினை பெரிது படுத்தியும் அகலமான பார்வையிலும் காணலாம்.



கூகுள் எர்த் (Google Earth)

Google Earth என்பது சாட்டிலைட் வழியாக எடுக்கப்பட்ட பூமியின் ஹை ரெசலேசன் காட்சிகளாகும். இது பூமியின் 3D வடிவக்காட்சியை அளிக்கக்கூடியதாகும். இதை உங்கள் கைப்பேசி, மற்றும் கணினியிலிருந்தும் பார்க்கலாம்.

மேப்பிலரி (Mapillary)

Mapillary என்பது பங்களிப்பாளர்கள் பகிரும் தெருக்களின் புகைப்படத்தொகுப்பைக்கொண்டு இயங்கும் இன்னுமொரு மேப்பிங் தளமாகும், சிறப்பு தொழில்நுட்பங்கொண்டு இடங்களை மேப் செய்து 3D வடிவத்தைக்கொடுக்கிறது. இந்தியாவின் சில பகுதிகளை உள்ளடக்கியுள்ள Mapillary ஒரு crowd-sourced தளமாகும். மக்கள் நிதியால் இயங்கும் தளம் ஆகையால், புகைப்படங்களின் பதிவேற்றம் பொதுமக்களின் ஆர்வத்தை பொறுத்தது. Mapillary கருவியில் படங்களை சாய்த்தோ அகலப்படுத்தியோ பார்க்க இயலாது.



சில குறிப்புகள்

1. Geo-location செய்து தகவல் சரிபார்க்க காணொளியை எப்போதும் முழுவதுமாக பார்க்க வேண்டும்.
2. கேமிரா கோணங்களில் ஏதேனும் மாற்றம் உள்ளதா என்று பார்க்க வேண்டும். சாய்த்து, பெரிதாக்கி, அகலமாக அல்லது நிலை நிறுத்தி பார்க்கும் போது முக்கியமான விஷயங்கள் பிடிபடலாம்.
3. ஒரு பகுதியின் அடையாளச்சின்னங்களை வைத்து தேடுதல் செய்யும் போது காணொளிகளில் உள்ள பகுதியைக்கண்டுகொள்ள முடியும். உதாரணத்திற்கு, “பெங்களூரு நினைவுச்சின்னம்” அல்லது “சென்னை தேவாலயங்கள்” என்ற தேடுதல் குறிப்பிட்ட ஒரு இடத்தைக்குறித்த முடிவுகளை வழங்கலாம்.

4. காணொளியில் இருக்கும் ஒலியை கவனமாக கேட்க வேண்டும். மொழி, வழக்கு, பெயர்கள், இடங்கள் மற்றும் பிற முக்கியமான தகவல்களை காணொளியின் ஒலியைக்கவனமாக கேட்டால் கண்டுபிடித்துவிடலாம்.
5. காணொளிகள் மற்றும் படங்களில் உள்ள சில இடங்களை Street View காட்டாது. அத்தகைய நேரங்களில் மேலிருந்து பார்க்கும் வகையில் ஒரு கழுகுப்பார்வையில் பார்க்கும் வாய்ப்பு இருக்கிறதா என்று பார்க்க வேண்டும்.

குறிப்பு: Crowd-sourced mapping platforms - ல் பதிவேற்றம் செய்யப்பட்டிருக்கும் படங்களின் metadata வானது பல சமயங்களில் முக்கியமான விஷயங்களை வெளிப்படுத்திவிட வாய்ப்பு உண்டு. இது ஒரு பயனாளர் புகைப்படத்தை பதிவேற்றம் செய்யும் போது location setting - ஐ திறந்து வைத்திருந்தால் மட்டுமே சாத்தியம். எனினும் geo-tagged படங்கள் மற்றும் படங்களின் EXIFடேட்டாவை திருத்தி கோளாறு ஏற்படுத்த வாய்ப்பு உண்டு. ஆகையால் geo-tagged புகைப்படங்களும் படங்களும் ஒரு படத்தில் உள்ள இடத்தை கண்டுபிடிப்பதற்கு ஒரு சரியான தொடக்கபுள்ளியாகும்.

மூலத்தகவல்/ஆதாரத்தை சரி பார்த்தல் (Source Verification)

ஒரு இதழியலாளருக்கு மூலத் தகவலென்பது மிக முக்கியமான ஒன்றாகும். அது நம்பிக்கையானதாகவும், நம்பகத் தன்மையுடையதாகவும் இருக்க வேண்டும். இந்த இணைய யுகத்தில், இதழியலாளர்கள் எப்போதும் இணைய மற்றும் சமூக வலைத் தளங்களையே தங்கள் தகவல்களுக்காக நம்பியிருக்கின்றனர். ஆகையால் பிறழ்தகவலும் திட்டமிட்ட பிறழ்தகவலும் மலிந்து கிடக்கும் சமூக ஊடகங்களில் கவனமாக இருப்பது அவசியம்.

போலிக்கணக்குகளையும் வலைத்தளங்களையும் கண்டறிவது எப்படி

வலைத்தளங்களையும் போலிக்கணக்குகளையும் கண்டறிவதற்கு கேட்க வேண்டிய அவசியக் கேள்விகள்:

1. கணக்கு மற்றும் வலைத்தளத்தின் தன்மை

- கணக்கு அல்லது வலைத்தளம் பார்ப்பதற்கு உண்மையானது போன்று இருக்கிறதா? எப்போது இந்த கணக்கு அல்லது வலைத்தளம் தொடங்கப்பட்டது?
- எவ்வளவு நேரத்திற்கு ஒரு முறை தகவல் பதிவேற்றம் நடைபெறுகிறது? எங்கிருந்து பதிவு போடுகிறார்கள்?

- இந்த கணக்கை வைத்திருப்பவர் வேறு ஏதாவது தளத்தில் கணக்கு வைத்திருக்கிறாரா?

2. செய்திக்கும் அவர்களுக்குமான தொடர்பு

- கணக்கு வைத்திருப்பவருக்கும் அல்லது வலைத்தளத் திற்குமான தொடர்பு என்ன?
- கணக்காளின் கடந்த கால பதிவுகளும் பதிவேற்றங்களும் என்ன சொல்கிறது?
- பதிவேற்றம் செய்யப்பட்ட செய்திகளின் தரம் எப்படி இருக்கின்றது.
- கதையின் விவரிப்பு மற்றும் கருப்பொருள் மற்ற ஊடகங்களின் கூற்றோடு ஒத்துப்போகிறதா என்று பார்க்க வேண்டும்.

Whois.com

இந்த தளமானது வலைத்தளம் யாருடைய பெயரில் அல்லது யாருடைய எண்ணில் பதிவு செய்யப்பட்டுள்ளது என்ற விவரத்தை கொண்டுள்ளது, மேலும் இணையத்தில் வலைத்தளமாக பதிவு செய்யப்பட்டுள்ள அனைத்து தளங்களின் தகவலும் இத்தளத்தில் உள்ளது. போலியான கணக்குகளை அல்லது தளங்களைக்கண்டுபிடிக்க இந்த தளத்தைப் பயன்படுத்திக்கொள்ளலாம்.

குறிப்பு: வெட்டி ஒட்டுபவர்கள் குறித்து ஜாக்கிரதை!!

எப்போதும் சில வலைத்தளங்களும் சமூக ஊடக கணக்குகளும் வேறு சில தளங்களில் இருந்து தகவல்களை எடுத்து அவர்களின் வலைத்தளத்திலோ அல்லது அவர்களின் கணக்குகளிலோ பதிவிட்டுக்கொள்வர். அதைச்செய்வதன் மூலம் தங்கள் தளத்தில் பார்வையாளர்களின் வருகையைக் கூட்டிக்கொள்ளலாம். இது அவர்கள் செய்தியை பகிர்ந்திருக்கும் முறையை வைத்தே கண்டுபிடித்துவிடலாம். இந்த கணக்குகளில் பெரும்பாலும் தேவையில்லாமல் அதிக உணர்வெழுச்சியை ஏற்படுத்தும் படங்களும் சொற்றொடர்களும் இருக்கும். இந்த கணக்குகள் மக்களை ஒரு குறிப்பிட்ட செயலை செய்ய கோரிக்கை வைக்கும் அல்லது ஒரு நற்காரியத்திற்கு அன்பளிப்பு அளிக்கக்கேட்கும் அல்லது சப்ஸ்க்ரைப், ஷேர் அல்லது லைக் செய்ய சொல்லி தொடர்ந்து கேட்கும். மேலும் ஒரு தொடர்பற்ற செய்திகளோடு பல்வேறு கால இட மாறுதலுக்கு உட்பட்ட தகவல்களை கொண்டிருக்கும். இந்த கணக்குகளும் வலைத்தளங்களும் சுத்தமாக நம்பத்தகுந்தவையல்ல.

சமூக வலைத்தள பரிசோதனை (Social Auditing)

மக்கள் இணையத்தை பயன்படுத்தும் போது இணைய வெளியில் தங்கள் தடத்தை விட்டுச்செல்கின்றனர். ஒரு நபரின் இணைய நடவடிக்கைகளை வைத்து அவரது பல்வேறு சமூக ஊடக கணக்குகளை வைத்து ஒருவர் குறித்தான முழு தகவல்களையும் திரட்டிவிட முடியும். பயனாளர்கள் இன்னொரு பயனாளரின் தரவுகளை ஆய்வு செய்து அவரது நம்பகத்தன்மையை உறுதி செய்யலாம். இது எப்போதும் பிறழ்தகவலைப்பரப்பும் ஒரு குறிப்பிட்ட பயனாளர்களைத் தவிர்க்கவும் தடை செய்யவும் உதவும்.

சில குறிப்புகள்

1. ஒரு பயனாளரின் பெயரை பல்வேறு தளங்களில் தேடிப்பார்க்க வேண்டும். ஒரே பெயர் பல்வேறு சமூக ஊடக கணக்குகளில் பயன்படுத்தப்பட்டிருக்கிறதா என்றும் ஆராய வேண்டும்.
2. பயனாளரின் புகைப்படத்தை Google Reverse Image search செய்து பிற கணக்குகளிலும் அதே புகைப்படத்தைப் பயன்படுத்தி இருக்கிறாரா என்று பார்க்க வேண்டும். போலி கணக்குகள் எப்போதும் வெவ்வேறு பெயர்களிலும் வெவ்வேறு படத்துடன் இருப்பதற்கு வாய்ப்பிருக்கிறது.
3. பதிவிடப்பட்டிருக்கும் படங்களிலிருந்து தலைப்புகள், முத்திரை (logo) மற்றும் கிராபிக்ஸ் போன்றவைகளை உற்று பார்க்க வேண்டும், அதன் மூலம் ஏதேனும் விவரங்கள் கிடைக்கலாம்.
4. பதிவிடப்பட்டிருக்கும் பயனாளியின் பள்ளி பெயர், இடம், வேலைப்பார்க்கும் இடம் ஆகிய தகவல்களைச் சேர்த்து தேடுதல் செய்யலாம்.
5. நமக்கு தெரிந்த நண்பர்கள் மற்றும் குடும்பத்தினரிடம் பயனாளரைக்குறித்து கேட்டு அவரின் நம்பகத்தன்மையை அறியலாம்.

தரவுகளைச் சரிபார்த்தலுக்கான குறிப்புகள்

1. தரவுகளின் மூலத்தை கண்டறிய வேண்டும், அது உண்மையானதா, பாரபட்சமற்றதா என்று ஆராய வேண்டும்.
2. ஆய்வுக்கு உதவியவர்கள் ஏதேனும் நோக்கோடு செயல்பட்டிருக்கிறார்களா என்று பார்க்க வேண்டும்.
3. ஆய்வில் குறிப்பிடப்படும் கருத்துகளில் ஒரு பக்க சாய்வு இருக்கிறதா என்று பார்க்க வேண்டும்.

4. இந்த ஆய்வுக்கு எடுத்துக்கொண்ட மாதிரிகள் அனைவரையும் பிரதிநிதித்துவ படுத்தும் பொருட்டு இருக்கிறதா என்று பார்க்க வேண்டும்.
5. ஆய்வின் ஒவ்வொரு முடிவுகளையும் கூர்ந்து கவனிக்க வேண்டியது முக்கியம்.

செய்திகளை எவ்வாறு படிக்க வேண்டும் – குறிப்புகள்

1. செய்திகளை முழுவதும் படிக்க வேண்டும்.
2. முகப்பு செய்தியை (lead) கவனமாக பார்க்க வேண்டும். செய்தியாளர்கள் முகப்பை சரியாக வைத்திருக்கிறீர்களா என்று பார்க்க வேண்டும்.
3. குறிப்பிட்டிருக்கும் செய்திகளுக்கு வலு சேர்க்கும் விதமாக மூலத்திடம் இருந்து பெற்ற தகவல்கள் மற்றும் மேற்கோள்கள் இருக்கின்றதா என்று பார்க்க வேண்டும்.
4. சமூக வலைத்தளங்களில் இடப்பட்டுள்ள கருத்துகளை பின் தொடர்ந்து படிக்க வேண்டும். அவை செய்திகளில் உள்ள தகவல் பிழைகளைச் சுட்டி காட்டக்கூடும்.
5. கவனக்குறைவான செய்திகூறலை அடையாளம் காண வேண்டும்.
6. URL லை சரிபார்த்து கொள்ள வேண்டும், ஏனென்றால் போலியான செய்தி தளத்தில் இருந்து செய்தி எடுத்துப்போட்டிருக்கலாம்.
7. பகடிக்கும் உண்மையான செய்திக்கும் வித்தியாசத்தினை உணர வேண்டும். சில வலைத்தளங்கள் அங்கதமான செய்திகளை வெளியிட்டு அதைக்குறித்த ஒரு முன்னறிவிப்பையும் வெளியிடும். செய்தி வலைத்தளங்களின் பின்னணியை முழுமையாக ஆராய வேண்டும்.
8. ஊடக விழிப்புணர்வு வலைத்தளங்களை நாடிச்செல்ல வேண்டும்.
9. ஒரு செய்தியை எழுதிய செய்தியாளரின் பெயரை ஒன்றுக்கு இரண்டு முறை சரிபார்த்து நம்பகத்தன்மையை வளர்த்துக்கொள்ள வேண்டும்.
10. இணைப்புச்செய்தி ஏதேனும் ஒரு செய்தியில் இடம்பெற்றிருந்தால், அது நம்பத்தகுந்ததுதானா என்று சரி பார்த்துக்கொள்ள வேண்டும்.
11. செய்தியின் தேதியை சரிபார்த்து கொள்ள வேண்டும் முன்பே இடம் பெற்றிருந்த செய்தியை மறுபிரசாரம் செய்து விடவும் வாய்ப்பிருக்கிறது.
12. இதழியலாளர்கள் ஒரு செய்தியைக்குறித்து முடிவுக்கு வருவதற்கு முன்பு தங்களது சார்புத்தன்மைக்குறித்தும் தங்களது கொள்கை சாய்வுகள் குறித்தும் உணர்ந்திருக்க வேண்டும்.
13. சந்தேகமிருப்பின் துறை சார்ந்த வல்லுநர்களை அணுக வேண்டியது சிறந்த வழிமுறையாகும்.

பிறழ்தகவல் திட்டமிட்ட பிறழ்தகவல் குறித்து சில பார்வைகள்

தென்னிந்திய ஊடகங்களுக்கான பயிலரங்குகளில் கலந்து கொண்ட மூத்த ஆசிரியர்கள் இதழியலாளர்கள், ஊடக பயிற்றுனர்கள், ஊடக முனைவோர்கள், செய்தி ஒழுங்கமைவோர், பத்திரிக்கையாளர்கள் மற்றும் இதழியல் மாணவர்கள் ஆகியோர்க்கிடையில் தென்னிந்திய ஊடக வெளியில் பிறழ்தகவல் மற்றும் திட்டமிட்ட பிறழ்தகவல்களுக்கான காரணிகள் குறித்த விரிவான உரையாடல்கள் நடந்தன. அவை குறித்த சில பார்வைகள் இங்கே:

பிறழ்தகவல்கள் மற்றும் திட்டமிட்ட பிறழ்தகவல்கள்

1. பிறழ்தகவல்களும் திட்டமிட்ட பிறழ்தகவல்களும் புதியதொரு நிகழ்வுகள் இல்லை. பத்திரிக்கைக்காரர்கள் பல ஆண்டுகளாக அவைகளுடன் போரிட்டு வந்துள்ளனர், எனினும் கடந்த சில ஆண்டுகளாக இவை அளவில் பல்கி பெருகியுள்ளன.
2. இணையவெளியில் அளவுக்கு மீறி பெருகியுள்ள தகவல்களே தகவல் திரிபு ஏற்பட வழிவகுக்கின்றன. இணையவெளியில் உண்மையை சரிபார்த்தல் மற்றும் தகவல் ஒப்பீடு முறை இல்லாமையே பிறழ்தகவல்களுக்கும் மற்றும் திட்டமிட்ட பிறழ்தகவல்களுக்கும் வழிவகுக்குகின்றன.
3. திட்டமிட்டு பரப்பப்படும் பிறழ்தகவல்களுக்கு அரசியல், சமூக, பொருளாதார, வணிக நோக்கங்கள் இருக்கலாம். சமூக விரோத போக்குடைவோரின் நோக்கங்களை நிறைவேற்றிக்கொள்ள அவை இதழியலாளர்களை பயன்படுத்தப்படுத்திக்கொள்ளவும் வாய்ப்புள்ளது.
4. சமூக வலைத்தளங்களில் உள்ள பிறழ்தகவல்களை வெகுஜன ஊடகங்கள் எடுத்துக்கொண்டு பொதுவெளியில் பெருக்கிவிடக்கூடிய வாய்ப்புள்ளது.
5. பிறழ்தகவல்களும் திட்டமிட்ட பிறழ்தகவல்களும் மொத்த அரசு மற்றும் சமூக கட்டமைப்புகளையும் வீழ்த்திவிடக்கூடியது, குறிப்பாக பேரிடர்க்காலங்களில்.

பிறழ்தகவல்கள் மற்றும் திட்டமிட்ட பிறழ்தகவல்கள் ஏற்படக்காரணம்

1. போர் அல்லது பேரிடர் போன்ற நெருக்கடிக்காலங்களில், தகவல் திரிபுக்கான வாய்ப்புகள் மிகுதியாக உள்ளது. அந்நேரங்களில் குறிப்பாக மாநில மற்றும் உள்ளூர் ஊடகங்களிலே திரிபுக்கான வாய்ப்பு கூடுதலாக உள்ளது.
2. செய்தி அதனளவில் இயல்பாக உருவாகாமல், ஒரு இதழியலாளர் செய்தியை உருவாக்க முற்படும்போது தான் பிறழ்தகவல் உருவாகின்றது.

3. இதழியலாளர் வெவ்வேறு புது செய்திகளைக் கண்டுபிடிக்கும் நெருக்கடியோடோ அல்லது தனித்த பாணியில் ஒரு செய்தியை அணுக முற்படும் கட்டாயத்தாலோ தங்கள் செய்திகளுக்கு வரும் பாராட்டையும் பெயரையும் நினைத்து இயங்கும்போதோ பிறழ்தகவல்களுக்கு வித்திடலாம்.
4. செய்தியை முதலில் சொல்ல வேண்டிய போட்டிக்கட்டாயத்தில் ஏற்படும் நேரமின்மையால் செய்தி ஊடகங்கள் தகவலை ஒப்பீடு செய்யாமல் போகலாம்.
5. பொய்யான செய்தியாக இருக்கவேண்டுமென்று இல்லை, ஒரு மிகைப்படுத்தப்பட்ட செய்தியும் பிறழ்தகவலாகுவதற்கு வாய்ப்புண்டு. அது எப்போதும் ஒரு குறிப்பிட்ட அமைப்பை உற்சாகமூட்டவோ, அவர்களை திருப்திப்படுத்தவோ செய்யக்கூடியவை, உதாரணத்திற்கு, மீட்பு படையினரின் சாதனை போன்ற செய்திகள்.
6. சமயங்களில் புள்ளி விவரங்கள் மற்றும் தரவுகள், அந்தந்த சூழலுக்கேற்றப்படி தவறுதலாக (மிகைப்படுத்தியோ அல்லது குறைத்தோ) செய்தியாக்கப்படலாம், இதற்கு முக்கியக்காரணமாக விளங்குவது “தகவல் சிறை” என்பதாகும், அதாவது தகவலின் மூல ஆதாரங்களே, குறிப்பாக அரசாங்கமே தரவுகளையோ அல்லது புதிய செய்திகளையோ வெளியிடாமல் இருப்பது. இவ்வாறு நடக்கும்போது, செய்தியாளரே தனது சொந்த விசாரணையில் இறங்குகிறார். மேலும் தரவுகள் இல்லாமல் போகும் சமயங்களில் செய்தியாளர்கள் ஊடகங்களில் ஈடுபடுகிறார்கள்.
7. செய்திகளில் பயன்படுத்தப்படும் மொழியும் தொனியும், குறிப்பாக தலைப்புச் செய்திகளிலும் உணர்வு ரீதியான விஷயங்களிலும், மிகைப்பரபரப்பிற்கும் தவறான செய்தியறிவிப்பிற்கும் வித்திடலாம்.
8. அதிகாரப்பூர்வமற்ற உரையாடல்களிலுள்ள விஷயங்களும் கருத்துகளும் ஒரு கிசுகிசுப்பொருளாகிவிட வாய்ப்புள்ளது. இது இதழியல் தர்மத்துக்கு எதிராகச்சென்று விடலாம், கூடுதலாக பரபரப்பாக்கப்பட்டு பிறழ்தகவலாகவும் மாறிவிடக்கூடும்.
9. குற்றச்செய்திகள் முழுக்க பெரும்பாலும் காவல்துறையின் ஆவணங்களையே தகவல்களுக்கு ஆதாரங்களாகக்கொண்டுள்ளது, செய்தி நிறுவனங்கள் மாற்று ஆதாரங்களை நாடுவதில்லை.
10. செய்தியாளரின் முன்முடிவுகள் பரபரப்பிற்கும், மிகைப்படுத்தலுக்கும், அல்லது சில நிகழ்வுகள் குறித்து தவறான தகவலளிப்பதற்கும் இட்டுச்சென்றுவிடும்.

11. வெகுஜன செய்தி நிறுவனங்களுக்கு இருப்பது போன்று விதிகளும் கட்டுப்பாடுகளும் சமூக ஊடகங்களுக்கு இல்லாததே பிரச்சினைக்கு இட்டுச்செல்கிறது.

செய்தி அறைகளின் தன்மை

1. தினந்தோறும் செய்திகளை வெளியிடுக்கொண்டே இருக்க வேண்டிய கட்டாயம் உள்ளது. இந்த அழுத்தமானது ஒவ்வொரு ஊடகத்திற்கும் ஒரு வகையாக வேறுபடுகிறது.
2. ஊடக நிறுவனங்களின் தலைமைகளும் தற்போது இருக்கும் வணிக/வியாபார முறையும் பிரசுரிக்கக்கூடும் செய்தியின் தன்மையை பெருமளவு முடிவுசெய்கின்றன. விற்பனையின் அடிப்படையிலேயே செய்தி நிறுவனங்களும் செய்தி ஆசிரியர்களும் செயல்படுகிறார்கள், சமயங்களில் சிலர் விற்பனையைக்கூட்ட செய்திகளை மிகைபரபரப்பாகவும் வெளியிடுகிறார்கள்.
3. தற்போதைய வியாபார முறையையும் ஊடக நிறுவனங்களின் உரிமையாளர்கள் குறித்தும் மீளாய்வு செய்ய வேண்டும். இந்த காரணிகள் ஊடக நிறுவனங்களின் நடுநிலைமையையும் ஆசிரியர்குழுவின் முடிவுகளிலும் செல்வாக்கு செலுத்துகிறது.
4. வெகுஜன இந்திய ஊடக நிறுவனங்கள் தங்கள் செய்திகளில் தகவல்களை சரிபார்ப்பதற்கும் கதையின் நம்பகத்தன்மையை ஒப்பாய்வு செய்வதற்கும் போதிய வளங்களை ஒதுக்குவதில்லை.
5. ஊடக நிறுவனங்கள் முன்னெப்போதுமில்லாத அளவில் கடுமையான போட்டிகளை எதிர்கொண்டு வருகின்றன. செய்தியை முந்தி தருவதற்கான அழுத்தத்தில் அவர்கள் தகவல் சரிபார்ப்பிற்கு போதிய நேரம் ஒதுக்குவதில்லை. மேலும், ஊடக நிறுவனங்கள் தகவல் சரிபார்த்தலில் ஈடுபட்டால், அவர்கள் இந்த முந்திச்சொல்லும் போட்டியிலிருந்து விடுபட்டு விட நேரிடலாம்.
6. செய்தி நிறுவனங்கள், இதழியலாளர்கள் மற்றும் பொதுமக்கள் பல்வேறு விதமான மூலங்களிலிருந்து செய்திகளைப்பெற வேண்டும் அவர்கள் குறிப்பிட்ட ஒரு மூலத்திலிருந்து மட்டும் செய்தியை நுகரக்கூடாது.
7. மின்னணு ஊடகத்தைவிட அச்ச ஊடகங்களுக்கு தகவல் சரிபார்த்தலுக்கும் தகவல் ஒப்பாய்வுக்கும் அதிக நேரம் உள்ளது.
8. ஊடகங்கள் பெரும்பான்மையினரின் எதிர்பார்ப்புகளுக்கு இணங்கி சில விஷயங்களில் தவறாக செய்தியை அறிவித்து விடலாம்.

9. பொறுப்பற்ற இதழியல் தன்மையுடன் ஒருபக்க சார்பு கருத்தாக்கங்கள் கொண்ட ஊடகங்களின் பெருக்கம், ஊடகத்தின் மேல் உள்ள நம்பிக்கையையும் நம்பதகத்தன்மையையும் குலைத்துவிடுகிறது.
10. பல மூல ஆதாரங்களிடமிருந்து பெறப்பட்ட தகவல்களை அதன் உண்மைத்தன்மையை சரி செய்யாமல் வெறுமனே தொகுத்து வழங்குவது இதழியல் ஆகாது.
11. முதலில் ஊடகங்களுக்கு திட்டமிட்ட பிறழ்தகவல்களைக்குறித்த கூர் உணர்வை ஏற்படுத்த வேண்டும், திட்டமிட்ட பிறழ்தகவலைத் தடுப்பதென்பதெல்லாம் அடுத்த கட்ட செயல்.
12. அடிப்படையிலேயே நாம் செய்திகளை அணுகும் முறையில் மாற்றத்தைக்கொண்டு வர வேண்டும், வெறுமனே செய்தியறையில் செய்யப்படும் மாற்றமானது இப்பிரச்சனைக்கு தீர்வாகாது.
13. இன்றைய செய்தியறைகள், அரசாங்க உயரதிகாரிகளின் ஒரு சார்பு தகவலை மட்டும் வாங்கி வெளியிடும் போக்கை வெகுவாக கடைப்பிடிக்கின்றனர், அப்படி சரிபார்க்கப்படாத தகவலின் மேல் அடுக்காக செய்திகளைக்கட்டி எழுப்புகின்றனர்.
14. செய்தியறை துடிப்புடனும், தைரியத்துடனும், அறம் சார்ந்தும் இயங்குவதற்கு அதன் ஆசிரியரின் பங்கு மிக முக்கியமாகிறது.
15. ஒரு சுதந்திர ஊடகத்தை வென்றெடுக்கும் நோக்கமும் ஒரு ஆசிரியரின் பங்கை, முன்னெப்போதும் இல்லாத அளவிற்கு முக்கியமானதாகக்கிறது.
16. செய்தியாளர்களுக்கு அவர்களின் கடுமையான காலங்களில் துணை நிற்பதற்கும் ஆதரவு தெரிவிப்பதற்கும் நல்ல ஆசிரியர்கள் தேவை.

செய்தி ஊடகத்திற்கும் செய்தி நுகர்வோருக்குமிடையேயான உறவுநிலை

1. பெரும்பான்மையான சமயங்களில் ஊடகத்திற்கும் பொதுமக்களுக்கும்மிடையே நம்பக இடைவெளி மிக அதிகமாக உள்ளது.
2. இதழியலாளர்களுக்கும் பொதுமக்களுக்குமான உறவென்பது இரு வழி செயல்பாடாகும். ஒரு செய்தியாளர் எப்போதுமே “உண்மைக்கு மிக அணுகக்கமான வொன்றையே” கண்டறிந்து மக்களுக்கு தொடர்ந்து கற்பித்தல் வேண்டும்.
3. இதழியலாளர்களைத் தாண்டி செய்திகளின் உண்மைத்தன்மையை ஆராய்ந்து அதன் மூலங்களை கண்டறிந்து படிக்க/பார்க்க செய்தி நுகர்வோருக்கும் சரிசமமான பொறுப்புள்ளது.
4. படிப்பறிவின்மையே பிறழ்தகவல்களுக்கும் திட்டமிட்ட பிறழ்தகவல்களுக்கும் முழு காரணமென்று கூற முடியாது. நன்கு

படித்தவர்களாயினும் அவர்களுக்கு சமூக அக்கறையும் சமூக பொறுப்பும் இல்லையென்றால் மேலும் அவர்கள் ஒரு குறிப்பிட்ட சமூக குழுவினுள் தனது பலத்தை தக்க வைத்துக்கொள்ள முயன்றாலும் அவர்களுமே பிறழ்தகவல்களுக்கு வழிவகுப்பவர்களாக இருக்கின்றனர்.

5. மிக துல்லியமான தகவல்களை மக்கள் அறிந்துகொள்வதற்கு பல்வேறு தளங்களிலிருந்து, பல்வேறு கருதுகோள்களுடன் பல விதமான குரல்களுடைய ஒரு சுதந்திரமான ஊடகவெளி வேண்டும்.
6. அங்கதமென்பது ஜனநாயகத்தின் இன்றியமையாத கூறாகும். எனினும் இதழியலாளர்கள் அதைப் பொறுப்புடன் பயன்படுத்த வேண்டும் மேலும் பொது மக்களும் இதழியலாளர்களும் செய்திக்கும் அங்கத செய்திக்குமிடையேயான வித்தியாசத்தை புரிந்துணர வேண்டும்.

தகவல் சரி பார்க்கும் நிறுவனங்கள் மற்றும் தொழில்நுட்ப நிறுவனங்களின் பங்களிப்பு

1. செய்திகளின் உண்மைத்தன்மையை விளக்கும் கவன அறிவிப்புகளை விடுத்து அவ்வகை சுட்டிகளை தேடுதலின் போது மேல் வருமாறு செய்து, தகவல் சரிபார்க்கும் இணைய தளங்களையும் செய்தி நிறுவனங்களையும் பெரிய தொழில் நுட்ப நிறுவனங்கள் ஊக்கப்படுத்துகின்றன.
2. தகவல் சரிபார்க்கும் நிறுவனங்கள் பொய்த்தகவல்களை செய்திகளாக வெளியிடும் வெகுஜன ஊடகத்தின் மேல் அழுத்தம் செலுத்தும் சக்திகளாக செயல்படலாம்.
3. தகவல் சரிபார்க்கும் மற்றும் கட்டுடைக்கும் முயற்சிகள் அனைத்தும் துறை சார்ந்த அறிவு, தொழில்நுட்ப வல்லமை மற்றும் இதழியல் திறன் ஆகியவற்றின் கூட்டமைவாக இருக்க வேண்டும்.
4. தகவல் சரிபார்க்கும் குழுவினர் காலங்காலமாக செய்தி நிறுவனங்களின் ஓர் அங்கமாக இருக்கின்றனர்.
5. மக்களுக்குத் தகவல்களை கொண்டுச்சேர்ப்பதில் மிகப்பெரிய தொழில்நிறுவனங்களின் பங்கையும் தகவல்களை அணுகுவதில் உள்ள மிகப்பெரிய தொழில்நுட்ப அறிவையும் நாம் பரிசீலனைச்செய்ய வேண்டும். அவர்கள் ஜனநாயகத்தை சிதைவுற ஒரு பாத்திரமாக செயல்படலாம்.
6. தவறான தகவல்களை கட்டுடைப்பதற்கு மற்றும் சரிபார்ப்பதற்கு, குறிப்பாக படங்கள் மற்றும் காணொளிகளை சரி பார்ப்பதற்கு, தொழில் நுட்ப நிறுவனங்களால் பெருமளவு முதலீடு செய்ய முடிகிறது.
7. பெரும் தொழில்நுட்ப நிறுவனங்கள் தங்களது கொள்கைகளில் கொஞ்சம் வெளிப்படைத்தன்மையோடு இருக்க வேண்டும்.

சீரிய வழிமுறைகள்

பிறழ்தகவல்களையும் திட்டமிட்ட பிறழ்தகவல்களையும் தவிர்க்க இதழியலாளர்களும் செய்தியறைகளும் அவசியம் கடைபிடிக்க வேண்டிய வழிமுறைகள். இவை தென்னிந்தியாவில் ஜூலை முதல் செப்டெம்பர் 2019 வரை நடத்தப்பட்ட தொடர் பயிலரங்குகளில் மூத்த இதழியலாளர்கள், ஊடக பயிற்றுனர்கள், மற்றும் தகவல் சரிப்பார்க்கும் வல்லுநர்கள் இடையே நடந்த பல்வேறு கலந்துரையாடலில் இருந்து தொகுக்கப்பட்டது:

இதழியலாளர்கள்

மூல ஆதாரங்கள்

1. அனைத்து தகவல்களுக்குமான மூல ஆதாரங்களை சரிப்பார்க்க வேண்டும். குறிப்பாக அரசியல் கட்சிகளிடமிருந்தோ அதைச்சார்ந்த அமைப்புகளிடமிருந்தோவரும் தகவல்களை கவனமாக சரிப்பார்க்க வேண்டும். சமயங்களில் பொதுமக்களிடமிருந்து வரும் தகவல்களும் ஒரு சிலரின் தனிப்பட்ட நலனுக்காக பரப்பப்பட்ட தகவலாக இருக்கலாம்.
2. தகவலை சரி பார்க்க எப்போதும் பல்வேறு மூல ஆதாரங்களை வைத்துக்கொள்ளவேண்டும். மூல ஆதாரங்கள், உப ஆதாரங்கள், ஆவணங்கள் அனைத்தும் சேர்ந்தபின்னரும் செய்தி முழுமையடையவில்லையென்றால், அந்த செய்தியை பிரசுரிக்க வேண்டியதில்லை.
3. விக்கிபீடியா போன்ற இணைய மூலங்களை கவனமாக கையாள வேண்டும், ஒரு இணைய தளத்தின் அடிப்படையில் செய்தி அமைகிறதென்றால் அந்த தளத்தின் தொடர்பு எண், அவர்களின் நோக்கங்கள், கொள்கைகள் போன்றவற்றைப்பார்த்து சரி செய்து கொள்வது அவசியம்.
4. சமூக வலைத்தளங்களை தொடர்ந்து செய்திக்காக கண்காணிக்க வேண்டும். எனினும் பொய்த்தகவலாக இருப்பின் உடனே அதை மக்களுக்கு தெரிவித்து விட வேண்டும், அதைக்கூறியவர் எவ்வளவு முக்கியமான அரசியல் தலைவராக இருப்பினும். உறுதிசெய்யப்பட்ட தனித்த ஒரு தகவலை மட்டுமே செய்தியாக்க வேண்டும்.
5. சமூக வலைத்தளங்களில் உள்ள இடுகைகளையும் கட்டுரைகளையும் பார்க்க வேண்டும். அது தகவலை ஒப்பீடு செய்வதற்கு தேவையான குறிப்புகளை நமக்கு வழங்கலாம்.

6. உப ஆதாரங்கள் மூலம் கிடைத்த தகவல்களின் நம்பகத்தன்மையை சரி பார்க்க வேண்டும்.
7. உங்களது மூல ஆதாரங்கள் எவ்வளவு நம்பகமானவராக இருப்பினும் முன்பே நன்கு அறிந்தவராக இருப்பினும் அவரது தகவலை கண்டிப்பாக சரி பார்க்க வேண்டும். முன் முடிவுகளுக்கு வரக்கூடாது.
8. முன்பு ஒரு முறை தவறான தகவலளித்தவரிடம் கவனமாக இருக்க வேண்டும்.
9. முடிந்தவரை களத்திற்குச்சென்று அங்கிருந்து செய்தியை சேகரிக்க வேண்டும்.
10. சமூக ஊடகங்களில் காணப்படும் நிகழ்வுகள் குறித்து கவனமாக இருக்க வேண்டும். சமூக ஊடகங்கள் சில வேளைகளில் உணர்வுரீதியான தகவல்களை வெளியிட்டு விட வாய்ப்புண்டு.
11. தனிப்பட்ட தாக்குதல்கள், சாதகமான செயல்பாடுகள் மற்றும் அரசியல் தலைவர்களிடமிருந்து ஒப்புக்கொண்ட போன்றவற்றைத் தவிர்த்துவிடலாம், அவர்களின் நோக்கம் ஒரு தவறான தகவலை நம்மிடையே தெரிவிப்பதாகவும் இருக்கலாம்.
12. இணையத்தில் உள்ள படங்களையும் காணொளிகளையும் பார்த்துவிட்டு உடனடியாக ஒரு முடிவுக்கு வந்து விடக்கூடாது. அதன் மூலத்தைக்கண்டு பிடித்து பின்பு ஒப்பாய்வு செய்ய வேண்டும், படங்களையும் காணொளிகளையும் கூர்ந்து கவனித்து, முடிந்தால் படங்களை பெரிது படுத்தியும், காணொளிகளை மெதுவாக நகர்த்திப் பார்த்து முடிவுக்கு வர வேண்டும். அதிலுள்ள நுண்விஷயங்களை கவனிக்க வேண்டியது அவசியம்.
13. ஒரு செய்தியின் அனைத்து கோணங்களும் பரிசீலித்துப்பார்க்கப்பட வேண்டும்.

செய்தி சேகரித்தல்/எழுதுதல்/திருத்துதல்

1. தேவையின்றி வாசகரை பதற்றப்படுத்தக்கூடாது. “உண்மைக்கு மிக அணுகக்கமானவொன்றையே” உங்கள் செய்தியறிக்கைகளில் வழங்க வேண்டும்.
2. ஒற்றை குரலையும் கருத்தையும் மட்டுமே ஒலிக்கும் “எக்கோ சாம்பர்கள்” என்று அழைக்கப்படும் “எதிரொலி அறைகள்” குறித்து கவனமாக இருக்க வேண்டும்.

3. நமது செய்தியினால் பாதிப்புக்கு உள்ளாகுபவர்கள் குறித்துக் கவனம் இருக்க வேண்டும்.
4. செய்திகளை புனைவு படுத்தக்கூடாது. தகவல்களை அதன் தன்மையிலேயே செய்தியாக்க வேண்டும்.
5. எப்போதுமே அதிகாரப்பூர்வ தகவல்கள் அளித்தவர்களை குறிப்பிடுதல் அவசியம்.
6. இயற்கைச்சீற்றம் மற்றும் பேரிடர் காலங்களில் பொறுப்புடனும் உணர்வுகளுக்கு மதிப்பளிக்கும் வகையிலும் செய்தி சேகரிக்க வேண்டும். அதற்கென தனியாக செய்தியாளர்கள் குழுக்களுக்கு செய்தி நிறுவனங்கள் பயிற்சி தர வேண்டும்.
7. சமநிலையான தலைப்புகளை வைக்க வேண்டும். தரக்குறைவான, தூண்டக்கூடிய, ஒருபக்க சார்புடையவார்த்தைகளை பயன்படுத்தக்கூடாது.
8. வாசகர்களையோ பார்வையாளர்களையோ அதிகப்படுத்துவதற்காக, செய்திகளில் தேவையின்றி பரப்பரப்பை ஏற்படுத்தும் விஷயங்களைச் சேர்க்கக்கூடாது. நன்றாக களத்தில் சென்று பல தரப்பிலும் செய்தி சேகரிக்கப்பட்ட ஒரு செய்தியானது அதனளவில் பரப்பிற்கும் போதுமான கவனத்தையும் ஈர்த்துவிடும்.
9. இதழியலின் அடிப்படைகளுக்கு திரும்புவது. துல்லியம், நியாயம், ஆதாரம் அல்லது தரவு அடிப்படையிலான செய்தி சேகரித்தல்.
10. செய்தியில் கூறப்பட்டுள்ள தகவல்களுக்கு வலு சேர்க்கும் விதமாக வேண்டிய ஆய்வுகள், தரவுகள் மற்றும் ஆதாரங்களைச் சேர்க்க வேண்டும்.
11. “போலி சமன்பாட்டைக்” (false balancing) கடைப்பிடிக்கக்கூடாது. சமநிலையான செய்தியென்பது இரு எதிர்நிலைக்கருத்தியல் முகாமில் இருப்பவர்களிடமிருந்து கருத்து வாங்கி போடுவது மட்டும் ஆகாது.
12. மிகைப்படுத்தப்பட்ட செய்திகளை அணுகும் போது அடிப்படை தர்க்கத்தை பயன்படுத்த வேண்டும்.
13. உணர்வு ரீதியான விஷயங்களைக்குறித்து செய்தியறிவிக்கும் போது கவனமாக இருக்க வேண்டும். கவனமாக இல்லாவிடில் செய்தி நிறுவனங்களும் செய்தியாளர்களுமே பிரிவினையை ஏற்படுத்தும் வண்ணம் செய்தியறிவித்து விட வாய்ப்பிருக்கிறது.
14. தலைப்புச்செய்தியைத்தாண்டி முழுவதுமாக படிக்க வேண்டும். அப்போதுதான் உண்மையில் என்ன குறிப்பிட வருகிறார்கள் என்பது தெரியும்.

15. எழுதியவரின் நம்பகத்தன்மையை சோதித்து அவர் எழுதியவை உண்மையானவையா நம்பகத்தன்மையுடையதா என்று சரி பார்க்க வேண்டும்.
16. தேதியை சரி பார்க்க வேண்டும். சமயங்களில் பழைய செய்திகளையே திரும்ப பிரசுரித்து விடக்கூடும்.
17. நமது சார்புத்தன்மைகள் குறித்து கவனம் வேண்டும், அது நமது முடிவுகளைப் பாதித்து விடக்கூடும்.
18. சந்தேகம் இருப்பின் ஒரு நிபுணரையோ அல்லது தகவல் சரி பார்க்கும் இணையதளத்தையோ கலந்தாலோசிக்க வேண்டும்.
19. எடுத்துக்கொண்ட தலைப்பில் திறனாய்வு செய்யப்பட்ட அறிவூட்டும் செய்திகளை பிரசுரிக்க வேண்டும்.
20. செய்திகளும் கருத்துகளும் சமமான கலவையில் இருக்க வேண்டும். இரண்டுக்கும் இடையேயான வேறுபாட்டைக் குறித்து தெளிவாக விளக்க வேண்டும். அது கள நிலவரத்திற்கும் ஊடக நிறுவனங்கள் கூறுவதற்குமிடையுமான இடைவெளியை சரி செய்து, பொய்யான போக்குகளைத் தடுப்பதற்கு உதவிடக்கூடும்.
21. “செய்தியை முந்தி தருவது” என்ற கொள்கையை விட “சரியான செய்தியை முந்தி தருவது” என்பதே சிறந்தது.
22. தனது போட்டி செய்தி நிறுவனம் ஒரு செய்தியை வெளியிட்டுவிட்டார்கள் என்று தாமும் உடனே அதே செய்தியை வெளியிடும் “பேண்ட்வேகன் விளைவில்” தாமும் இணைந்து விடாமல் இருப்பது.
23. சில சமயங்களில் பிற செய்தி நிறுவனங்கள் மிகப்பெரிய செய்தியை கண்டுபிடித்து வெளியிடும் போது அவை குறித்து நாமும் ஆராய்ந்து செய்தி வெளியிட வேண்டும்.
24. நமது செய்தியாளர்களை நம்பி அவர்களுடன் உறுதுணையாக இருக்க வேண்டும்.

தகவல் சரிபார்த்தல்

1. படு வேகமாக பரவி வரும் செய்திகளுக்கு (வைரல் செய்திகள்) தனிக்கவனம் செலுத்தி, தகவல் சரி பார்த்து செய்தி வெளியிட வேண்டும்.
2. திட்டமிட்ட பிறுத்தகவலை தடுக்க தனி நபர் அளவில் முன்னெடுப்புகள் தேவை.

3. செய்தியறிக்கையில் தெரியாமல் செய்த தவறென்றால் அதை உடனடியாக திருத்திக்கொள்ளலாம். எனினும் வேண்டுமென்றே செய்த தவறென்றால், அதை ஏற்றுக்கொள்ளக் கூடாது.
4. திட்ட மிட்ட பிறழ்தகவலை எதிர்கொள்ள அலுவலகத்திலேயே செய்தியாளர்களுக்கு பயிற்சியளிக்கவும் கல்வியூட்டவும் அமைப்பை ஏற்படுத்த வேண்டும்.
5. தினசரி செய்தி தயாரிப்பு சுழற்சியுனூடே தகவல் சரி பார்க்கும் முயற்சியையும் இணைத்துக்கொள்ள வேண்டும். தகவல் சரி பார்க்க நேரம் கம்மியாக இருக்கும் செய்திகளைத்தேர்ந்தெடுத்து அதற்கான நேர ஒதுக்கீட்டைச்செய்ய வேண்டும். இது அனேகம் பேர் பயனடையும் பிராந்திய மொழி ஊடகத்திற்கும் இணையவெளியில் செயல்படும் தளங்களுக்கும் இன்றியமையாத ஒன்றாக இருக்க வேண்டும்.
6. களத்தில் இறங்கி புலனாய்வு செய்திசேகரித்தலுக்கும், விளக்கமளிக்கும் செய்திக்குழு ஏற்படுத்தவும், துறை நிபுணத்துவத்தைக்கூட்டவும் போதிய வளங்களை முதலீடு செய்ய வேண்டும். மேலும் இதழியலாளர்களை சமூகக் குழுக்களுடன் உறவாடச் செய்து இருத்தி ஆழமான நுண்ணிய அளவில் சேய்தி சேகரித்தல் வேண்டும்.
7. செய்தி நிறுவனத்தில் பலவகை படி நிலைகளில் தகவல் சரி பார்த்தல் முறையை செயல்படுத்த வேண்டும்.
8. தங்கள் நிறுவனத்தின் இதழியலாளர்களுக்கு தொடர் பயிற்சி மற்றும் ஊடக விழிப்புணர்வு நிகழ்ச்சிகளை நடத்த வேண்டும்.
9. தகவல் சரி பார்ப்பதற்கும், தகவல்களை ஒப்பாய்வு செய்வதற்கும் சமூக வலைத்தளங்களில் பகிரப்படும் அதிகார்பூர்வ தகவல்கள் குறித்து நம்பகத்தன்மையை அதிகரிக்கப்பதற்கும் முழு நேர ஆசிரியர்களை சமூக ஊடகத்திற்கு அமர்த்த வேண்டும். கூடவே, சமூக ஊடகங்களிலிருந்து வரும் தகவல்களை சரி பார்க்கவும் ஒருவரை நியமிக்க வேண்டும்.
10. பிராந்திய ஊடகங்களில் இதழியலாளர்களுக்கான ஒரு வெளியை ஏற்படுத்தித் தர வேண்டும், அவர்களது அனுபவங்களை பகிரவும் அது குறித்து உரையாடலைத் தொடங்கவும். “செய்தியாளரின் குறிப்பேடு” (Reporter’s notebook) போன்ற முன்னெடுப்புகள் இதழியல் போன்ற பணியில் ஏற்படும் சவால்களையும் அதில் இருக்கும் பல்வேறு கோணங்களையும் வெளிப்படுத்தலாம், அவை மக்களுக்கு செய்தி சேகரித்தல் குறித்த புரிதலை அளிப்பது மட்டுமல்லாது எவ்வகையான செயல்முறையை செய்தி சேகரிப்பாளர்கள் கடந்து செல்கிறார்கள் என்பது குறித்தும் புரிய முற்படுத்தும்.

11. இளைய தலைமுறை இதழியலாளர்கள் மற்றும் துறையில் புதியவர்களுக்கு தற்போதைய ஊடக நடைமுறை குறித்து அவர்களது எண்ணங்களைக்கூற வாய்ப்புகள் வழங்க வேண்டும். அது செய்தி ஊடகத்தின் செயல்பாடுகள் குறித்து புதிய கருத்துகளையும் விமர்சன பார்வையையும் ஏற்படுத்தும்.

ஊடக நிறுவனத் தலைமைகள்

1. பார்வையாளர்களையும் வாசகர்களையும் உணர்ந்து தங்களுக்கான பயனாளர்களைக் கண்டடைந்த ஒரு வணிக மாதிரியை உருவாக்க வேண்டும்.
2. சுயமாக நீடிக்கும் வகையிலான ஒரு வருவாய் மாதிரியை உருவாக்க வேண்டும். விளம்பர வருவாயை அடிப்படையாகக் கொண்ட மாதிரி நிதி ஆதார நிறுவனங்களின் மேல் உள்ள சார்பை அதிகப்படுத்துகின்றன, அது செய்தி நிறுவனங்களை திட்டமிட்ட பிறழ்தகவல் மற்றும் பிறழ்தகவலின் தாக்குதலுக்கு உட்பட்டவனவாக்குகின்றன.
3. விளம்பரங்களை செய்திகளிடமிருந்து திட்டவட்டமாக பிரித்து அறிய வேண்டும்.
4. பொது மக்களுக்கும் பார்வையாளருக்கும் வாசகருக்கும் வெளிப்படையானதொரு கொள்கையை வகுக்க வேண்டும். பொது மக்களுக்கு தங்களது செய்தி நிறுவனங்கள் செய்யும் தவறுகளையும் அத்தவறுகளை நிவர்த்தி செய்வதற்காக எடுக்கப்பட்ட நடவடிக்கைகளையும் தெரிவிக்க வேண்டும். பொது மக்களுடன் இழந்த நம்பிக்கையை பெற வேண்டும் .
5. திட்டமிட்ட பிறழ்தகவலை எதிர்கொள்ள வெகுஜன செய்தி நிறுவனங்கள் சமூக ஊடகத்திற்கேற்ப தங்களை முறையாக தகவமைத்துக்கொள்ள வேண்டும்.

இதழியலாளர்கள் மற்றும் ஊடக கூட்டமைப்புகள்

1. செய்தி நிறுவனங்கள் மற்றும் இதழியலாளர்களின் ஒருமைப்பாடும் கூட்டமைப்பும் சக்திவாய்ந்தவர்களின் அழுத்தங்களில் இருந்து காத்துக்கொள்ள உதவும்.
2. திட்டமிட்ட பிறழ்தகவல் மற்றும் பிறழ்தகவல் குறித்து முறையான அலுவலக கொள்கையொன்றைத் தயார்ப்படுத்த வேண்டும்.
3. குறிப்பிட்ட நேரத்தில் மட்டும் செய்தி மற்றும் பொதுநலன் குறித்த நிகழ்ச்சிகளை ஒளிபரப்ப கொள்கை வகுக்க வேண்டும்.

4. திட்டமிட்ட பிறழ்தகவல் மற்றும் பிறழ்தகவலை தடுக்க ஒருவரே பல்வகை ஊடகங்களை உரிமம் கொள்ளும் போக்கிற்கு கட்டுப்பாடு விதிக்க வேண்டும்.
5. போதிய கால அளவில் தரவுகள் மற்றும் புள்ளிவிவரங்களை வெளியிட நம்பகத்தன்மையான அரசு நிறுவனங்களை ஊக்கப்படுத்த வேண்டும்.
6. திட்டமிட்ட பிறழ்செய்தியை பரப்பும் இதழியலாளரின் செய்தி சேகரிக்கும் உரிமையை ரத்து செய்ய வேண்டும்.
7. புதிய மற்றும் இளைய இதழியலாளர்களுக்கு வழிகாட்டும் நிகழ்ச்சிகளை ஏற்படுத்த வேண்டும்.
8. ஊடக நிறுவனங்களின் கூட்டு முயற்சியானது நல்ல செய்தி சேகரிப்பை அடையாளங்காணுவதோடு, அவர்களின் போட்டியாளர்கள் செய்யும் தவற்றைச்சட்டிக்காடுவதுமாகும்.
9. உணர்ச்சிவசப்படக்கூடிய செய்திகளைச் சேகரிக்கும்போது கடைப்பிடிக்கூடிய நிபந்தனைகளை வகுத்துக்கொள்ள வேண்டும், குறிப்பாக ஒரு பேரிடர் அல்லது விபத்திற்கு பிறகு. ஊடகங்கள் அதிகாரப்பூர்வ எண்களை மட்டுமே தெரிவிக்க வேண்டும். இறப்பு எண்ணிக்கையை சடலங்களின் எண்ணிக்கை மற்றும் நெருங்கிய உறவினர்களின் கூற்று அல்லது மரணத்தை திட்டவாட்டமாக அறிவிக்கும் மூல ஆதாரங்கள் மூலம் சரி பார்த்து கொள்ள வேண்டும்.
10. பொது மக்களுக்கும் பார்வையாளருக்கும் வாசகருக்கும் வெளிப்படையானதொரு கொள்கையை வகுக்க வேண்டும். பொது மக்களுக்கு தங்களது செய்தி நிறுவனங்கள் செய்யும் தவறுகளையும் அத்தவறுகளை நிவர்த்தி செய்வதற்காக எடுக்கப்பட்ட நடவடிக்கைகளையும் தெரிவிக்க வேண்டும். பொது மக்களுடன் இழந்த நம்பிக்கையை பெற வேண்டும் .
11. பொதுமக்களுக்கு அவர்களது விருப்பங்களை தெரிவிக்கவும் தினசரி நிலவரங்களின் மேல் உள்ள கருத்துகளை வெளிப்படுத்தவும் ஒரு மாற்றுத்தளம் தேவை.
12. மக்களுடன் அதிகம் உரையாட வேண்டும். அது நம்பகத்தன்மையையும் நம்பிக்கையையும் வளர்த்தெடுக்கும்.
13. பிராந்திய ஊடக நிறுவனங்கள் தொழில் நுட்ப நிறுவனங்களோடு இணைந்து ஒப்பாய்வு மற்றும் தகவல் சரி பார்த்தலில் இறங்க வேண்டும்.

செய்தியறைகளில் திட்டமிட்ட பிறழ்தகவலை எதிர்கொள்ளுதல்: பங்கேற்பாளர்களின் பரிந்துரை

1. தகவல் சரி பார்த்தலுக்கு செய்தி ஒழுங்கமைவோர் (News Ombudsmen) போன்றோரை செய்தி நிறுவனங்கள் பணியமர்த்த வேண்டும்.
2. படங்கள், காணொளிகள், மற்றும் தினசரி செய்திகளை தினமும் தகவல் சரி பார்த்தல் அவசியமானது. இதை இதழியலாளர்களே செய்யலாம். அது ஒரு செய்தியை நிறுத்தி வைக்கும் தேவையின்றி தைரியமாக பிரசுரிக்க தேவையான நம்பிக்கையை அளிக்கிறது.
3. புலனாய்வு இதழியல் ஒரு விஷயத்தை புரிந்துக்கொண்டு ஆழமாக அணுக வழிவகுக்கிறது.
4. செய்தியறைகளில் செய்தியை பிரசுரிக்க அழுத்தம் தரும் போது, இதழியலாளர்கள் ஒரு செய்தியை சரி பார்த்து உறுதி செய்ய கால அவகாசம் கேட்க வேண்டும்.
5. இதழியலாளர் ஒரு செய்தியின் அனைத்து கோணங்களையும் பார்க்க வேண்டும், ஒற்றைப்போக்கை கடைப்பிடிக்கக் கூடாது. செய்தியறைகளும் இதழியலாளர்களும் அதிகப்படியான நேரமெடுத்து தகவல்களை சரி பார்க்க வேண்டும்.
6. அறிக்கைகளையும் செய்தி வெளியீடுகளையும் ஆழமாக படித்து ஆட்சேபத்துக்குரிய பகுதிகளை ஆராய்ந்து பார்க்கலாம்.
7. இதழியலாளர்கள் அவர்களின் செய்தி சேகரிப்பில் பலவகையான கோணங்களைக்கொண்டு வருதல் அவசியமாகிறது.
8. ஒரு செய்தியாளர் ஒரே ஒரு துறையை மட்டும் தேர்ந்தெடுத்து அதில் துறை நிபுணத்துவம் பெற்றால் சிறப்பாக இருக்கும்.
9. திட்டமிட்ட பிறழ்தகவல் மற்றும் பிறழ்தகவல் குறித்த கலந்துரையாடல்கள் செய்தியறைகளிலும் பிற தளங்களிலும் செயல்பட வேண்டும்.
10. இதழியலாளர்களை அரசு தரப்பு செய்திகளைச் சரி பார்த்து கேள்வி கேட்க பயிற்றுவிக்க வேண்டும்.
11. ஊடக நிறுவனங்கள் தங்களால் பிரசுரிக்க அல்லது ஒளிபரப்பப்பட்ட செய்திகளில் உள்ள தவறுகளை ஒத்துக்கொள்ளல் வேண்டும்.

12. அச்ச ஊடகத்தில் உள்ள வாசகர் ஆசிரியர் (Readers' Editor) போல தொலைக்காட்சி ஊடகத்திலும் பார்வையாளர் ஆசிரியர் என்ற ஒருவரை நியமிக்க வேண்டும் (Viewers' Editor).
13. செய்தி ஊடகங்கள் பிறழ்தகவல் மற்றும் திட்டமிட்ட பிறழ்தகவல் குறித்து அதிகமாக செய்தி பிரசுரிக்க வேண்டும்.
14. இதழியலாளர்கள் செய்தியறையின் பண்பு, வேலைப்பழு மற்றும் நிறுவனத்தின் எதிர்ப்பார்ப்பு இவையனைத்தையும் சமாளித்து இயங்க கற்றுக்கொள்ள வேண்டும்.
15. பகுதி நேர செய்தி சேகரிப்பாளர்களுக்கு (Stringer) செய்தி நிறுவனங்கள் பிறழ்தகவல் குறித்தான விழிப்புணர்வுப் பயிற்சிகளை அளித்து வலுப்படுத்த வேண்டும் மேலும் படங்கள் மற்றும் காணொளிகளை தகவல் சரிபார்க்கும் உத்திகளைக்கற்றுத்தர வேண்டும்.
16. உணர்வு ரீதியான விஷயங்களில் செய்தியின் அடிப்படையைப்பற்றியும் அதன் பின்புலத்தைப்பற்றியும் விளக்கிச்சொல்வது அவசியம்.
17. சிறப்பு தகவல் சரி பார்க்கும் குழுக்களை அமைக்க வேண்டும். தொழில் நுட்ப பயிற்சியுள்ள வல்லுநர்களை அமைத்து தகவல் சரி பார்த்தலை முன்னெடுக்க வேண்டும்.
18. சமூக ஊடகம் மற்றும் இதர தளங்களில் இதழியலாளர்களின் கூட்டமைப்புகள் திட்டமிட்ட பிறழ்தகவலை எதிர்கொள்ள உதவக்கூடும்.
19. ஊடக நிறுவனங்கள் தகவல் சரி பார்த்தலுக்கும் ஒப்பாய்வு செய்வதற்கும் முறையான பயிற்சியளிக்க வேண்டும். பல்வேறு ஊடக நிறுவனங்கள், பத்திரிகையாளர்கள் மற்றும் ஊடக சங்கங்கள், ஆகியவையிடையே கூட்டமைப்பை ஏற்படுத்தலாம். அரசும் ஒரு முக்கியமான பாத்திரமாக இந்த முன்னெடுப்பில் செயல்படலாம்.
20. பிறழ்தகவல், திட்டமிட்ட பிறழ்தகவல் குறித்து தென்னிந்தியாவில் மேலும் அதிகமான பயிலரங்குகள், நிகழ்ச்சிகளை நடத்தலாம். ஊடக நிறுவனத்தின் தலைமை பொறுப்பில் இருக்கிறவர்களுக்கும், இதழியல் மாணவர்களுக்கும் தொடர்ந்து இத்தகைய பயிலரங்குகளை நடத்தலாம். இதழியல் மற்றும் ஊடக பள்ளிகளும் கல்லூரிகளும் தகவல் சரி பார்த்தலுக்கான பாடங்களை தயார் செய்து அமல்படுத்த வேண்டும்.
21. திட்டமிட்ட பிறழ்தகவலை எதிர்கொள்ளுதல் என்பது மூலத்திலிருந்து தொடங்கப்பட வேண்டும், குறிப்பாக சமூக ஊடகத்தளங்களிலிருந்து.

தகவல் சரி பார்க்கும் இணையதளங்கள்

சர்வதேச தகவல் சரி பார்க்கும் கூட்டமைப்பு
(International Fact-Checking Network (IFCN))
(<https://www.poynter.org/ifcn>)

உலகளாவிய தகவல் சரி பார்க்கும் அமைப்புகளின் ஒருமித்த கூட்டமைப்பே, பாய்ண்டரின் (Poynter's) சர்வதேச தகவல் சரி பார்க்கும் கூட்டமைப்பாகும். இது செப்டம்பர் மாதம் 2015 -ல் தொடங்கப்பட்டது. IFCN அதற்கென ஒரு இயங்கு விதிகளை (code of principles) கொண்டிருக்கிறது. மேலும் பின்னணி சரிபார்க்கப்பட்ட தீவிரமான தகவல் சரி பார்க்கும் நிறுவனங்களையும் இந்த கூட்டமைப்பில் கொண்டிருக்கிறது. IFCN கூட்டமைப்பு தகவல் சரிபார்த்தலுக்கான பயிற்சியும், கொள்கைகளும், ஆய்வுக்கான உதவித்தொகை மற்றும் நிதியும் வழங்குகிறது.

ஆல்ட் நியூஸ் (Alt News)
(<https://www.altnews.in>)

ஆல்ட் நியூஸ் என்பது 2017 -ல் ஆரம்பித்த ஒரு இந்திய தகவல் சரிபார்க்கும் இணையதளமாகும். அது சமூக ஊடகம் மற்றும் வெகுஜன ஊடகம் இரண்டிலும் பிறழ்செய்தியைக் கட்டுடைக்கிறது. ஆழமான ஆய்வுக்குட்படுத்திய செய்திகளின் மூலம் ஆல்ட் நியூஸ் இதைச்செய்கிறது.

ஆங்கிலத்திலும் ஹிந்தியிலும் வெளியாகும் செய்திகளை ஆல்ட் நியூஸ் தகவல் சரி பார்க்கிறது. ஆல்ட் நியூஸுக்கென்று தனியாக Alt News App என்ற செயலியை 2019 -ல் தொடங்கியது, பயனாளர்கள் தாங்கள் தகவல் சரி பார்க்க விரும்பும் படங்கள் மற்றும் காணொளிகளை இந்த செயலியில் பதிவேற்றம் செய்து வேண்டுகோள் விடுக்கலாம்.

பூம் லைவ் (Boom Live)
(<https://www.boomlive.in>)

பூம் லைவ் என்பது 2016 -ல் தொடங்கப்பெற்ற இந்தியாவைச்சேர்ந்த தகவல் சரி பார்க்கும் வலைத்தளமாகும். சமூக ஊடகம் மற்றும் வெகுஜன ஊடகத்தில் வைரலாகும் விஷயங்களைத் தகவல் சரி பார்த்தலைத்தாண்டி முக்கியமான செய்திகளின் தொகுப்பாக “ஃபாக்ட் ஃபைல்” என்ற பகுதியும் பூம் லைவில் இடம் பெறுகிறது. இந்த இணையதளம் ஆங்கிலம், ஹிந்தி, பெங்காலி ஆகிய மூன்று மொழிகளில் தகவல் சரி பார்க்கிறது. மேலும் வாட்ஸ் அப்பில் தொடர்பு கொண்டு தகவல் சரி பார்க்க கோரிக்கை விடுப்பதற்கென்றே தனி எண்ணைக்கொடுத்திருக்கிறார்கள்.

எஸ் எம் ஹோக்ஸ் ஸ்லேயர் (SMHoax Slayer) (<https://smhoaxslayer.com>)

எஸ் எம் ஹோக்ஸ் ஸ்லேயர் என்பது இந்தியாவில் பங்கஜ் ஜெயின் என்பவரால் தொடங்கப்பட்ட ஒரு சுயாதீன தகவல் சரிபார்க்கும் வலைத்தளமாகும். 2015 - ல் ஒரு ஃபேஸ்புக் பக்கமாக தொடங்கப்பட்ட அது, இன்று முழு நேர தகவல் சரி பார்க்கும் இணைய தளமாக மாறியுள்ளது.

ஸ்னோப்ஸ் (Snopes) (<https://www.snopes.com>)

ஸ்னோப்ஸ் என்பது 1994 ஆண்டிலேயே தொடங்கப்பட்ட அமெரிக்காவைச் சேர்ந்த தகவல் சரி பார்க்கும் வலைத்தளமாகும். இணையவெளியில் இருக்கும் நாட்டர் கதையாடல்கள், தொன்மங்கள், மற்றும் புரளிகளை சரி பார்ப்பதற்காக தொடங்கப்பட்ட இணையதளம் இன்று உலகிலே சிறந்த தகவல் சரி பார்க்கும் தளமாக விளங்குகிறது.

ஸ்னோப்ஸ் தளம், உண்மை, பெரும்பாலும் உண்மை, உண்மை கலந்தது, பெரும்பாலும் பொய், பொய், நிரூபிக்கப்படாதது, காலம் கடந்தது, பகடி, மற்றும் பல என பிறழ்தகவலை வகைப்பிரிக்கிறது.

ஃபேக்ட்செக்கர்.இன் (Factchecker.in) (<https://www.factchecker.in>)

ஃபேக்ட்செக்கர்.இன் என்பது மும்பையிலுள்ள ஸ்பெண்டிங் மற்றும் பாலிசி ரிசர்ச் ஃபவுண்டேசன் அமைப்பின் கீழ் வரும் தளமாகும். மக்களிடையே பிரபலமானவர்களின் கூற்றை சரி பார்ப்பதற்கும் முக்கிய விஷயங்களில் தரவுகள் சார்ந்த அலசலை வெளியிடுவதற்கும், 2013 - ஆம் ஆண்டு வாக்கில் தொடங்கப்பட்டதாகும். உதாரணமாக “தொகுதி சோதனை” (Constituency Check) என்ற பகுதி அரசின் முக்கிய திட்டங்களை தொகுதி வாரியாக அலசி பல்வேறு வளர்ச்சி குறியீடுகளைப்பற்றிய தகவல்களைத்தருகிறது.

ஃபேக்ட்லி (Factly) (<https://factly.in>)

ஃபேக்ட்லி என்பது தரவுகளின் அடிப்படையிலான இதழியலுக்காகவும் இந்தியாவில் பொது தகவலுக்கான உரிமையைக்கோரும் விதமாக திறந்த வெளி தரவுக்கொள்கையை அரசு கடைப்பிடிக்க வேண்டும் என்ற கோரிக்கையை முன் வைக்கிறது ஃபேக்ட்லி. மேலும் அரசு தரவுகளை எளிமையாக்கும் முயற்சிகளையும் மேற்கொள்ளுகிறது.

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

பொலிடிஃபேக்ட் என்பது பாய்ண்டர் நிறுவனத்தின் தகவல் சரி பார்க்கும் இணையதளமாகும். 2007 - ல் தம்பா பே டைம்ஸ் என்ற ஃப்ளோரிடா மாகாண இதழுக்காக தேர்தல் நேர செய்தி சேகரிப்பில் அரசியல்வாதிகளின் கூற்றுகளை சரிபார்ப்பதற்காக தொடங்கப்பட்டது. “உண்மை மீட்டர்” என்ற வடிவில் தகவலின் துல்லியத்தன்மையைப்பொறுத்து பல்வேறு வகையில் தரப்படுத்துகிறது. வாசகர்களும் தகவல் சரி பார்த்தலுக்கு அவர்களின் கருத்துகளைப் பங்களிக்கலாம். 2008 - ல் அமெரிக்க தேர்தல் பிரச்சாரத்தின் போது செய்த தகவல் சரிபார்ப்பு நடவடிக்கைக்காக பொலிடிஃபேக்ட் தளத்திற்கு 2009 ஆண்டின் தேசிய செய்தி சேகரிப்பிற்கான பிரிவில் புலிட்சர் விருது வழங்கபெற்றது.

கூடுதல் வாசிப்பிற்கு

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

இந்தியச் சூழலில் போலிச்செய்திகள் குறித்தான விவரிப்புகளையும் போலிச்செய்திகளைப்பரப்புவதற்கான நோக்கங்கள் குறித்தும், தகவல்களை சரிபார்க்க வேண்டிய அவசியம் குறித்தும் பிபிசியின் இந்த ஆய்வு கவனம் செலுத்துகிறது.

<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

ஆக்ஸ்ஃபோர்ட் பல்கலையின் ஆய்வு, மக்களிடம் தவறான தகவலையளிப்பதற்காக சமூக வலைத்தளங்களை அரசியல் கட்சிகள் எவ்வாறு பயன்படுத்துகின்றனர் என்பதைப்பற்றி பேசுகிறது.

<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

ராய்டர்ஸ் இந்தியாவின் இந்த ஆய்வு, இந்தியாவில் இணைய வழி செய்திகள் எவ்வாறு வாசிக்கப்பெறுகின்றன என்பது குறித்தும் அதிகரித்துவரும் திட்டமிட்ட பிறழ்தகவல் மற்றும் பிரிவினைவாத செய்திகள் குறித்தும் கூடுதல் கவனம் செலுத்தும் வகையில் உள்ளது.

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

யுனெஸ்கோவின் இந்த கையேடு, இன்றைய ஊடகத்தில் பிறழ் தகவல்/ திட்டமிட்ட பிறழ்தகவல் போன்ற பதங்கள் மற்றும் இணையவெளியில் அதன் பரவல் குறித்தும் அதை எதிர்கொள்வதற்கும் உண்மையை வெளிக்கொணர்வதற்கும் தேவையான கருவிகள் குறித்தும் விளக்குகிறது. இந்த விஷயங்களை எதிர்கொள்ள ஊடக அறிவூட்டல் என்பதன் அவசியம் குறித்தும் இந்த ஆய்வு எடுத்துரைக்கிறது.

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**

ராய்டர்ஸ் இதழியல் கல்வி நிறுவனத்தின் இந்த தரவறிக்கை முடிவுகள் பார்வையாளர்களின் கோணத்தில் எவையெல்லாம் போலிச்செய்திகள் என்பதை விவரிக்கின்றன.

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**

இந்த அறிக்கை, தொழிநுட்பமே தகவல் மாசுபாட்டிற்கான (information pollution) பிரதான காரணம் என்ற நோக்கை முன் வைக்கிறது. இந்த அறிக்கை தகவல் மாசு குறித்த செயல்முறைகள், பொருளடக்கத்தின் தன்மை, மற்றும் அதன் சிக்கலான தன்மை ஆகியவற்றை விளக்குகிறது.

<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**

2016 முதல் 2018 வரை செய்தி ஊடகங்களை எப்படி தங்களின் வெறுப்பரசியலை பரப்ப சில குழுக்களை பயன்படுத்திக்கொண்டனர் என்பதை ஆசிரியர் விட்னி பிலிப்ஸ் இதழியலாளர்களோடு தான் மேற்கொண்ட நீண்ட நேர்காணல்களின் அடிப்படையில் இந்த அறிக்கை தயார் செய்யப்பட்டிருக்கிறது.

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

மேலதிக விவரங்களுக்கு

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=8Lhl-e2B8Lg>
5. BBC News. (n.d.). DUTY, IDENTITY, CREDIBILITY: Fake news and the ordinary citizen in India.
6. Wardle, C. and Derakshan, H. (2017). INFORMATION DISORDER: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making.
7. Google News Initiative, Boom Live, Internews, First Draft, Storyful, Alt News, Data Leads (2018). GNI Train the Trainer.
8. Ponniah, K. (2019, April 6). WhatsApp: The 'black hole' of fake news in India's election. BBC. Retrieved from <http://bbc.com/news/world-asia-india-47797151>
9. 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>
10. Shelley, D. (2019). Countering Disinformation in South India: A Regional Media Literacy Initiative

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