FIRST DRAFT की अत्यावश्यक मार्गदर्शिका

सूचना अव्यवस्था को समझना

जनवरी 2020

FIRSTDRAFT

विषय सूची

	प्रस्तावना	6
अध्याय 1	व्यंग्य या पैरोडी	14
अध्याय 2	असत्य कनेक्शन	20
अध्याय 3	भ्रामक सामग्री	24
अध्याय 4	गलत संदर्भ	28
अध्याय 5	ढोंगपूर्ण सामग्री(इम्पोस्टर कंटेंट)	34
अध्याय 6	हेरफेर की गई सामग्री	46
अध्याय 7	मनगढंत खबर	52
	निष्कर्ष	57

लेखक के बारे में

क्लेयर वार्डल वर्तमान समय में First Draft में रणनीतिक दिशा एवं शोध की प्रमुख हैं। 2017 में उन्होंने सेमिनल रिपोर्ट, Information Disorder: An interdisciplinary Framework for Research and Policy for the Council ofEurope[1] पर सह-लेखन किया। इससे पहले वह हावर्ड के कैनेडी स्कूल में शोरेनस्टीन सेंटर फॉर मीडिया, पॉलिटिक्स एंड पब्लिक पॉलिसी में फैलो, कोलंबिया यूनिवर्सिटी में ग्रेजुएट स्कूल ऑफ जर्नलिज्म में डिजिटल पत्रकारिता के टो सेंटर में रिसर्च डायरेक्टर और संयुक्त राष्ट्र शरणार्थी एजेंसी में सोशल मीडिया की प्रमुख रही हैं। वह 2009 में BBC एकेडमी की प्रोजेक्ट प्रमुख भी थी जहां उन्होंने BBC न्यूज के लिए एक कम्प्रेहेंसिव मीडिया वेरिफिकेशन ट्रेनिंग प्रोग्राम डिजाइन किया जो सारे संगठन में लागू हुआ था। उनके पास पेंसिलवेनिया विश्वविद्यालय से पीएचडी की उपाधि है।

दूसरा संस्करण; पहली बार अक्टूबर 2019 में प्रकाशित
एल्स्टेयर रीड तथा विक्टोरिया क्वान द्वारा संपादित
टॉमी शेन द्वारा निर्मित
डिजाइनकर्ता - इमैजिस्ट

यह कार्य एट्रीब्यूशन-नॉन-कॉमर्शियल-नोडेरिवेटिव्स 4.0 अंतरराष्ट्रीय अनुज्ञप्ति के तहत अनुज्ञप्त है। इस अनुज्ञप्ति की प्रति देखने के लिए, visit: http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/ पर जाएँ

धन्यवाद

बहुभाषी पत्रकारों की हमारी टीम को धन्यवाद, जिन्होंने विभिन्न भाषाओं के अनुवाद की समीक्षा करने में हमारी सहायता की, इसका नेतृत्व First Draft की एम्मा डॉबिन्सन में किया: पेड्रो नोएल (ब्राजीली पुर्तगाली) , कैरलोट्टा डॉट्टो (इटैलियन), मैरी बोहनर (फ्रेंच), लॉरा ग्रार्सिया (स्पैनिश), जीएनएल बर्लिन की नाडिन रब्बा (जर्मन) और डेटालीड्स के प्रोफेसर उमेश आर्य (हिंदी)।

इस मार्गदर्शिका के मूल संस्करण को अंग्रेजी में **अक्तूबर 2019** को प्रकाशित किया गया था। **हिंदी** में इस संस्करण को Global Lingo द्वारा अनूदित किया गया था, तथा इसकी सटीकता हेतु इसकी समीक्षा First Draft टीम के सदस्यों द्वारा की गई थी। यह अनूदित संस्करण जून 2020 को प्रकाशित किया गया था।

हिन्दी **भाषा** आवश्यक मार्गदर्शिका

प्रस्तावना

हम सूचना अव्यवस्था के युग में रहते हैं। डिजिटल युग के आश्वासन ने हमें यह विश्वास करने के लिए प्रोत्साहित किया कि जब हम अत्यधिक जुड़े हुए समुदायों में रहें तो केवल सकारात्मक परिवर्तन होंगे जिसमें हम अपनी जरूरत की सूचना तक एक क्लिक या स्वाइप से पहुँच प्राप्त कर सकते हैं। लेकिन यह आदर्शवादी विजन सहजता से इस मान्यता में बदल गया कि हमारा सूचना तंत्र अब खतरनाक ढंग से प्रदूषित हो गया है और हमें जोड़ने की बजाय विभाजित कर रहा है।

इम्पोस्टर वेबसाइटें, जो पेशेवर आउटलेट की तरह दिखाई देने के लिए डिजाइन की गई हैं, भ्रामक तथा अति-विभाजनकारी कंटेंट को हवा दे रही हैं। सॉक पपेट अकाउंट, क्रोधित करने वाली मीम इंस्टाग्राम पर पोस्ट कर रहे हैं और क्लिक फार्म सोशल मीडिया प्लेटफार्मों और उनके अनुसंशित तंत्रों में ट्रेंड कर रहे सेक्शनों के साथ छेड़छाड़ करते हैं। अन्य जगहों पर, विदेशी एजेंट अमेरिकियों के भेष में विभिन्न समुदायों के बीच वास्तविक- जीवन में विरोध को समन्वित करते हैं, जबकि बड़े पैमाने पर व्यक्तिगत डेटा के संग्रह का प्रयोग अनुकूलित संदेशों और विज्ञापनों सहित सूक्ष्म स्तर पर लक्षित मतदाताओं के लिए किया जाता है। इन सबसे ऊपर, कॉन्सपायरेसी समुदाय 4chan और Reddit अफवाहों और गलत खबरों को कवर करने के लिए पत्रकारों को मूर्ख बनाने में व्यस्त हैं।

'शब्द 'फेक-न्यूज' (झूठा समाचार) इन सबको कवर करने के लिए शुरू नहीं होता है। इसमें से अधिकतर कंटेंट गलत भी नहीं है; यह अक्सर वास्तविक होती है, ऐसे लोगों द्वारा संदर्भ से बाहर प्रयोग किया जाता है और इसे एक हथियार बनाया जाता है जो जानते हैं कि सच्चाई के अंश पर आधारित झूठ / गलत बात का विश्वास और शेयर करने की बहुत अधिक संभावना होती है। और इसमें से अधिकतर 'न्यूज़' के रूप में वर्णित नहीं की जा सकती है। यह अच्छी पुराने-ढंग की अफवाहें हों, यह मीम हों, यह छेड़छाड़ किए हुए वीडियो और अत्यंत लक्षित 'डार्क विज्ञापन' और पुराने फोटोज़ नए के रूप में दोबारा-शेयर किए गए हों।

हमारी नई वास्तविकता को पकड़ने में शब्द कीअसफलता 'फेक-न्यूज (झूठा समाचार)' शब्द का प्रयोग नहीं करने का एक कारण है। अन्य, सबसे शक्तिशाली कारण यह है कि इसका उपयोग दुनिया भर के राजनेताओं द्वारा पेशेवर पत्रकारिता को बदनाम करने और हमला करने के लिए किया गया है। यह शब्द आजकल लगभग अर्थहीन हो गया है जब दर्शकों द्वारा इसे स्थापित न्यूज आउटलेट जैसे CNN और BBC से जोड़ने में वृद्धि हो रही है। शब्द मायने रखते हैं और इसी कारण से, जब पत्रकार अपनी रिपोर्टिंग में 'फेक-न्यूज (झूठा समाचार)' शब्द प्रयोग करते हैं तो वे अनुपयोगी और लगातार बढ़ते हुए खतरनाक वाक्यांश को वैधता प्रदान करते हैं।

"दुष्प्रचार के एजेंट जान गए हैं कि वास्तविक खबर का प्रयोग — नये और भ्रामक तरीकों में फिर से फ्रेम करने पर — AI सिस्टम द्वारा पकड़े जाने की कम संभावना होती है।"

First Draft में हम कंटेंट के लिए सबसे उपयुक्त शब्दों का प्रयोग करने की वकालत करते हैं चाहे वह प्रोपागंडा हो, झूठ हो, षडयंत्र (कॉन्सपायरेसी) हो, अफवाह हो, गलत खबर हो, अतिपक्षपाती कंटेंट हो, झूठ / गलत बात हो या हेरफेर किया गया मीडिया हो। हम दुष्प्रचार, गलत-सूचना या कुसूचना शब्दों के प्रयोग को भी प्राथमिकता देते हैं। सामूहिक रूप से, हम इसे सूचना अव्यवस्था कहते हैं।

दुष्प्रचार, गलत-सूचना और कुसूचना

दुष्प्रचार वह कंटेंट है जो जानबूझ कर झूठी और नुकसान पहुँचाने के इरादे से डिजाइन की जाती है। यह तीन अलग-अलग कारकों से प्रेरित होती है: धन कमाना; राजनैतिक प्रभाव हासिल करना, विदेश में या घरेलू; या इसके लिए समस्या पैदा करना।

जब दुष्प्रचार शेयर किया जाता है तो यह अक्सर गलत-सूचना में बदल जाता है। *गलत*सूचना को भी झूठी सामग्री के रूप में वर्णित किया जाता है मगर इसे शेयर करने वाले व्यक्ति को अहसास नहीं होता कि यह गलत या भ्रामक है। दुष्प्रचार के अंश को आमतौर एक व्यक्ति द्वारा पढ़ा या देख लिया जाता है जिसे नहीं पता कि यह झूठा है, और अपने नेटवर्क में इसे यह मानकर शेयर करता है कि वे मदद कर रहा है।

गलत-सूचना को शेयर करना सामाजिक-मनोवैज्ञानिक कारकों से प्रेरित होता है। ऑनलाइन, लोग अपनी पहचान बनाते हैं। वे अपनी 'जनजाति' से जुड़ा हुआ महसूस करना चाहते हैं, चाहे इसका मतलब एक ही राजनैतिक दल के सदस्य, अपने बच्चों को टीका नहीं लगवाने वाले अभिभावक, मौसम परिवर्तन पर चिंतित कार्यकर्ता, या किसी धर्म, नस्ल या जातीय समूह विशेष के लोग हो सकते हैं।

तीसरी श्रेणी जो हम प्रयोग करते हैं कुसूचना है। यह शब्द सही सूचना को निर्दिष्ट करता है जिसे नुकसान पहुँचाने के इरादे से शेयर किया जाता है। इसका एक उदाहरण है जब रूसी एजेंटों ने डेमोक्रेट्क नैशनल कमेटी और हिलेरी क्लिंटन अभियान के ईमेल हैक कर लिए और प्रतिष्ठा गिराने के लिए चुनिंदा विवरण आम लोगों में जारी कर दिए।

हमें यह मान लेने की जरूरत है कि 2016 में हमने जो तकनीक देखी थी विकसित हो गई है। हम देखते हैं संदर्भ को हथियार बनाकर इस्तेमाल करनेऔर वास्तविक खबर के इस्तेमाल में लगातार वृद्धि हो रही है –मगर कंटेंट को तोड़-मरोड़ कर और शब्दों को अलग ढंग से व्यक्त करके ऐसा किया जा रहा है। जैसा पहले बताया गया है, लोगों का भरोसा जीतने और उन्हें अपने साथ जोड़ने में हर वह चीज कहीं अधिक कामयाब होती है जिसके मूल में सच होता है।

यह विकास आंशिक रूप से खोज की प्रतिक्रिया में भी है और सोशल कंपनियां उनके विशाल दर्शकों को मैनीप्युलेट करने के प्रति काफी कठोर बनती जा रही हैं।

जैसा कि उन्होंने नकली खातों को बंद करने की अपनी क्षमता को और कड़ा कर दिया है और अपनी नीतियों को भ्रामक कंटेंट के खिलाफ और अधिक आक्रामक होने के लिए बदल दिया है (उदाहरण के लिए फेसबुक अपने थर्डपार्टी फैक्ट-चेक (तथ्यों की जैंच) प्रोजेक्ट[2]के माध्यम से), दुष्प्रचार के एजेंटों ने सीखा है कि वास्तविक खबर का उपयोग — नए और भ्रामक तरीके में फिर से व्यवस्थित करते हुए करने से — एआई सिस्टम द्वारा उठाए जाने की संभावना कम है। कुछ मामलों में, ऐसी सामग्रियां फैक्ट-चेक (तथ्यों का जांच) के लिए अयोग्य मान ली जाती हैं।

इसलिए, अधिकतर कंटेंट जो हम आजकल देख रहे हैं इस कुसूचना की श्रेणी में आएंगी — सही सूचना जिसे नुकसान पहुँचाने के लिए प्रयोग किया गया।

7 प्रकार के कुसूचना- और दुष्प्रचार

कम नुकसान

भ्रामक सामग्री
एक मुद्दे या व्यक्ति को फ्रेम करने के लिए सूचना का भ्रामक उपयोग।

झूठा कनेक्शन
जब हेडलाइन, विज़ुअल या शीर्षक, कंटेंट का समर्थन नहीं करते।

सटायर (व्यंग्य) या पैरोडी
नुकसान पहुँचाने का इरादा नहीं मगर मूर्ख बनाने की संभावना।

अधिक नुकसान

मनगढंत खबर
नई कंटेंट जो 100% गलत है, धोखा देने या नुकसान पहुँचाने के लिए डिजाइन की गई है।

हेरफेर की गई सामग्री
जब सही सूचना या चित्र के साथ धोखा देने के लिए छेड़छाड़ की जाती है।

ढोंगपूर्ण खबर (इम्पोस्टर कंटेंट)
जब वास्तविक स्रोत प्रतिरूपित किए जाते हैं।

गलत संदर्भ
जब वास्तविक खबर गलत संदर्भ जानकारीके साथ शेयर की जाती है।

7 प्रकार के कुसूचना- और दुष्प्रचार

सूचना विकार के इन तीन अतिव्यापी प्रकारों के भीतर, हम अक्सर सात श्रेणियों को भी संदर्भित करते हैं, क्योंकि हम देखते हैं कि यह लोगों की इस सूचना तंत्र की जटिलता को समझने में मदद करता है।

उन्हें पहली बार First Draft द्वारा फरवरी 2017 में 'फेक-न्यूज़ (झूठा समाचार') शब्द पर निर्भरता विमर्श को दूर ले जाने के तरीके के रूप में प्रकाशित किया गया। यह अभी भी विभिन्न उदाहरणों के बारे में सोचने के एक उपयोगी तरीके के रूप में कार्य करता है।

जैसा कि पिछला आरेख दर्शाता है हम इसे एक विस्तार मानते हैं, जिसमें एक छोर पर व्यंग्य है। यह एक संभावित विवादास्पद स्थिति है और हम इस पुस्तक में कई मुद्दों पर चर्चा करेंगे, जिसमें क्लिकबैट कंटेंट, भ्रामक विषय, एक गलत संदर्भ के साथ वास्तविक खबर, ढ़ोंगपूर्ण खबर (इम्पोस्टर कंटेंट) जब एक संगठन के लोगो या प्रभावशाली नाम को झूठी सूचना, हेरफेर की गई और अंत में मनगढंत खबर के साथ वास्तविक कंटेंट से जोड़ा जाता है। आगामी अध्यायों में, मैं प्रत्येक को विस्तार से समझाऊंगी और उदाहरण प्रस्तुत करूंगी जो रेखांकित करते हैं कि दुनिया भर में चुनावों और ब्रेकिंग न्यूज़ के संदर्भ में सूचना अव्यवस्था कितनी हानिकारक है।

अध्याय 1

व्यंग्य या पैरोडी

नुकसान पहुँचाने का इरादा नहीं मगर मूर्ख बनाने की संभावना।

जब हमने 2017 की शुरूआत में इन श्रेणियों को प्रकाशित किया अनेक लोगों ने इस विचार को पीछे छोड़ दिया कि व्यंग्य को शामिल किया जा सकता है। निश्चित तौर पर, बौद्धिक व्यंग्य और प्रभावी पेरोडी को कला का रूप समझना चाहिए। सूचना अव्यवस्था के इस युग में व्यंग्य का उपयोग रणनीतिक रूप से फैक्ट चैकर (तथ्यों के जांचकर्ता) को चकमा देने और अफवाहों और षडयंत्र (कॉन्सपायरेसी) को प्रसारित करने में किया जाता है, यह जानते हुए कि किसी प्रतिरोध को यह कहकर निरस्त किया जा सकता है कि इसका आशय इसे गंभीरता से लेना नहीं था।

"'व्यंग्य' को घृणा फैलाने, ध्रुवीकरण, और विभाजनकारी के रूप में लेबल करने की प्रवृत्ति बढ़ रही है।"

इसका कारण यह है कि इस तरीके से उपयोग किया गया व्यंग्य इतना शक्तिशाली टूल है कि अक्सर पहले देखने वाले लोग व्यंग्य को आमतौर पर इसे उसी रूप में समझते हैं। लेकिन जब यह ज्यादा लोगों में दोबारा-शेयर किया जाता है तो इसके वास्तविक मैसेंजर से नाता टूट जाता है और एक व्यंग्य के रूप में समझे जाने में विफल रहता है।

सोशल मीडिया पर ह्रिस्टिक्स (किसी बात को समझने के लिए हम जो मानसिक शॉर्टकट का प्रयोग करते हैं) गायब है। एक समाचारपत्र की तरह नहीं जिसमें आप समझ जाते हैं कि आप कौन सा सेक्शन देख रहे हैं और आप विजुअल संकेत देखते हैं जो दर्शाता है कि आप वैचारिक सेक्शन में हैं या कार्टून सेक्शन में है, यह स्थिति ऑनलाइन के साथ नहीं है।

उदाहरण के लिए, शायद आप अमेरिका की एक लोकप्रिय व्यंग्यात्मक वेबसाइट *दि ओनियन*, को जानते हों। लेकिन आपको ऐसी कितनी वेबसाइट पता है? व्यंग्यात्मक साइटों के लिए विकिपीडिया पृष्ठ पर, 57 सूचीबद्ध हैं, और उनमें से 22 अमेरिका में हैं। यदि आप एक पोस्ट को Facebook या इंस्टाग्राम पर दोबारा-

शेयर होते देखते हैं, इनमें से कुछेक संदर्भ संबंधी संकेत होते हैं। और अक्सर जब ये चीजें फैल जाती है, तो बहुत ही जल्दी उनका असली मैसेन्जर से नाता टूट जाता है, और बहुत जल्द स्क्रीनशॉट या मीम के रूप में प्रयोग होने लग जाती हैं।

फ्रांस में, 2017 के चुनावों में हमने इस कंटेंट' को व्यंग्य के रूप में लेबल करने की तकनीक को एक सोची समझी युक्ति के रूप में देखा। एक उदाहरण, एड्रियन सेनेकट द्वारा, लिखित *Le Monde*, में है, यह उनका चरण-दर-चरण दृष्टिकोण दर्शाता है जो व्यंग्य को इस तरीके से प्रयोग करना चाहते हैं।[3]

चरण 1: *Le Gorafi*, एक व्यंग्य साइट, ने 'रिपोर्ट' दी कि फ्रांस के राष्ट्रपति पद के उम्मीदवार इमेनुअल मैक्रां गरीब लोगों से हाथ मिलाकर खराब महसूस करते हैं।[4] इसने मैक्रां पर आक्रमण के रूप में काम किया क्योंकि उन्हें लगातार पहुँच से बाहर और कुलीन के रूप में चित्रण किया जाता रहा है।

चरण 2: हाइपर पार्टिसन Facebook पेजों ने इसे 'दावे' के रूप में प्रयोग किया और नई रिपोर्टें तैयार कर दी, इनमें मैक्रां के एक फैक्टरी में दौरे, उस दौरे में अपने हाथ पोंछते हुए फुटेज भी शामिल थे।

चरण 3: वीडियो वायरल हो गया, और किसी अन्य फैक्टरी में एक कामगार ने मैक्रां को 'उसके गंदे, कामगार श्रेणी के हाथों' को मिलाने की चैलेंज दे डाली। यह समाचार चक्र जारी रहा।

इस जैसी ही स्थिति ब्राजील में, अक्तूबर 2018 में देश के चुनावों के दौरान घटित हुई। वास्तव में, एथेल रुडनिट्ज़की ने एक लेख ब्राजील में Twitterएकाउंट्स की संख्या में वृद्धि का परीक्षण करते हुए समाचार संगठनों और हाई प्रोफाइल पत्रकारों के संबंध में यमक अलंकार प्रयोग करके लिखा।[5] उन्होंने इन अकाउंट को पेरोडी के रूप उनके पूर्वाग्रहों के रूप में वर्णित किया, मगर जैसा रुडनिट्ज़की ने प्रदर्शित किया है इन अकाउंट को झूठी और भ्रामक विषय को बाहर निकालने के लिए इस्तेमाल किया गया था।

US में 2019 में एक मामले में एक राजनीतिज्ञ रिपब्लिकन को लपेट लिया जिसने एक पेरोडी साइट का निर्माण किया था जिसे जो बिडेन की आधिकारिक साइट जैसा दिखाई देने के रूप में डिजाइन किया गया था क्योंकि पूर्व-उपराष्ट्रपति 2020 में होने वाले राष्ट्रपति चुनावों में डेमोक्रेटिक उम्मीद्वार हैं। एक URL joebiden.info के साथ पेरोडी साइट को गूगल द्वारा बिडेन के आधिकारिक साइट joebiden.com से ज्यादा के रूप में संकेत किया गया जब उन्होंने 2019 में अपना कैंपेन लांच किया था। वह संचालक, जिसने पहले डोनाल्ड ट्रम्प के लिए कंटेंट तैयार की थी, का कहना था कि उसने साइट का निर्माण सीधे तौर पर ट्रम्प के अभियान के रूप में नहीं किया था।

पेरोडी साइट की शुरूआती लाइन कुछ इस प्रकार पढ़ी गई: "अंकल जो वापस आ गए हैं अमेरिका की समस्याओं पर व्यवहारिक समस्याओं पर दृष्टिकोण के साथ तैयार हैं!" यह साइट जो बिडेन की युवतियों और महिलाओं के सांथ आलिंगन और चुंबन वाले चित्रों से भरी पड़ी है। पेज के नीचे एक बयान छपा है: "यह साइट जो बिडेन के प्रेसिडेंशियल कैंपेन वेबसाइट की राजनैतिक कमेंटरी और पेरोडी है। यह जो बिडेन की असल वेबसाइट नहीं है। इसका आशय केवल मनोरंजन और राजनैतिक कमेंटरी करना है।"

व्यंग्य और पेरोडी के बारे में कुछ जटिलताएं और तनाव ने एक सार्वजनिक विवाद *Babylon Bee* (जिसकी टैगलाइन है: "क्रिश्चियन न्यूज़ सटायर का आपका विश्वसनीय स्रोत") और *Snopes* (एक स्थापित खारिज करने वाली साइट) के बीच पैदा करा दिया था। *Snopes* ने कुछेक बार *Babylon Bee* के फैक्ट चैक' कर डाले — फैक्ट-चैक (तथ्यों की जांच) का पहले अवसर की स्टोरी हेडलाइन थी "CNN ने समाचारों के प्रकाशन से पहले खंगालने के लिए औद्योगिक आकार की वाशिंग मशीन खरीदी है।"

अभी हाल ही में *Snopes* फ़ैक्ट चैक करके *Babylon Bee* की स्टोरी पर हेडलाइन दे डाली "जॉर्जिया के लॉमेकर का दावा है कि एक Chick-Fil-A कर्मचारी ने उसे अपने देश 'वापस जाने' को कहा है" — जो प्रेजिडेंट ट्रम्प द्वारा ट्विट के संदर्भ में चार नई कांग्रेस वीमैन को 'घर वापसी करने' का सुझाव देता है, व्यंग्यात्मक साइटें पाठकों को धोखे में रखते हुए असके मजाकों को तोड़-मरोड़कर पेश करती हैं।[6]

जो बिडेन की वास्तविक और पेरोडी साइटों में पहली नजर में अंतर नहीं किया जा सकता है। 14 अगस्त 2019 को पुनः प्राप्त किया गया। स्क्रीनशॉट और टेक्स्ट ओवरले First Draft द्वारा।

नवंबर 2018 में लोकप्रिय अफवाह फैलाने वाले क्रिस्टोफर ब्लेयर की *वाशिंगटन पोस्ट* एक प्रोफाइल में व्यंग्य के संबंध में इन मुद्दों की जटिलताओं की व्याख्या की गई है।[7]

ब्लेयर ने अपने सटायरिकल Facebook पेज की शुरूआत 2016 में एक मजाक के रूप में अपने दोस्तों को साथ कट्टरपंथी विचारों की खिल्ली उड़ाने के लिए की थी जो धुर दक्षिणपंथी विचाराधारा वालों द्वारा शेयर किए जाते थे। वह यह स्पष्ट करने में सावधान थे कि यह एक व्यंग्य साइट जिसमें अस्वीकरणों की संख्या 14 से कम नहीं थी, जिनमें "इस पेज पर कुछ भी वास्तविक नहीं है" भी शामिल था।"

लेकिन यह बहुत सफल होती रही। जैसा ब्लेयर ने अपने Facebook पेज पर लिखा है: "कोई फर्क नहीं पड़ता हम कितने नस्लवादी, कितने दुराग्रही, कितने आक्रामक, और बेशक कितने ही नकली हों, लोग हमारे पास वापस आते रहते हैं।" व्यंग्य' को घृणा फैलाने, ध्रुवीकरण, और विभाजनकारी के रूप में लेबल करने की प्रवृत्ति बढ़ रही है।"

जैसा ये उदाहरण दर्शाते हैं, जबकि यह असुविधाजनक हो सकता है कि व्यंग्य को एक श्रेणी में शामिल किया जाए, बहुत से ऐसे तरीके हैं जिसमें व्यंग्य बातचीत का हिस्सा बन जाता है जिसमें एक तरह सूचना को तोड़-मरोड़कर पेश किया जा सकता है और दर्शकों पर संभावित दुष्प्रभाव होता है।

अध्याय 2

झूठा कनेक्शन

जब हेडलाइन, विजुअल या शीर्षक कंटेंट का समर्थन नहीं करते।

सूचना अव्यवस्था पर बहस के हिस्से के रूप में न्यूज़ इण्डस्ट्री के लिए आवश्यक है कि कंटेंट तैयार करने में अपनी भूमिका को पहचाने जो उद्योग की मांग के अनुसार उच्च मानकों को पूरा नहीं कर रही और अब अनेक दिशाओं से उस पर आक्रमण हो रहे हैं। यह पत्रकारों को 'लोगों के शत्रु' के रूप में परिभाषित करने की ओर ले जा सकता है — और ले जाता है।

मैं न्यूजरूम द्वारा ऐसी प्रथाओं पर प्रकाश डालना चाहती हूँ जो शोर में वृद्धि कर सकती हैं, कन्फ्युज़न को बढ़ाती हैं, और अंतत: चौथे स्तम्भ में विश्वास में कमी करती हैं। इनमें से एक प्रथा क्लिकबेट' कंटेंट है, जिसे मैं 'झूठे कनेक्शन' कहती हूँ। जब न्यूज आउटलेट क्लिक पाने के लिए सनसनीखेज भाषा का प्रयोग करते हैं —।जिसमें साइट पर जाने वाले पाठकों को वैसा कुछ नहीं मिलता है - यह एक तरह का प्रदूषण है।

> "जबकि इस प्रकार की तकनीकों का प्रयोग करके अल्पकाल में ट्रैफिक प्राप्त कर लेना संभव है, लेकिन नि:संदेह दीर्घकाल में इसके चलते न्यूज़ के प्रति लोगों के विश्वास पर गहरा नकारात्मक प्रभाव पड़ेगा।"

यह तर्क दिया जा सकता है जब दर्शक इस प्रथा से पहले से परिचित हैं तो नुकसान न्यूनतम होता है, मगर एक तकनीक के रूप में इसे सूचना अव्यवस्था के रूप में इस पर विचार करना चाहिए। निश्चित रूप से, हम ध्यान खींचने की उच्चतम प्रतियोगिता के युग से गुजर रहे हैं जहां न्यूजरूम जीवित बचे रहने के लिए संघर्ष कर रहे हैं। प्राय: एक हेडलाइन की शक्ति यह अन्तर ला सकती है कि एक ओर जहां कुछ ही सबस्क्राइबर किसी पोस्ट को पढ़ें, और दूसरी ओर वह काफी अधिक पाठकों के बीच में फैल जाए।

पहले 2014 में, Facebook ने इसके न्यूज़ फीड एल्गोरिद्म में बदलाव किया, विशेषकर नीचे रैंक की साइटें जो क्लिकबेट हेडलाइनें उपयोग करती थी।[8] 2019 में एक अन्य अपडेट वर्णित करता है कैसे Facebook ने सर्वेक्षण परिणामों को ऐसी पोस्ट का प्राथमिकता देने में उपयोग किया जिनमें ऐसे लिंक शामिल होते हैं जिन्हें उपयोगकर्ताओं अधिक "सार्थक" माना था।[9] 2016 में एक अध्ययन जो Engaging News Project द्वारा संचालित था, इसने दर्शाया कि "हेडलाइन का प्रकार और हेडलाइन का स्रोत प्रभाव डाल सकता है कि क्या एक व्यक्ति किसी न्यूज़ प्रोजेक्ट पर कम या ज्यादा सकारात्मक ढंग से प्रतिक्रिया करता है और भविष्य में उस प्रोडक्ट से जुड़ने का इच्छुक है"।[10]

ट्रैफिक एवं क्लिक की जरूरत का अर्थ है यह संभावना कम ही है कि क्लिकबेट तकनीक गायब हो जाएगी, लेकिन ट्रैफिक पाने के लिए ध्रुवीकरण वाली और भावनात्मक भाषा का प्रयोग करने से जुड़े व्यापक मुद्दे इन गाइडों में उल्लेखित किए गए हैं। जबकि इस प्रकार की तकनीकों के प्रयोग करके अल्पकाल में ट्रैफिक प्राप्त कर लेना संभव है, लेकिन नि:संदेह दीर्घकाल में इसके चलते न्यूज़ के प्रति लोगों के विश्वास पर गहरा नकारात्मक प्रभाव पड़ेगा।

अध्याय 3

भ्रामक विषय

सूचना का भ्रामक उपयोग एक मुद्दे या व्यक्ति को फ्रेम करना।

भ्रामक सूचना कहीं अधिक नई होती है और असंख्य तरीकों से स्वयं को प्रकट करती है। हेडलाइनों में स्टोरी दोबारा फ्रेम करना, एक व्यापक मुद्दे का समर्थन करने के लिए व्यक्तव्यों के अंशों का उपयोग, आकड़ों का इस तरह उद्‌त करना जो किसी स्थिति के सुसंगत हों या किसी चीज को कवर नहीं करते हों क्योंकि यह तर्क को कमजोर करता है सभी पहचाने जाते हैं — यदि अंडरहैण्ड — तकनीके हैं। एक मुद्दा बनाते समय हर कोई कंटेंट खींचने के प्रति आग्राही होता है जो उनके समग्र तर्क का समर्थन करे।

कुछ साल पहले, एक प्रमुख प्रोद्यौगिकी कंपनी में एक इंजीनियर ने मुझे भ्रामक को परिभाषित करने का आग्रह किया। मैं क्षण भर के लिए झुंझला गई क्योंकि हर बार जब मैंने इस शब्द को परिभाषित करने का प्रयास किया तो मैं स्वयं पर हावी होते हुए कहती रही हूँ "अच्छा, आप जानते हैं, क्या नहीं जानते। यह भ्रामक है'"।

भ्रामक शब्द को सही ढंग से परिभाषित करना कठिन है क्योंकि यह संदर्भ और बारिकियों के बारे में और किसी व्यक्तव्य का कितना हटाया गया है, इस बारे में है। किस सीमा तक आंकड़ों का मसाज किया गया है? क्या फोटो इस प्रकार से काफी हद तक क्रॉप किया गया था कि उसका मतलब कुछ और ही निकल रहा है?

इन्हीं जटिलताओं के चलते आर्टिफीशियल इंटेलिजेन्स को इस प्रकार की कंटेंट को फ्लैग करने की स्थिति में पहुंचने में काफी समय लगेगा। इसी कारण से वह इंजीनियर एक स्पष्ट परिभाषा चाहता था। कम्प्यूटर सही और गलत समझते हैं, लेकिन 'भ्रामक' धूसर से भरपूर है। कम्प्यूटर को किसी मूल कंटेंट (उद्धरण, आंकड़े, तस्वीरें) को समझना है, उसके हिस्से को पहचानना है और उसके बाद निष्कर्ष निकालना है कि क्या उस हिस्से के चलते मूल कंटेंट का कुछ और भी मतलब निकल रहा है?

सनसनीखेज, अतिपक्षपाती कंटेंट और किसी मुद्दे को रीफ्रेम करने वाले आंशिक रूप से भ्रामक कैप्शन के बीच में महत्वपूर्ण अन्तर है किसी को छवि की व्याख्या करने के तरीके को प्रभावित कर सकता है। लेकिन मीडिया पर भरोसे में गिरावट

आई है। पहले जिस भ्रामक विषय को हानि रहित माना जाता था, उस पर अब दूसरे तरीके से विचार किया जाना चाहिए।

नाईट फाउंडेशन और Gallup द्वारा सितम्बर 2018 के अध्ययन[11] में पाया गया कि बहुत से अमेरिकियों का मीडिया में विश्वास कम हो रहा है, उनके कारण अधिकतर सटीकता और पूर्वाग्रह के मामलों पर केंद्रित हैं।

69% वयस्कों का कहना है कि वे पिछले दशक से मीडिया पर भरोसा खो चुके हैं...

... एक संख्या जिसमें, रिपब्लिकन में उभार हुआ है 94%

42% डेमोक्रेट ने बताया कि उनका न्यूज़ मीडिया में विश्वास नहीं रहा है।

स्रोत: नाईट फाउंडेशन (सितम्बर 2018)
न्यूज़ मीडिया ट्रस्ट के संकेतक।

भ्रामक विषय अनेक रूपों में आ सकता है, मगर *न्यूयार्क टाइम्स* का यह उदाहरण प्रदर्शित करता है कैसे विजुअल भी भ्रमक होने के आरोपों के प्रति संवेदनशील होते हैं। जब आप गैवल पर नजर डालते हैं जो ओबामा (15 अपीलीय जजशिप पुष्टि) का प्रतिनिधित्व करता है और इसे ट्रम्प (24) के साथ तुलना करते हैं, आरेख का 'स्केल' संरेखित नहीं है।

Appellate Judgeships Confirmed During First Congressional Term. Ronald Reagan, 19; George Bush, 18; Bill Clinton, 18; George W. Bush, 16; Barack Obama, 15; Donald Trump, 24. Illustration by Tracy Ma

राष्ट्रपति द्वारा अपीलों की पुष्टि संबंधी तुलना की व्याख्या भ्रामक है क्योंकि गैवल का आकार स्केल के अनुसार नहीं है। प्रेजिडेंट ट्रम्प का गेवल प्रेजिडेंट ओबामा के मुकाबले दोगुना से कम होना चाहिए। स्रोत: ट्रम्प प्रशासन न्यायालयों का कैसे पुनः निर्माण करता है, *न्यूयार्क टाइम्स*, अगस्त 22,2018 संग्रहीत सितंबर 6, 2019.[12] स्क्रीनशॉट लेखक द्वारा।

अध्याय 4

गलत संदर्भ

जब वास्तविक खबर
गलत संदर्भ जानकारी के
साथ शेयर की जाती है।

इस श्रेणी का प्रयोग ऐसी कंटेंट को वर्णित करने में किया जाता है जो वैसे तो वास्तविक है, लेकिन उसे खतरनाक तरीके से रीफ्रेम किया गया होता है। इस तकनीक का एक सबसे शक्तिशाली उदाहरण 2017 में लंदन में वेस्टमिंस्टर ब्रिज पर इस्लाम-संबंधी आतंकी आक्रमण के शीघ्र बाद पोस्ट किया गया था। एक कार फुटपाथ पर चढ़ गई और पुल की पूरी लंबाई तक ड्राइव की गई हाऊस ऑफ पार्लियामेंट के गेट में टकराने से पहले 4 लोगों को मार डाला और 50 लोगों को घायल कर दिया।

इसके बाद एक के बाद एक (विरोधी) ट्वीट प्रसारित किए गए। यह एक वास्तविक छवि है। कुछ नकली नहीं। इसे व्यापक रूप से शेयर किया गया, एक इस्लामोफोबिक फ्रेम का उपयोग करते हुए #banislam सहित असंख्य हैशटेग किए गए।

फोटोग्राफ में महिला का बाद में इंटरव्यू लिया गया और स्पष्ट किया गया कि वह फोन पर किसी प्रियजन के बारे में सदमें में थी, और सम्मान के कारण वो पीड़ित की ओर नहीं देख रही थी। अब हमें जानकारी है कि यह अकाउंट, Texas LoneStar, रूसी दुष्प्रचार अभियान का हिस्सा था और तभी से बंद पड़ा है।

रूसी दुष्प्रचार अभियान से जुड़े एक अकाउंट का आशय था कि मुस्लिम महिला को आक्रमण से पीड़ित के प्रति बेपरवाह दिखाया गया था, जो उसके बायें ओर चित्रित किया गया था। असल में, वह सम्मान के कारण पीड़ित की ओर नहीं देख रही थी। अकाउंट को डिलीट कर दिया गया था मगर द' गार्जियनमें इसकी रिपोर्ट कर दी गई। संग्रहित सितंबर 6, 2019.[13] और द' टेलीग्राफ संग्रहित दिसंबर 10, 2019.[14]

एक अन्य उदाहरण जो काफी गुस्से का कारण बना था यह एक पिंजरे में बच्चे का चित्र था जो 2018 की गर्मियों में प्रसारित किया गया था।

एक पिंजरे में बच्चे को चित्रित करने वाला यह फोटो आव्रजन नीतियों के विरोध के हिस्से के रूप में प्रस्तुत किया गया था। संग्रहित सितंबर 6, 2019.[15] स्क्रीनशॉट। लेखक द्वारा।

इसे 20,000 से अधिक रीट्विट प्राप्त हुए। Facebook पर इसी तरह की पोस्ट को 10,000 से अधिक शेयर किया गया। यह चित्र असल में आव्रजन नीतियों के विरोध करने के हिस्से में दो दिन पहले डलास सिटी हाल में किए गए मंचन का हिस्सा था — वास्तविक छवि का एक और उदाहरण जिसमें संदर्भ को अन्य रूप देकर विकृत किया गया था। इस उदाहरण में, हालांकि लेखक को अहसास नहीं था कि जब उसने इस चित्र को शेयर किया यह विरोध प्रदर्शन का हिस्सा था। यह एक गलत-सूचना का मामला था, दुष्प्रचार का नहीं।

इसी तरह के झुकाव में, अमेरिकी मध्यावधि चुनाव में नेतृत्व के दौरान बड़ी मात्रा में प्रवासियों के 'कारवां' को कवरेज का मामला हुआ जो मध्य अमेरिका से US की ओर यात्रा कर रहे थे। वास्तविक छवि शेयर की गई, मगर भ्रामक फ्रेम करते हुए। एक यह Facebook पोस्ट थी, जो असल में 2015 में तुर्की में सीरियाई शरणार्थियों का चित्र है।

यह फोटो अमेरिका में प्रवासी 'कारवां' के रूप में पोस्ट किया गया था, मगर वास्तव में 2015 में तुर्की में सीरियाई शरणार्थियोंका चित्र है। असली चित्र फोटोग्राफर द्वारा शेयर किया गया जो उसने Twitterपर खींचा था। संग्रहित सितंबर 6, 2019.[16] स्क्रीनशॉट लेखक द्वारा।

गलत संदर्भ का अन्य उदाहरण यह ट्वीट है जो 2018 में मध्यावधि चुनाव में मतदान के दिन प्रसारित हुआ था। यह टूटी हुई मतदान मशीन के असल वीडियो पर आधारित था जो दबाने पर गलत नाम दर्शाती थी। मशीन को प्रचालन से बाहर कर दिया गया था और व्यक्ति को एक मशीन पर वोट करने का अवसर दिया गया जो सही काम कर रही थी। मगर यह ट्वीट किसी व्यक्ति द्वारा ऐसे यूज़रनाम के साथ जारी किया जिसका संदर्भ QAnon षडयंत्र (कॉन्सपायरेसी) था, वीडियो का उपयोग इस विचार को उभारना था कि यह लक्षित मतदाताओं के साथ धोखाधड़ी का बहुत गंभीर उदाहरण था।

एक उपयोगकर्ता ने इस वीडियो को एक टूटी हुई वोटर मशीन के साथ बड़े पैमाने पर मतदाता धोखाधड़ी के सबूत के रूप में फैलाया। वास्तव में, मशीन को प्रचालन से हटा दिया गया था और वह मतदाता जिसने फोटो लिया था उन्हें दोबारा मतदान करने की अनुमति दी गई थी। ट्विट हटा दिया गया मगर BuzzFeed द्वारा रिपोर्ट कर दिया गया। संग्रहित सितंबर 6, 2019.[17] स्क्रीनशॉट Buzzfeed के लिए लिट्राइनेंको द्वारा।

अध्याय 5

ढोंगपूर्ण खबर (इम्पोस्टर कंटेंट)

जब वास्तविक स्रोत
प्रतिरूपित किए जाते हैं।

जैसा कि पहले चर्चा की गई, हमारे दिमाग सूचना जैसी बात होने पर विश्वसनीयता को समझने के लिए हमेशा ह्रिस्टिक्स की ओर देखते हैं। ह्रिस्टिक्स मानसिक शॉर्टकट हैं जो हमें दुनिया को समझने में मदद करते हैं। किसी अच्छी तरह से परिचित ब्रान्ड को देखना एक बहुत ही शक्तिशाली ह्रिस्टिक्स है। यही कारण है कि हम ढोंगपूर्ण खबर (इम्पोस्टर कंटेंट) या भ्रामक विषय में वृद्धि देख रहे हैं — गलत या भ्रामक जानकारी जो लोकप्रिय लोगो या स्थापित व्यक्तियों या पत्रकारों का इस्तेमाल करने वाली न्यूज़।

मेरा, नुकसान करने के लिए डिजाइन की गई ढोंगपूर्ण खबर (इम्पोस्टर कंटेंट) से पहली बार सामना उस समय हुआ जब मैंने 2014 में UNHCR, एक संयुक्त राष्ट्र शरणार्थी एजेंसी के लिए काम किया था। हम लगातार ऐसी Facebook पोस्टस का सामना कर रहे थे जिनमें स्मगलर UNHCR लोगो और सुंदर याट की तस्वीरों के साथ पेज बना रहे थे और शरणार्थियों को कह रहे थे कि उन्हें इनमें से किसी पर एक स्थान लेने के लिए "इस नंबर पर कॉल करें" ये कश्तियाँ जो उन्हें भूमश्य-सागर के पार ले जाएंगी।

उसी समय से, हम दुष्प्रचार के एजेंटों को गलत और भ्रामक विषय को गति देने के लिए स्थापित न्यूज़ ब्राण्ड के लोगो का इस्तेमाल करते देखते आ रहे हैं। यहां इस तरीके से BBC का इस्तेमाल किए जाने के दो उदाहरण हैं। पहला 2017 के इंग्लैण्ड में हुए आम चुनावों में प्रसारित किया गया था और सोशल मीडिया पर पोस्ट किया गया था। चित्र कहता है कि चुनाव में दो दिन हैं, और आपकी पार्टी से सम्बद्धता के आधार पर, आपको सही दिन वोट डालने की जरूरत है।

एक इम्पोस्टर न्यूज़ साइट ने BBC लोगो का इस्तेमाल UK चुनावों में भ्रामक सूचना को तेज करने के लिए किया था। संग्रहित सितंबर 6, 2019.[17] स्क्रीनशॉट लेखक द्वारा।

एक अन्य 2017 में केन्या के आम चुनावों में व्हाट्सैप पर पोस्ट किया गया, जिसने BBC को यह वर्णित करते हुए एक फैक्ट-चेक (तथ्यों की जांच) करने को उकसाया कि वह वीडियो उनका नहीं था, इसके बावजूद कि BBC के ब्राण्ड का चालाकी से उपयोग किया गया था।

व्हाट्सएप पर प्रसारित एक वीडियो ने 2017 केन्या चुनाव के बारे में अपनी कंटेंट पर BBC TV का स्ट्रैप इस्तेमाल किया। संग्रहित सितंबर 6, 2019.[18] स्क्रीनशॉट लेखक द्वारा।

एक और अधिक भयावह उदाहरण 2016 के अमेरिकी राष्ट्रपति के चुनावों में उभरा जब NowThis को इसी प्रकार से पर्दाफाश करना पड़ा क्योंकि एक छेड़छाड़ किया हुआ वीडियो इस के लोगो के साथ प्रसारित हो रहा था।

क्लिंटन परिवार के बारे में एक इम्पोस्टर वीडियो मीडिया कंपनी NowThis की ब्रांडिंग का उपयोग करके उनके द्वारा बनाई गई कंटेंट के रूप में पेश किया गया। संग्रहित सितंबर 6, 2019.[19] स्क्रीनशॉट लेखक द्वारा।

2017 में, बेल्जियम में *Le Soir* का एक परिष्कृत संस्करण यह दावा करते हुए सामने आया कि मैक्रां को सऊदी अरब द्वारा धन दिया जा रहा था। यह इतना परिष्कृत था कि इस संस्करण में सभी हाइपरलिंक आपको *Le Soir* की असली साइट पर ले जाते थे।

बेल्जियम के समाचारपत्र *Le Soir* के रूप में एक इम्पोस्टर साइट इतनी परिष्कृत थी कि इसके सभी लिंक उपयोगकर्ताओं को *Le Soir* की असली साइट पर निर्देशित करते थे। इम्पोस्टर साइट को बंद कर दिया गया लेकिन साइट की वास्तविक रिपोर्टिंग फ्रांस में CrossCheck वेबसाइट पर उपलब्ध है। संग्रहित सितंबर 6, 2019.[20]

फरवरी 2018 में, पार्कलैण्ड फ्लोरिडा में गोलीबारी इस प्रकार की ढोंगपूर्ण खबर (इम्पोस्टर कंटेंट) के बारे में दो बहुत चिंताजनक तकनीकों के उभरने की पृष्ठभूमि थी। पहली में एक व्यक्ति शामिल था जो एक *मियामी हेराल्ड* स्टोरी को लेता है और एक अन्य पैरा में फोटोशॉप करके (जो संकेत करता है कि एक और स्कूल में इसी प्रकार गोलीबारी की धमकी मिली है), स्क्रीनशॉट करके इसे स्नैपचैट पर प्रसारित कर देता है।

किसी व्यक्ति ने एक मियामी हेराल्ड स्टोरी में नया पैरा फोटोशॉप करके यह जताया कि और भी स्कूलों को इसी प्रकार की गालीबारी की धमकियां मिली हैं जबकि ऐसा नहीं था। संग्रहित सितंबर 6, 2019.[21] स्क्रीनशॉट लेखक द्वारा।

एक अन्य उदाहरण में भी *मियामी हेराल्ड*, को शामिल किया गया था, लेकिन इस बार एक अकेले रिपोर्टर, एलेक्स हैरिस को निशाना बनाया गया था। एक गलत ट्वीट जेनरेटर साइट प्रयोग करके जो आपको एक उपयोगकर्ता का हैंडल प्रविष्ट करने देती है ताकि यह असली फोटोग्राफ और बायो के साथ लोकप्रिय हो जाए, किसी व्यक्ति ने दो आपत्तिजनक ट्वीट बना डाले। उन्हें स्क्रीनशॉट के रूप में प्रसारित किया गया। कोई भी व्यक्ति जो हैरिस के Twitterपेज पर गया उसने देखा होगा कि उन्होंने ऐसी कोई चीज ट्वीट नहीं की थी, मगर ऐसे युग में जहां लोग विवादास्पद ट्वीट का उन्हें हटाए जाने से पहले स्क्रीनशॉट ले लेते हैं, उसके पास निश्चित रूप से तत्काल यह सिद्ध करने का कोई तरीका नहीं था उसने ये संदेश पोस्ट नहीं किए थे। यह जागृत करने के लिए एक आवाज़ थी कि कैसे रिपोर्टरों को इस तरीके से लक्षित किया जा सकता है।

जब किसी व्यक्ति ने दो आपत्तिजनक ट्वीट फोटोशॉप कर दिए और उन्हें इस तरह दिखाया जैसे वे पत्रकार एलेक्स हैरिस द्वारा आए हैं, उसने अपने अकाउंट पर Twitter उपयोगकर्ताओं को सावधान कर दिया था, लेकिन यह सिद्ध करने का कोई तरीका नहीं था कि वे सत्य नहीं थे। संग्रहित सितंबर 6, 2019.[22] स्क्रीनशॉट लेखक द्वारा।

ढोंगपूर्ण खबर(इम्पोस्टर कंटेंट) का एक और लोकप्रिय उदाहरण 2016 में अमेरिका के राष्ट्रपति चुनावों के दौरान उभर कर सतह पर आया। हिलेरी क्लिंटन के आधिकारिक लोगो का उपयोग करके किसी व्यक्ति ने निम्न छवि तैयार कर दी जिसे फिर रंगभेद वाले समुदायों में वोटों को दबाने के लिए सूक्ष्म रूप लक्षित करने के लिए इस्तेमाल किया गया।

एक विज्ञापन जो दावा करता है कि इसका भुगतान हिलेरी क्लिंटन के राष्ट्रपति अभियान द्वारा किया गया था इसने यह दिखाया कि हिलेरी के समर्थकों के पास अनुचित वोटिंग के फायदे हैं, लेकिन विज्ञापन पूरी तरह छेड़छाड़ किया हुआ है। यह अकाउंट उसी समय से हटा दिया गया मगर वास्तविक रिपोर्टिंग और लिंक द' वाशिंगटन पोस्टपर उपलब्ध हैं। संग्रहित सितंबर 6, 2019.[23] स्क्रीनशॉट लेखक द्वारा।

याद रखें लोग अपने दैनिक जीवन में जितनी सूचना ग्रहण करते हैं, बिल्कुल उनके फोन पर — ईमेल, सोशल मीडिया सूचनाएं और पुश अलर्ट — उसका अर्थ है कि ह्रिस्टिक्स और भी अधिक प्रभावित करने वाली बन जाती है। इसलिए लोगो, विख्यात पत्रकारों के अस्वीकरणों की सटीक शब्दावली या नाम पंक्तियों का प्रतिकूल प्रभाव पड़ता है।

लिखी सामग्री, वीडियो और चित्रों के अलावा हमें धोखे के रूप में ऑडियो की ताकत के बारे में भी लगातार जागरूक रहने की जरूरत है। अक्तूबर 2018 में ब्राजील के राष्ट्रपति चुनाव प्रचार के दौरान एक अभियान आयोजन में जेयर बोल्सनारो पर चाकू से हमला किया गया। वे अगले 17 दिन हॉस्पिटल में रहे। उस समय के दौरान, एक ऑडियो संदेश यह प्रतिरूपण करते हुए प्रसारित किया गया कि बोल्सोनारो, जहां उनका इलाज हो रहा था, नर्सों पर चिल्लातें हैं और बताया गया कि "ड्रामा पूरा हो गया है" जिससे यह षडयंत्र (कॉन्सपायरेसी) साबित हाता है कि उस पर चाकू से हमले का नाटक जानबूझकर सहानुभूति प्राप्त करने और उम्मीद्वार के लिए समर्थन जुटाने के लिए किया गया था। फोरेंसिक ऑडियो विशेषज्ञ रिकॉर्डिंग का विश्लेषण और पुष्टि करने में समर्थ थे कि वह आवाज बोल्सोनारों की नहीं थी — बल्कि यह काफी असली-प्रतीत होने वाले बहरूपिए की आवाज थी।

अंत में, एक और तकनीक जो पड़ताल योग्य *Snopes* है वह है ऐसी साइटों का निर्माण करना जो पेशेवर न्यूज़ साइटों की तरह दिखाई और आभास देती हैं, जैसे *The Ohio Star* या *Minnesota Sun*। रिपब्लिकन सलाहकारों ने इन साइटों के नेटवर्क का एक सेटअप बनाया है, जिन्हें स्थानीय प्रतिष्ठित न्यूज़ साइटों के जैसा डिजाइन किया गया है।

इन साइटों में से पांच स्टार न्यूज़ डिजीटल मीडिया नेटवर्क, साइटों का हिस्सा हैं, जिन्हें आंशिक रूप से रिपब्लिकन उम्मीद्वारों द्वारा धन प्रदान किया जाता है जिन्हें ये न्यूज़ साइटें कवर करती हैं।

एक साइट जो स्थानीय ओहियो समाचारपत्र जैसे प्रतीत होती है वास्तव में रिपब्लिकन सलाहकारों द्वारा सेटअप की गई है। संग्रहित अक्तूबर 16, 2019.[24] स्क्रीनशॉट लेखक द्वारा।

चार वेबसाइटें जो प्रतिष्ठित स्थानीय न्यूज़ जैसी दिखाई देती हैं वास्तव में रिपब्लिकन सलाहकारों द्वारा सेटअप की गई साइटों के नेटवर्क का हिस्सा हैं। संग्रहित सितंबर 6, 2019.[25] स्क्रीनशॉट लेखक द्वारा।

अध्याय 6

हेरफेर की गई बातें

जब सही सूचना या चित्र के साथ धोखा देने के लिए छेड़छाड़ की जाती है।

हेरफेर की गई सामग्री वह होती हैं, जिनमें किसी वास्तविक खबर में छेड़छाड़ की जाती है। यह अधिकांश फोटो या वीडियो से संबंधित होती है। यहां 2016 में US राष्ट्रपति चुनावों में नेतृत्व का उदाहरण है जिसमें दो वास्तविक छवियों को मिला दिया गया है। यह स्थान एरिजोना है, और वोट डालने के लिए लाइन में खड़े लोगों का चित्र मार्च 2016 में प्रायमरी मतदान का है। ICE ऑफिसर द्वारा गिरफ्तार करने का चित्र एक स्टॉक तस्वीर है, जो उस समय गूगल पर ICE गिरफ्तारी खोजने पर परिणामों के चित्रों में पहला परिणाम था। दूसरा चित्र क्रॉप करके पहले के ऊपर लगाकर चुनाव से पहले व्यापक रूप से प्रसारित किया गया था।

Immigration Police arresting people at Voting Booths!
¡Policía de inmigración en las cabinas de votación!
pic.twitter.com/Fzbz5oAiNM
7:28 PM - Oct 28, 2016

इन दो चित्रों को यह दिखाने के लिए अतिव्याप्त कर दिया गया था कि ICE अधिकारी मतदान स्थल पर मौजूद थे। संग्रहीत अक्तूबर 16, 2019.[26]

हेरफेर की गई बातें हाई-प्रोफाइल अंश का एक अन्य उदाहरण हाई स्कूल की छात्रा एम्मा गोंजालेज और उसके तीन सहपाठियों को लक्षित करता है जो पार्कलैंण्ड, फ्लोरिडा में स्कूल में हुई गोलीबारी में बच गए थे। उन्हें Teen Vogue के फ्रंट कवर पर प्रकाशित होते दिखाया गया है और मैगज़ीन ने एक वीडियो तैयार किया, Twitterपर प्रचारित किया, जिसमें गोंजालेज को बंदूक के लक्ष्य को बीच से फाड़कर अलग करते हुए दिखाया गया है।

पार्कलैण्ड में जीवित बची एम्मा गोंजालेज का वास्तविक चित्र *Teen Vogue*के कवर पर बंदूक के लक्ष्य को फाड़ने से पहले। संग्रहित सितंबर 6, 2019.[27]

इस वीडियो के साथ छेड़छाड़ की गई ताकि यह दिखाया जा सके कि गोंजालेज अमेरिकी संविधान को बीच से फाड़कर अलग कर रही थी। इसे हजारों लोगों द्वारा शेयर किया गया था जिनमें अभिनेता एड्म बाल्डविन जैसे सेलिब्रिटी भी शामिल हैं।

पार्कलैण्ड में जीवित बची एम्मा गोंजालेज का अमेरिकी संविधान को बीच से फाड़कर अलग करते हुए छेड़छाड़ किया गया वीडियो। ट्वीट को अब निकाल दिया गया मगर BuzzFeed द्वारा रिपोर्ट कर दी गई। संग्रहित सितंबर 6, 2019.[28]

एक अन्य बदनाम उदाहरण जिसमें अमेरिकी प्रतिनिधि सभा की अध्यक्ष नैन्सी पेलोसी का मई 2019 में एक भाषण देते हुए एक वीडियो है। फुटेज को छेड़छाड़ करने के आसान तरीके से थोड़ा सा धीमा कर दिया गया और पेलोसी को ऐसे दिखाया गया जैसे वह नशे में है और शब्दों का अस्पष्ट उच्चारण कर रही हैं।

अमेरिकी प्रतिनिधि सभा की अध्यक्ष नैन्सी पेलोसी के वीडियो को उन्हें नशे में दिखाने के लिए थोड़ा सा धीमा कर दिया गया था। यह साइड बाई साइड वीडियो वाशिंगटन पोस्ट द्वारा तैयार किया गया। संग्रहित सितंबर 6, 2019.[29] स्क्रीनशॉट लेखक द्वारा।

इसी तकनीक का प्रयोग दोबारा अर्जेंटीना में सुरक्षा मंत्री पेट्रिशिया बुलरिच को लक्ष्य बनाने के लिए वहां अक्तूबर 2019 में चुनावों में किया गया।

अर्जेंटिना की सुरक्षा मंत्री पेट्रिशिया बुलरिच के वीडियो को भी उन्हें नशे में दिखाने के लिए धीमा कर दिया गया था। संग्रहित सितंबर 6 2019.[30] स्क्रीनशॉट लेखक द्वारा।

अध्याय 7

मनगढंत खबर

नई कंटेंट जो 100% गलत है, धोखा देने या नुकसान पहुँचाने के लिए डिजाइन की गई है।

मनगढ़ंत खबर कोई भी ऐसी चीज है जो 100% झूठी है। उदाहरण, एक गलत दावा कि पोप फ्रांसिस ने डोनाल्ड ट्रम्प का समर्थन कर दिया है 2016 के अमेरिकी राष्ट्रपति के चुनावों से ठीक पहले प्रसारित किया गया, जिसने बहुत बड़ी मात्रा में ध्यान आकर्षित किया। यह हेडलाइन WTOE5 नाम की वेबसाइट पर प्रकाशित हुई जिसने चुनाव में हवा बनाने के लिए अनेक अफवाहों को हवा दी थी।

Pope Francis Shocks World, Endorses Donald Trump for President, Releases Statement

TOPICS: Pope Francis Endorses Donald Trump

इस लेख का दावा था कि पोप फ्रांसिस ने डोनाल्ड ट्रम्प का समर्थन कर दिया था, मगर यह सच नहीं है। यह साइट अब ऑनलाइन नहीं है मगर इसको Snopes ने पर्दाफाश किया था। संग्रहित सितंबर 6, 2019.[31] स्क्रीनशॉट लेखक द्वारा।

एक पुराना लेकिन अच्छा, 2012 का वीडियो जिसमें एक बाज को एक पार्क में बच्चे को चुरा कर ले जाते हुए दिखाया है। वीडियो को 40 मिलियन से अधिक बार देखा गया, इससे पहले कि यह स्पष्ट किया जाए कि वीडियो को क्लास एसाइंनमेंट के हिस्से के रूप में ऐसी कंटेंट के रूप तैयार किया गया था जो दर्शकों में अफवाह फैला सके। छात्रों ने एक कंप्युटर पर तैयार बाज का प्रयोग किया था जो इतना विश्वसनीय था कि केवल फ्रेम दर फ्रेम विश्लेषण ने दर्शाया कि बाज के पंख इसके शरीर से सेंकड के अंश भर अलग हुए थे और बाद में फुटेज में इसकी छाया जमीन पर कहीं भी दिखाई नहीं देती है।

एक अन्य 100% मनगढंत खबर का उदाहरण एक वीडियो है जो 2014 में उभर कर सामने आया। यह सीरिया में बंदूकों की लड़ाई को चित्रित करता है और एक लड़का छोटी बच्ची को बचाते हुए दिखाई देता है। इस फिल्म के स्थैतिक चित्र *न्यूयार्क पोस्ट*के फ्रंट कवर पर प्रकाशित हुए थे। यह मालूम हुआ कि वीडियो फिल्म निर्माताओं द्वारा तैयार किया गया था, माल्टा में शूट हुआ था, और उसी फिल्म के सेट को ग्लेडिएटर मूवी में उपयोग किया गया था। वे सीरिया में हो रही भयावहता पर ध्यान खींचना चाहते थे मगर उनके इस कार्य को मानवाधिकार कार्यकर्ताओं ने इस तर्क के साथ आलोचना कर डाली कि इस प्रकार की छेड़छाड़ वास्तविक अत्याचारों को रिकॉर्ड करने के उनके प्रयासों को आंकने के रूप में पेश करते थे।

एक अन्य कम दुखद उदाहरण सबसे सफल वायरल छेड़छाड़ के रूप में उभरता है। कॉमेडी सेंट्रल शो 'Nathan for You', द्वारा तैयार यह एक तालाब

में डूबती हुई बकरी को सुअर द्वारा बचाने को चित्रित करता है, वीडियो को बड़े पैमाने पर शेयर किया गया था और प्रदर्शित हुआ 'और अंततः' टेलीविजन न्यूज़ शो'ज के अनेक खण्डों में प्रदर्शित किया गया था। इसमें छह महीने से अधिक समय लगा जब कॉमेडी सेंट्रल ने एक वीडियो निकाला और विस्तार से स्पष्ट किया कि उन्होंने कैसे यह क्लिप तैयार किया था। इसमें एक पानी के नीचे 'बॉलिंग एली' का निर्माण करना और सुअर को बकरी की ओर निर्देशित करने के लिए गोताखोर शामिल थे!

कॉमेडी सेंट्रल ने पानी के नीचे एक विशाल सेट तैयार किया जिसमें सुअर बकरी को बचाते हुए दिखाई दे। लोगों ने इसे असली समझा और बड़े पैमाने पर शेयर किया। कॉमेडी सेंट्रल यूट्युब चैनल से। संग्रहित सितंबर 6 2019.[32] स्क्रीनशॉट लेखक द्वारा।

अब समाप्त करते हुए, भविष्य की ओर देखना उपयोगी है और मनगढंत खबर की नई लहर जो आर्टिफिशियल इंटेलीजेंस द्वारा समर्थित, अन्यथा 'डीपफेक' क रूप में जानी जाएगी। हमें देखना होगा कि जॉर्डन पील के एक डीपफेक के माध्यम से क्या संभव होगा जिसमें उसने प्रेजिडेंट ओबामा का एक संस्करण बनाया था।

अभी बिल्कुल हाल ही में, हमने डाक्युमेंटरी देखी थी जिनमें परीक्षण के रूप में मार्क जकरबर्ग की एक क्लिप को यह देखने के लिए तैयार किया क्या इंस्टाग्राम इसे नीचे ले जा सकता है। विडम्बना यह है, जबकि इंस्टाग्राम ने कहा है कि वीडियो उनकी नीतियों का उल्लंघन नहीं करता है, CBS ने कंटेंट को इस तर्क के साथ फ्लैग करते हुए पूरा किया कि यह ढोंगपूर्ण खबर(इम्पोस्टर कंटेंट) थी क्योंकि उनके लोगो का इस्तेमाल हुआ है (देखें अध्याय 4).

मार्क जकरबर्ग की छेड़छाड़ की हुई क्लिप Facebook द्वारा हटाई नहीं गई, मगर CBS ने कंटेंट को उनका लोगो प्रयोग करने के लिए फ्लैग कर दिया। संग्रहित सितंबर 6, 2019.[33]

निष्कर्ष

सूचना अव्यवस्था जटिल है। इसमें से कुछ कम-स्तर के सूचना प्रदूषण के रूप में वर्णित किया जा सकता है—क्लिकबेट सुर्खियाँ, खराब कैप्शन या व्यंग्य जो मूर्ख बनाते हैं — मगर इसमें से कुछ परिष्कृत और गहराई से धोखा देने वाला होता है।.

इन चुनौतियों को समझने, स्पष्ट करने और समाधान करने के लिए हम जो भाषा प्रयोग करते हैं वह महत्वपूर्ण है। शब्दावली और परिभाषाओं का महत्व है।

जैसा इस गाइड में प्रदर्शित किया है, विभिन्न तरीकों के अनेक उदाहरण हैं जिन्हें कंटेंट का प्रतिरूपण करने, अफवाह फैलाने और छेड़छाड़ करने के लिए इस्तेमाल किया जा सकता है। सभी को एक के रूप में देखने के बजाय, इन तकनीकों को अलग करने से आपके न्यूजरूम को मदद मिल सकती है और अपने दर्शकों को उन चुनौतियों की बेहतर समझ दे सकते हैं जिनका अब हम सामना कर रहे हैं।

अंतटिप्पण

1. वर्डले, C & H. Derakshan (2017, अक्तूबर). सूचना विकार: यूरोपीय परिषद (Council of Europe) के लिए शोध एवं नीति का एक इंटरडिसिप्लिनरी फ्रेमवर्क। संग्रहित https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research/168076277c

2. Lyons, T. (2018, June) कड़े प्रश्न: Facebook' का फैक्ट-चेक (तथ्यों की जांच) कार्यक्रम कैसे कार्य कर रहा है?, Facebook न्यूजरूम। https://newsroom.fb.com/news/2018/06/hard-questions-fact-checking/ से लिया गया

3. Sénécat, A. (2017, April), Macron et les « mains sales » des ouvriers : l'intox qui a entaché l'image du candidat, Le Monde. https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2017/04/27/macron-et-les-mains-sales-des-ouvriers-l-intox-qui-a-entache-l-image-du-candidat_5118677_4355770.html? से लिया गया

4. Le Gorafi, (2016, June) Emmanuel Macron : "Quand je serre la main d'un pauvre, je me sens sale pour toute la journée". http://www.legorafi.fr/2016/06/01/emmanuel-macron-quand-je-serre-la-main-dun-pauvre-je-me-sens-sale-pour-toute-la-journee/ से लिया गया

5. Ethel Rudnitzki (2019, February), Perfis de paródia se organizam no Twitter em apoio a Bolsonaro e contra a imprensa, Apublica. https://apublica.org/2019/02/apos-exclusao-de-contas-perfis-de-parodia-se-organizam-no-twitter-em-apoio-a-bolsonaro-e-contra-a-imprensa/ से लिया गया

6. Evon, D. (2019, July), जॉर्जिया के एक सांसद ने एक Chick-fil-A कर्मचारी को उसके देश वापस जाने के लिए कहा?, Snopes. https://www.snopes.com/fact-check/georgia-lawmaker-go-back-claim/ से लिया गया

7. Saslow, E. (2018, November) 'इस पृष्ठ पर कुछ भी वास्तविक नहीं है': ऑनलाइन अमेरिका में झूठ कैसे सच हो जाता है? Washington Post. https://www.washingtonpost.com/national/nothing-on-this-page-is-real-how-lies-become-truth-in-online-america/2018/11/17/edd44cc8-e85a-11e8-bbdb-72fdbf9d4fed_story.html से लिया गया

8. Deamicisaug, C. (2014, August) Facebook क्लिकबायट से लड़ने के लिए अपने एल्गोरिथ्म को स्थानांतरित करता है। Will it kill off Upworthy and Buzzfeed?, Gigaom. https://gigaom.com/2014/08/25/facebook-shifts-its-algorithm-to-fight-clickbait-will-it-kill-off-upworthy-and-buzzfeed/ से लिया गया

9. Sethuraman, R. Vallmitjana, J. & Levin, J. (2019, May) समाचार फ़ीड को अधिक व्यक्तिगत बनाने के लिए सर्वेक्षण का उपयोग करना, Facebook न्यूज़रूम। https://newsroom.fb.com/news/2019/05/more-personalized-experiences/ से लिया गया

10. Scacco, J.M. & Muddiman, A. (2016, August) Investigating the Influence of Clickbait Headlines, Engaging News Project, University of Texas, Austin. http://mediaengagement.org/wp-content/uploads/2016/08/ENP-Investigating-the-Influence-of-Clickbait-News-Headlines.pdf से लिया गया

11. नाईट फाउंडेशन (सितम्बर 2018) न्यूज़ मीडिया ट्रस्ट के संकेतक। https://knightfoundation.org/reports/indicators-of-news-media-trust से लिया गया

12. Zengerle, J. (2018, August). कैसे ट्रम्प प्रशासन न्यायालयों की रीमेकिंग कर रहा है। The New York Times. https://web.archive.org/web/20190906154845/https://www.nytimes.com/2018/08/22/magazin e/trump-remaking-courts-judiciary.html से लिया गया

13. Hern, A. (2017, November). कैसे एक रूसी 'ट्रोल सोल्डर' ने वेस्टमिंस्टर हमले के बाद गुस्से को भड़काया। The Guardian. http://web.archive.org/web/20190906164240/https://www.theguardian.com/uk-news/2017/nov/14/how-a-russian-troll-soldier-stirred-anger-after-the-westminster-attack से लिया गया

14. Dixon, H. (2017, November). झूठे दावे के पीछे रूसी बॉट, कि मुस्लिम महिला ने वेस्टमिंस्टर आतंकी हमले के पीड़ितों को अनदेखा किया। The Telegraph. https://web.archive.org/web/20191209180657/https://www.telegraph.co.uk/news/2017/11/13/ russian-bot-behind-false-claim-muslim-woman-ignored-victims/ से लिया गया

15. Vargas, J. [joseiswriting]. (2018, June 11). ऐसा तब होता है जब सरकार मानती है कि लोग "अवैध" हैं। पिंजरे में बच्चे। [ट्वीट]. http://web.archive.org/web/20190906164438/https://twitter.com/joseiswriting/status/1006397160622055429?lang=en से लिया गया

16. Scuotto, L. [luigi_scuotto]. (2016, March 13). 'हम मनुष्य हैं' - Pakistani protesting at #Moria, #Lesvos @Fotomovimiento #refugeesGr [Tweet]. https://twitter.com/luigi_scuotto/status/709134243121778689 से लिया गया

17. Lytvynenko, J. (2018, November). चुनाव अधिकारियों ने वोटर फ्रॉड को दावे को झूठा बताकर Twitter से एक वीडियो को हटाने के लिए कहा, लेकिन कंपनी ने इनकार कर दिया। Buzzfeed. संग्रहित http://web.archive.org/

web/20190906164857/https://www.buzzfeednews.com/article/janelytvynenko/elections-officials-asked-twitter-to-remove-a-video-falsely

18. B3ta.com board. इस चित्र BBC लोगो के साथ ढोंगपूर्ण खबर (इम्पोस्टर कंटेंट) को दर्शाता है, जो आम चुनाव की अवधि के बारे में भ्रामक जानकारी फैला रहा है। http://web.archive.org/web/20190906163652/https://b3ta.com/board/11227991 से लिया गया

19. BBC News Africa [BBCAfrica]. (2017, July 28). BBC व्हाट्सैप पर प्रसारित हो रहे #Kenya Election के बारे में सतर्क है। यह BBC की स्टोरी नहीं है। #fakenews का शिकार मत बनें! [ट्वीट]. http://web.archive.org/web/20190906161716/https:/twitter.com/bbcafrica/status/8909974282 24225280?lang=en से लिया गया

20. NowThis News [nowthisnews]. (2016, October 9). NowThis ब्राण्ड के साथ क्लिंटन और बलात्कार पीड़ितो के बारे में एक वीडियो प्रसारित हो रहा है। हमने यह वीडियो नहीं बनाया था। [ट्वीट]. http://web.archive.org/web/20190906161836/https://twitter.com/nowthisnews/status/7852787 56558610433?lang=en से लिया गया

21. क्रॉसचैक फ्रांस. "क्या फ्रांस के राष्ट्र प्रमुख के लिए मैक्रां के अभियान को सऊदी अरब द्वारा धन दिया गया था?" https://crosscheck.firstdraftnews.org/checked-french/macrons-campaign-french-presidency-fi nanced-saudi-arabia/ से लिया गया

22. Madan, M. [moniqueomadan]. (2018, February 20). ये @WRTTIGERS के बारे में जाली स्क्रीनशॉट हैं. यदि आपको हेडलाइन की वैधता के बारे में संदेह है, तो सीधे हमारे @MiamiHerald साइट पर जाएं। अनुस्मारक: @MiamiDadePD + @MDCPS इस तरह के मामलों में गिरफ्तारियां कर रहे हैं। यहां असल स्टोरी है: https://www.गूगल.com/url?q=http://amp.miamiherald.com/news/local/education/article2005 88264.html [Tweet]. http://web.archive.org/web/20190906162919/https:/twitter.com/moniqueomadan/status/9659 55579972870144 से लिया गया

23. Harris, A. [harrisalexc]. (2018, February 14). 2 गलत ट्वीट प्रसारित किए जा रहे हैं जो मेरे नाम के साथ जोड़े जा रहे हैं ये मेरे भेजे हुए ट्विटस के छेड़छाड़ किए हुए संस्करण हैं जबकि मैं पीड़ितों और बचे हुए लोगों की कहानियां बताने की कोशिश कर रही थी -- महत्वपूर्ण कहानियां जिन्हें सुनने की जरूरत थी। मैंने यह नहीं पूछा था क्या शूटर श्वेत था ना ही मैंने मृतकों के शरीरों के बारे में पूछा था। [ट्वीट]. http://web.archive.org/web/20190906163035/https://twitter.com/harrisalexc/status/96398430 4333295616?lang=en से लिया गया

24. Hawkins, D. (2016, November). नहीं, आप अपना वोट नहीं डाल सकते हैं। लेकिन ये जाली विज्ञापन क्लिंटन के समर्थकों को ऐसा करने के लिए कहते हैं। द' वाशिंगटन पोस्ट। https://www.washingtonpost.com/news/morning-mix/wp/2016/11/03/no-you-cant-text-your-vo te-but-these-ads-tell-clinton-supporters-to-do-just-that/ से लिया गया

25. The Ohio Star. 1 अक्टूबर 2019 को एक्सेस किया गया। https://web.archive.org/web/20191115144813/https://theohiostar.com/ से लिया गया

26. स्टार न्यूज़ डिजीटल मीडिया 1 अक्टूबर 2019 को एक्सेस किया गया। https://web.archive.org/web/20190906164110/https://starnewsdigitalmedia.com/ से लिया गया

27. Wikimedia Commons User Duffman. (2005, February 17). US इमीग्रेशन एन्ड कस्टम एनफोर्समेंट अरेस्ट [डिजीटल छवि]. http://web.archive.org/web/20190906165315/https://commons.wikimedia.org/wiki/File:US_Immigration_and_Customs_Enforcement_arrest.jpg से लिया गया

28. González, E. (2018, March). एम्मा गोंजालेज का कथन कि इस जेनरेशन को बंदूक से नियंत्रण की क्यों जरूरत है। Teen Vogue. https://www.teenvogue.com/story/emma-gonzalez-parkland-gun-control-cover से लिया गया

29. अंसारी, टी. (2018, मार्च). लोग पार्कलैंड घटना में जीवित बचे व्यक्ति के संविधान को फाड़ते हुए छेड़छाड़ किया गया चित्र शेयर कर रहे हैं। Buzzfeed. https://www.buzzfeednews.com/article/talalansari/people-are-sharing-a-fake-picture-of-a-par kland-survivor से लिया गया

30. Harwell, D. (2019, May). पेलोसी का जाली वीडियो, उसे नशे में दिखाने के लिए धीमा किया गया, सभी सोशल मीडिया पर फैलाया गया। द' वाशिंगटन पोस्ट। http://web.archive.org/web/20190906172148/https://www.washingtonpost.com/technology/2 019/05/23/faked-pelosi-videos-slowed-make-her-appear-drunk-spread-across-social-media/ ?noredirect=on से लिया गया

31. Bullrich, P. [PatoBullrich] (2019, July 4). Sí, estaba despeinada. La conferencia empezó a las 8 am al aire libre. Pero el video fue editado: lo ralentizaron para ridicularizarme, desacreditar el trabajo del @minseg y la gestión de @mauriciomacri. El primer #FakeNews de la Campaña 2019. ¡Nada nos va a detener! [ट्वीट]. http://web.archive.org/web/20190906172919/https:/twitter.com/PatoBullrich/status/1146836889925816320 से लिया गया

32. Evon, D. (2016, July). पोप फ्रांसिस ने दुनिया को चकित किया, डोनाल्ड ट्रम्प का प्रेजीडेंट के लिए समर्थन: हिज होलीनेस ने रिपब्लिकन राष्ट्रपति पद के उम्मीदवार डोनाल्ड ट्रम्प को समर्थन देने की रिपोर्टें एक फेक-न्यूज (झूठा समाचार) वेब साइट द्वारा उत्पन्न की गई हैं। Snopes. https://www.snopes.com/fact-check/pope-francis-donald-trump-endorsement/ से लिया गया

33. नाथन फॉर यू। [कॉमेडी सेंट्रल। UK]। हीरो सुअर ने एक डूबती हुई बकरी को बचाया (2017, November 14)। [वीडियो फाइल]। http://web.archive.org/web/20190906174554/https://www.youtube.com/watch?v=noTz20TB7 14 से लिया गया

34. Bill Posters [@bill_posters_uk]. (2019, June 7). 'जरा कल्पना करें ... ' (2019) यह डीपफेक मूविंग इमेज काम 'बिग दादा' श्रृंखला से है, जो 'स्पेक्टर' प्रोजेक्ट का हिस्सा है। जहां बिग डेटा, AI, dada, और संकल्पनात्मक कला का संयोजन होता है। Artworks by Bill Posters & @danyelhau #spectreknows #privacy #democracy #surveillancecapitalism #dataism #deepfake #deepfakes #contemporaryartwork #digitalart #generativeart #newmediaart #codeart #markzuckerberg #artivism #contemporaryart [इंस्टाग्राम photograph]. https://www.इंस्टाग्राम.com/p/ByaVigGFP2U/ से लिया गया

नोट्स

नोट्स

FIRST DRAFT के बारे में

First Draft एक वैश्विक, गैर-लाभकारी, गैर-पक्षपाती संगठन है जो उनकी मदद करने के लिए मौजूद है जो रिपोर्टिंग के अग्रिम मोर्चे पर हैं। हम व्यावहारिक मार्गदर्शन और प्रशिक्षण प्रदान करते हैं जिसे नैरंतरिक शोध द्वारा सूचित किया जाता है। कौशल, उपकरण और अनुशंसाओं को विश्व भर के भागीदारों की मदद से लगातार परीक्षित और संशोधित किया जाता है।

FIRSTDRAFT

द्वारा समर्थित

Google News Initiative

@firstdraftnews

firstdraftnews.org/resources पर और अधिक सीखें