

সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমে গুজবের বিস্তার রোধে

ফ্যাক্ট চেকিং

প্রাথমিক নির্দেশিকা



সাউথ এশিয়া সেন্টার ফর মিডিয়া ইন ডেভেলপমেন্ট

সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমে গুজবের বিস্তার রোধে

ফ্যাক্ট চেকিং

প্রাথমিক নির্দেশিকা



খসড়া প্রণয়ন

কদরুদ্দীন শিশির

আমির শাকির

মিনহাজ আমান

শুভাশীষ দাস রায় দীপ

সম্পাদনা

সৈয়দ কামরুল হাসান

সম্পাদনা সহযোগী

মোঃ ইয়াসিন আহমেদ

অর্থায়নে

কিংডম অফ দ্য নেদারল্যান্ডস দূতাবাস

প্রকাশক

সাউথ এশিয়া সেন্টার ফর মিডিয়া ইন
ডেভেলপমেন্ট

অর্থায়নে



Kingdom of the Netherlands

কিংডম অফ দ্য নেদারল্যান্ডস দূতাবাস

প্রকাশক



সাউথ এশিয়া সেন্টার ফর মিডিয়া ইন ডেভেলপমেন্ট

বাড়ি # ৪/২ (৩য় তলা), ইকবাল রোড, ব্লক এ,

মোহাম্মদপুর, ঢাকা-১২০৭

ফোন: +৮৮ ০২ ৪১০২২৯০১, +৮৮ ০২ ৪১০২২৯০২, +৮৮ ০১৮১৯১২৯৪৭৩

ইমেইল: info@sacmid.asia, dd.sacmid@gmail.com

www.sacmid.asia

কপিরাইট

সব অধিকার সংরক্ষিত। এই বইয়ের কোনো অংশ কোনভাবে, বৈদ্যুতিক বা যান্ত্রিক মাধ্যমসহ, প্রকাশকের লিখিত অনুমতি ছাড়া পুনঃপ্রকাশ বা ব্যবহার করা যাবে না।

বই ও প্রচ্ছদ ডিজাইন

শাদমান আল আরবী

ডিসেম্বর ২০২৪

ভূমিকা

আজকের ডিজিটাল যুগে, বাংলাদেশে ডিজিটাল ও সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম দিন দিন জনপ্রিয় হয়ে উঠছে। গণমাধ্যমের পাশাপাশি সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম যেমনঃ ফেসবুক, ইউটিউব, টিকটকের মতো প্ল্যাটফর্মগুলো আমাদের জীবনে নতুন দিগন্তের দ্বার উন্মোচন করেছে। তথ্য আদান-প্রদান হয় এখন আঙুলের ছোঁয়ায়। কিন্তু এই সুবিধার পাশাপাশি মিথ্যা সংবাদ, গুজব এবং ভুল তথ্য ছড়িয়ে পড়ার ঘটনাও বেড়েছে। এসকল মিথ্যা তথ্য বা গুজব সমাজে সৃষ্টি করছে বিভ্রান্তি ও অস্থিরতা।

অনেকেই এই মিথ্যা তথ্য বা গুজবগুলোকে সত্য বলে মনে করেন এবং অজ্ঞতাবশত নিজের ও অন্যের ক্ষতি করে ফেলেন। ফলে বর্তমানে গণমাধ্যম ও সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম হয়ে উঠছে হয়রানি ও নিপীড়নের হাতিয়ার। বিশেষত নারী, কিশোর/কিশোরী ও প্রান্তিক জনগোষ্ঠী হয়রানি এবং শোষণের মতো বিভিন্ন ঝুঁকির শিকার হয়ে উঠছেন। এ সমস্যাগুলোর সমাধান করার জন্য ফ্যাক্ট চেকিং খুবই জরুরি। ফ্যাক্ট চেকিং মানে হলো কোনো তথ্য বিশ্বাস করার পূর্বে তা সত্যি না মিথ্যা যাচাই করা। বাংলাদেশে ফ্যাক্ট চেকিং ধারণাটি এখনো নতুন ও শিখনপর্যায়ের রয়েছে। সাকমিড এই নির্দেশিকাটি তৈরি করেছে যাতে সাধারণ মানুষ ফ্যাক্ট চেকিং সম্পর্কে প্রাথমিক ধারণা পেতে পারে এবং নানারকম ভুল তথ্য বা গুজবে বিশ্বাস না করে। এই নির্দেশিকায় সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমে গুজবের বিস্তার রোধে ফ্যাক্ট চেকিং সম্পর্কিত প্রাথমিক বিষয়গুলো আলোচনা করা হয়েছে যাতে পাঠক একটি সাধারণ ধারণা লাভ করতে পারে।

নির্দেশিকাটি প্রণয়নের প্রথম ধাপে, বাংলাদেশে সুপরিচিত এবং আন্তর্জাতিক ফ্যাক্ট-চেকিং নেটওয়ার্ক (আইএফসিএন) কর্তৃক স্বীকৃত তিনটি ও একটি স্বাধীন ফ্যাক্ট চেকিং প্রতিষ্ঠানের অভিজ্ঞ ফ্যাক্ট চেকারদের সাথে একটি সমঝোতা স্মারক (এমওইউ) স্বাক্ষর করা হয়। উক্ত সমঝোতার ভিত্তিতে চারজন ফ্যাক্ট-চেকিং বিশেষজ্ঞ তাঁদের গবেষণালব্ধ তথ্য ও অভিজ্ঞতার আলোকে নির্দেশিকার একটি খসড়া প্রস্তুত করেন। সংগৃহীত ও বিশ্লেষিত তথ্যের ভিত্তিতে বিশেষজ্ঞদের তত্ত্বাবধানে সাকমিড এই নির্দেশিকাটির পরিমার্জন, সংযোজন এবং বিয়োজনের মাধ্যমে বর্তমান রূপ দিয়েছে।

নির্দেশিকাটিতে যে বিষয়গুলোতে আলোকপাত করা হয়েছে সেগুলো ইন্টারনেটে পাওয়া যেতে পারে। সেগুলোকে ব্যবহারকারীর চাহিদার কথা বিবেচনায় নিয়ে নতুন করে বিন্যস্ত করা হয়েছে। প্রযুক্তির ক্ষেত্রে এ ধরনের শিখন উপকরণ যেহেতু ক্রমবিকাশমান সূত্রাং এর পরিমার্জন ও পরিবর্ধনে আপনাদের মূল্যবান পরামর্শ আমরা সর্বদাই স্বাগত জানাই।

সূচিপত্র

০১ অধ্যায়ঃ জ্ঞান ভিত্তিক আলোচনা

- ১.১ 'ফেইক নিউজ' কী?
- ১.২ গুজব কী?
- ১.৩ মিসইনফরমেশন
- ১.৪ ডিসইনফরমেশন
- ১.৫ ম্যালইনফরমেশন
- ১.৬ প্রোপাগান্ডা
- ১.৭ ফ্যাক্ট চেকিং কী?
- ১.৮ ভেরিফিকেশন কী?
- ১.৯ মিসইনফরমেশনের প্রকারভেদ
- ১.১০ বিভ্রান্তিকর তথ্য
- ১.১১ আংশিক অসত্য তথ্য
- ১.১২ কৌতুক বা স্যাটায়ার
- ১.১৩ আংশিক অসত্য তথ্য
- ১.১৪ কৌতুক বা স্যাটায়ার

০২ অধ্যায়ঃ তথ্য যাচাইয়ের পদ্ধতি

- ২.১ নির্বাচন
- ২.২ গবেষণা
- ২.৩ সিদ্ধান্ত

০৩ অধ্যায়ঃ সার্চ কৌশল (টেকনিকস)

- ৩.১ টেক্সট ফরম্যাট বা লিখিত আকারের তথ্য
- ৩.২ ভিডিও ফরম্যাট বা ভিডিও আকারের তথ্য
- ৩.৩ সার্চ অপারেটর ব্যবহার করে সার্চ ইঞ্জিনে সার্চ করার পদ্ধতি
- ৩.৪ ফেসবুকে সার্চ করার পদ্ধতি
- ৩.৫ ইউটিউবে সার্চ করার পদ্ধতি
- ৩.৬ ছবি যাচাইয়ের পদ্ধতি
- ৩.৭ ছবি যাচাইয়ে নানা টুল
- ৩.৮ ছবি যাচাইয়ের আরো কিছু কৌশল
- ৩.৯ ভিডিও ভেরিফিকেশন
- ৩.১০ ইনভিড ব্যবহার করে যেভাবে কি-ফ্রেম জেনারেট করা যায়
- ৩.১১ জিওলোকেশন
- ৩.১১.১ উদাহরণ সহ জিওলোকেশন

প্রথম অধ্যায়
জ্ঞান ভিত্তিক আলোচনা



১.১ ‘ফেইক নিউজ’ কী?

সহজ করে বললে: ‘ফেইক নিউজ’ বলতে এমন খবরকে বুঝানো হয়ে থাকে যা ‘বানোয়াট’, যার কোনো ভিত্তি নেই। প্রকৃতপক্ষে ঘটনা ঘটেনি, কিন্তু দাবি করা হচ্ছে ‘ঘটেছে’। অথবা বলা হচ্ছে, ‘এভাবে ঘটেছে’ কিন্তু প্রকৃতপক্ষে ঘটেছে উল্টোভাবে। ‘অসত্য তথ্য’কে ‘সত্য’ এর মতো করে খবর আকারে উপস্থাপন করা বস্তুই ‘ফেইক নিউজ’ বা ‘ভুয়া খবর’।

ইউনিভার্সিটি অব ক্যালিফোর্নিয়ার সেন্টার ফর ইনফরমেশন টেকনোলোজি অ্যান্ড সোসাইটি, ফেইক নিউজ এর সংজ্ঞা দিয়েছে এভাবে: “বানোয়াট তথ্য যখন খবরের ধরণে ছড়ায় কিন্তু একটি খবরের সত্যতা এবং বিশ্বাসযোগ্যতা নিশ্চয়তার জন্যে যেসব সম্পাদকীয় নীতিমালা কিংবা পদ্ধতি থাকে তা মেনে চলা হয়না” সেটিই ফেইক নিউজ। এসব ফেইক নিউজ বা ভুয়া তথ্যের মধ্যে মিসইনফরমেশন (অনিচ্ছাকৃত ভুল বা বিভ্রান্তিকর তথ্য) এবং ডিসইনফরমেশন (ইচ্ছাকৃত বিকৃত তথ্য) থাকতে পারে।

ভুয়া খবর ব্যাপারটি একেকজনের কাছে একেকরকম। তবে মূলকথা হল, যেসব ঘটনা কোনোভাবে মনগড়া বা বানোয়াট এবং যেসব ঘটনার কোনো যাচাইযোগ্য তথ্য, উৎস কিংবা বক্তব্য নেই সেটিই ভুয়া খবর। কখনো সেটি হতে পারে নিছক গুজব, কখনো বা আর্থিক সুবিধা লাভের জন্য তৈরি করা ‘ক্লিকবেইট’ নিবন্ধ।



১.২ গুজব কী?

‘ফেইক নিউজ’কে বাংলায় আমরা আরও নানান শব্দের মাধ্যমে চিনি। সবচেয়ে বেশি পরিচিত শব্দটি হলো ‘গুজব’। ‘গুজব’ এর অর্থ আভিধানিক অর্থ হচ্ছে- ‘রটনা’, বা ‘মুখে মুখে রটে যাওয়া কথা’। অর্থাৎ, এমন ঘটনার খবর যার সত্যমিথ্যা যাচাই করা হয়নি কিন্তু তার আগেই রটে গেছে। সত্য বা অসত্য যেকোনো কিছুই হতে পারে- এমন অনিশ্চিত বক্তব্য বা তথ্যকে অভিধানে গুজব বলে চিহ্নিত করা হয়েছে।

কিন্তু বর্তমান সময়ে ‘গুজব’ এর আভিধানিক অর্থের বদলে প্রাধান্য পেয়েছে প্রচলিত একটি অর্থ।

‘গুজব’ বলতে এখন ‘নিশ্চিত অসত্য’ বুঝানো হয়ে থাকে বেশি। অর্থাৎ, ‘ফেইক নিউজ’ বা ‘ভুয়া খবর’ বলতে যা বুঝানো হয়, ‘গুজব’ বলতেও তাই বুঝানো হচ্ছে।

কোনো খবরের ‘নিশ্চিত অসত্যতা’ বুঝাতে সরকারি কর্তৃপক্ষ থেকে প্রায়শই জানানো হয়, ‘অনলাইনে গুজব ছড়ানো হচ্ছে’। অর্থাৎ, বলা হচ্ছে ‘অনলাইনে ভুয়া খবর’ বা ‘ফেইক নিউজ’ ছড়ানো হচ্ছে। একই রকমভাবে অন্যান্য নানানপক্ষও যখন মনে করে কোনো ছড়িয়ে পড়া তথ্যকে ‘ভুয়া’ হিসেবে অভিহিত করা প্রয়োজন তখন তারা সাধারণত বলেন, ‘আমার/আমাদের বিরুদ্ধে গুজব ছড়ানো হচ্ছে’। অর্থাৎ, এখানে ‘গুজব’ শব্দটি ‘ফেইক নিউজ’ বা ‘ভুয়া খবর’ অর্থে ব্যবহৃত হচ্ছে।

মনে রাখতে হবে, ‘গুজব’ এর এই অর্থটি প্রচলিত অর্থ। বর্তমানে অনেক ক্ষেত্রে যে অর্থটি নেয়া হয়ে থাকে সেটির কথা এখানে বলা হয়েছে। কিন্তু আভিধানিক অর্থে ‘গুজব’ হলো ‘এখনো যাচাই করা হয়নি বা যাচাই করা যায়নি এমন তথ্য’। যাচাইয়ের পর সেটি সত্য বা অসত্য যাই প্রমাণিত হোক না কেন, যাচাইয়ের আগে সেটি ‘গুজব’ হিসেবে গণ্য হবে।

ফ্যান্ট চেকিং বিষয়ে আলোচনায় ‘ফেইক নিউজ’ বা ‘গুজব’ এর পাশাপাশি আরও যেসব পরিভাষা সম্পর্কে মৌলিক ধারণা থাকা প্রয়োজন সেগুলো হল- মিসইনফরমেশন (Misinformation), ডিসইনফরমেশন (Disinformation), ম্যাল-ইনফরমেশন (Mal-information), প্রপাগান্ডা (Propaganda) ইত্যাদি।

১.৩ মিসইনফরমেশন

এই শব্দটির অনুবাদ বাংলায় করা হয়ে থাকে ‘ভুল তথ্য’। Misinformation একটি ব্যাপক বা বৃহত্তর অর্থবোধক শব্দ। যে ভুল তথ্যটি ছড়ানোর ক্ষেত্রে যিনি ছড়াচ্ছেন তিনি জেনে ছড়াচ্ছেন, নাকি না জেনে ছড়াচ্ছেন তা নিশ্চিত হওয়ার সুযোগ নেই সেই ‘ভুল তথ্য’টিকে Misinformation বলা হয়।

১.৪ ডিসইনফরমেশন

এটি হচ্ছে ‘ভুল তথ্য’টি ছড়ানোর পেছনে মানুষকে বিভ্রান্ত করার ‘ইচ্ছা’ বা ‘intention’ থাকা। যেই ফেইক নিউজ বা ভুয়া খবর ছড়ানোর পেছনে মানুষকে বিভ্রান্ত করার ‘intention’ আছে সেটিকেই Disinformation বলে। একই ভুল তথ্য কারো জন্য Misinformation এবং কারো জন্য Disinformation হতে পারে। প্রথমে Disinformation হিসেবে ছড়ানো কোনো তথ্য পরে অনেক মানুষ না বুঝে অন্যের কাছে ছড়িয়ে থাকেন। তাদের জন্য একই তথ্য Misinformation গণ্য হবে। কারণ তারা জেনে শুনে ভুলটা ছড়াননি। আবার উল্টোটাও হতে পারে। প্রথমে কেউ না জেনে একটি ভুল তথ্য ছড়িয়েছেন। কিন্তু পরে অন্যরা জেনে বুঝেই সেই ভুল তথ্যটি অন্যদের বিভ্রান্ত করতে ছড়াতে ভূমিকা রেখেছে।

১.৫ ম্যালইনফরমেশন

এটা হলো সঠিক তথ্যকে এমনভাবে উপস্থাপন করা যাতে মানুষের কাছে সঠিক বার্তা না পৌঁছে ভুল বার্তা পৌঁছায়। প্রায়ই অনলাইনে এটির চর্চা দেখা যায়।

১.৬ প্রোপাগান্ডা

প্রোপাগান্ডা বা অপপ্রচার হলো কোনো বিশেষ রাজনৈতিক বা আদর্শিক উদ্দেশ্য হাসিলের জন্য, প্রভাব তৈরির জন্য চালানো প্রচারণা। সেই উদ্দেশ্যটি ভালো বা খারাপ উভয়ই হতে পারে। আবার ভালো বা খারাপ যে কোনো উদ্দেশ্য হাসিলের জন্য ভালো বা খারাপ যে কোনো পন্থাও অবলম্বন করা হতে পারে। অর্থাৎ, সত্য তথ্য দিয়ে কিংবা সত্যের সাথে অসত্য বা অর্ধসত্য যুক্ত করে অথবা পুরোপুরি অসত্য তথ্য দিয়ে বা সত্যমিথ্যা নির্ধারণ করা যায় না এমন তথ্য দিয়ে মানুষকে রাজনৈতিক বা আদর্শিকভাবে প্রভাবিত করার চেষ্টা- এসবই প্রোপাগান্ডা। অর্থাৎ, প্রোপাগান্ডায় Disinformation, Misinformation, Malinformation এবং Rumor বা অযাচাইকৃত তথ্য (গুজব) সবই ব্যবহার হয়ে থাকে।

১.৭ ফ্যাক্ট চেকিং কী?

‘সত্য খবর’ থেকে ‘ভুয়া খবর’ বা ‘ফেইক নিউজ’কে আলাদা করে চেনার পদ্ধতিকে বলে ‘ফ্যাক্ট চেকিং’। আপনি ফেসবুকে একটি পোস্ট দেখলেন বা ইউটিউব ভিডিওতে শুনলেন বা আড্ডার সময় এক বন্ধু বললো, “রাতের আঁধারে বাঁশঝাড় থেকে সংগৃহীত পানি পান করলে করোনা ভাইরাস হবে না”। এটি কি আসলেই ‘খবর’ নাকি ‘ভুয়া খবর’ তা খুঁজে বের করা হবে যে উপায়ে সেটাকেই বলে ‘ফ্যাক্ট চেকিং’।

১.৮ ভেরিফিকেশন কী?

ভেরিফিকেশন এবং ফ্যাক্ট চেকিং এ দুটি শব্দ বেশ কাছাকাছি হলেও এ দুটির মধ্যে কিছু অমিল আছে। “ভেরিফিকেশন হল সম্পাদকীয় কৌশল যা সাংবাদিক এবং ফ্যাক্ট চেকাররা ব্যবহার করে কোনো বক্তব্যের সত্যতা যাচাই করেন। অন্যদিকে ফ্যাক্ট চেকিং হচ্ছে সাংবাদিকতা চর্চায় ভেরিফিকেশনের একটি বিশেষ ব্যবহার”। এরকমটি মনে করেন বিল এডেয়ার, যিনি পলিটিফ্যাক্ট-এর প্রতিষ্ঠাতা এবং ডিউক বিশ্ববিদ্যালয়ের প্রাক্তিন অব জার্নালিজম এবং পাবলিক পলিসির নাইট অধ্যাপক।

১.৯ মিসইনফরমেশনের প্রকারভেদ

মিসইনফরমেশন বা ভুলতথ্যের বিভিন্ন প্রকারভেদ রয়েছে। এর মধ্যে উল্লেখযোগ্য হলো:

১.১০ অসত্য তথ্য

যেসব তথ্য বা খবরের কোন ভিত্তি নেই। এর মধ্যে রয়েছে অযৌক্তিক কথাবার্তা, কোনো ব্যক্তি বা প্রতিষ্ঠানের নামে ভুল্যা উদ্ভূতি, বিজ্ঞানভিত্তিক উপায়ে বা বাস্তবে সম্ভব নয় এমন উদ্ভট দাবি, অথবা কোনো বাস্তব ঘটনা বা বক্তব্যের ভুল ব্যাখ্যা দাঁড় করানো। কোনো একটি ছবি, অডিও বা ভিডিওকে যখন তার সাথে সম্পর্ক নেই এমন অন্য একটি ঘটনার প্রমাণ হিসেবে হাজির করা হয়, সেসব দাবিকেও “অসত্য” হিসেবেই চিহ্নিত করা হয়।



উদাহরণঃ এখানে দাবি করা হচ্ছে, কার্বলিক এসিড এর বোতলের মুখ খুলে রেখে দিলে নিকটে রাসেলস ভাইপারসহ কোনো ধরনের সাপ আসবে না। এমন দাবি করে অনেকে বাণিজ্যিকভাবে তাদের পণ্যের বিজ্ঞাপন দিচ্ছেন। ফ্যাক্টওয়াচের অনুসন্ধান দেখা যায়, কার্বলিক এসিড দ্বারা এভাবে সাপ দমন করা যায় না। সরাসরি সাপের শরীরের উপরে কার্বলিক এসিড পড়লে সেটা তার ত্বকে প্রতিক্রিয়া সৃষ্টি করে, কিন্তু শুধুমাত্র ঘ্রাণের কারণে সাপ কার্বলিক এসিড থেকে দূরে থাকে না।

১.১১ বিভ্রান্তিকর তথ্য

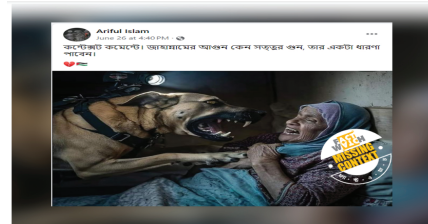
এমন কোনো তথ্য যা অতিরিক্ত তথ্যপ্রমাণ ছাড়া কাউকে বিভ্রান্ত করতে পারে। যেমন: বিকৃত না করে কোনো ভিডিও বা অডিও থেকে খানিক অংশ বা আসল ছবি কেটে ব্যবহার করা যেখানে মূল বিষয়বস্তু বোঝা যাচ্ছে না। অথবা এমন কোনো তথ্য যেখানে আপাত দৃষ্টিতে সরাসরি কোনো অসত্য তথ্য দেখা যায় না কিন্তু এমন একটি তথ্যের দিকে ইঙ্গিত করে যেটি আসলে পুরোপুরি সত্য নয়।

উদাহরণঃ এখানে দেখা যাচ্ছে, একটি কুকুর একজন বৃদ্ধার উপরে আক্রমণ করছে। মূল ঘটনা হলো, ইসরায়েলি সৈন্য ফিলিস্তিনি এক নারীকে বাড়ি থেকে উচ্ছেদ করতে সামরিক প্রশিক্ষণপ্রাপ্ত কুকুর লেলিয়ে দেয়। ভাইরাল যে ছবিতে এমন চিত্র দেখা যাচ্ছে তা ডিজিটাল প্রযুক্তি এবং কৃত্রিম বুদ্ধিমত্তা দিয়ে তৈরি করা হয়েছে। ঘটনার ভয়াবহতা তুলে ধরতে কৃত্রিম বুদ্ধিমত্তার সাহায্যে তৈরি ছবিটি গণমাধ্যমগুলো তাদের প্রতিবেদনে ব্যবহার করেছে।

১.১২ বিকৃত তথ্য

এটি সাধারণত কোনো ছবি বা ভিডিওর ক্ষেত্রেই দেখা যায়। মানুষকে বিভ্রান্ত করার উদ্দেশ্যে যখন কোনো ছবি, অডিও বা ভিডিও বিকৃত, সম্পাদিত, পুনর্বিন্যাস, রূপান্তরিত কিংবা সংযোজিত করা হয়। অর্থাৎ, কোনো ছবি বা ভিডিওকে সম্পাদনা পূর্বক যে ভুল তথ্য প্রদান করা হয় সেগুলোই বিকৃত তথ্য।

উদাহরণঃ এখানে “আকাশে উড়ে উড়ে সারাদেশে ছড়িয়ে পড়ছে রাসেলস ভাইপার!” শিরোনামে আরটিভির লোগো-সম্বলিত একটি ফটোকার্ড রয়েছে। তবে এটি আরটিভির অফিশিয়াল ফটোকার্ড নয়। ফটোকার্ডে ব্যবহৃত ছবিটি ডিজিটাল প্রযুক্তির সহায়তায় সম্পাদনা করা হয়েছে।

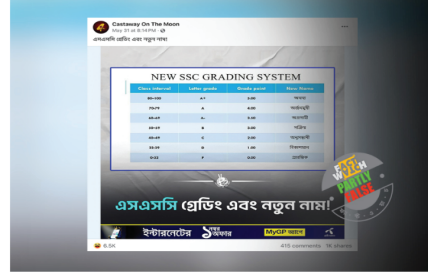


রাসেলস ভাইপার উড়ে উড়ে ছড়িয়ে পড়ছে: বিকৃত ফটোকার্ড

১.১৩ আংশিক অসত্য তথ্য

যেখানে একাধিক তথ্য দেয়া হয়ে থাকে এবং এর মধ্যে কিছু তথ্য সঠিক এবং কিছু ভুল, সেগুলোকে আংশিক অসত্য তথ্য বলা হয়ে থাকে।

উদাহরণঃ নিম্নোক্ত ছবিতে এসএসসি পরীক্ষায় প্রচলিত গ্রেডিং ভিত্তিক ফলাফলে পরিবর্তন এসেছে মর্মে একটি তালিকা প্রকাশ করা হয়। এই তালিকায় নম্বর এর বিপরীতে প্রচলিত গ্রেড বা জিপিএর বদলে কিছু বিশেষণ প্রদান করার দাবি করা হচ্ছে। ফ্যান্টাওয়ারচ (তথ্য যাচাইকারী প্রতিষ্ঠান) এর অনুসন্ধানে দেখা যাচ্ছে, প্রস্তাবিত পদ্ধতিতে এই বিশেষণগুলো ব্যবহৃত হবে ঠিকই, তবে এর সাথে নম্বরের সম্পর্ক নেই।



১.১৩.৩ ইন্টারনেট থেকে সংগৃহীত পোস্ট ও স্ক্রিনিট
নতুন গ্রেডিং পদ্ধতি দাবিতে প্রচারিত তালিকাটি আংশিক মিথ্যা

১.১৪ কৌতুক বা স্যাটায়ার

অনেক সময় ঠাট্টা করার উদ্দেশ্যে বিভিন্ন বিক্রপাত্মক, হাস্যরসাত্মক, এমনকি নিন্দাসূচক তথ্য দেয়া হয়। অথবা সত্য কোনো তথ্যকে নিয়ে ঠাট্টা করা হয় সেগুলোকে কৌতুকের আওতায় রাখা হয়। এ কারণে অনেকেই ঠাট্টাকে সত্যি তথ্য হিসেবেই ধরে নিয়ে থাকেন।

উদাহরণঃ “ওমিক্রন আমাদের কাছে চিড়ামুড়ির মতো নিতাদিনের খাবার।” ক্যাপশনে একটি ঔষধের ছবি ফেসবুকে প্রচুর শেয়ার হয়েছে। ছবিতে দৃশ্যমান “ওমিক্রন ২০” মূলত একটি গ্যাস্ট্রিকের ঔষধ। করোনভাইরাসের সবচেয়ে বেশি মিউটেট হওয়া নতুন সংস্করণের নাম দেয়া হয়েছে “ওমিক্রন”। এর সাথে উক্ত ঔষধটির কোনো সম্পর্ক নেই। এটি একটি ব্যঙ্গাত্মক পোস্ট হিসেবে ফেসবুকে পোস্ট করা হচ্ছে।

বাংলাদেশে গুজবগুলোর বিষয়ভিত্তিক পর্যালোচনা করলে বিভিন্ন ধরনের বিষয় দেখতে পাওয়া যায়। দেশের তথ্য যাচাইকারী প্রতিষ্ঠানগুলোর তথ্য অনুসারে নিম্নোক্ত বিষয়গুলো উল্লেখযোগ্যঃ

১. রাজনৈতিক
২. ধর্মীয়
৩. স্বাস্থ্য
৪. বিজ্ঞান ও পরিবেশ

বাংলাদেশে যে কয়টি মাধ্যম থেকে আমরা তথ্য পেয়ে থাকি এর সবগুলোই ফ্যান্টা-চেকিং এর আওতায় আসে। তবে এর মধ্যে উল্লেখযোগ্য কয়েকটি মাধ্যম রয়েছে যার থেকে আমরা প্রতিনিয়ত তথ্য পেয়ে থাকি। তাই ভুল তথ্য বা গুজব এসব জায়গায়ই বেশি দেখা যায়ঃ

- ১। সামাজিক মাধ্যম যেমন, ফেসবুক, ইউটিউব, টিকটক ইত্যাদি।
- ২। মূলধারার গণমাধ্যম অর্থাৎ যেসব টিভি চ্যানেল, পত্রিকা আমরা প্রতিনিয়ত দেখি বা পড়ি।

এছাড়া রাজনৈতিক, ধর্মীয় ইত্যাদি প্রতিষ্ঠান বা বিভিন্ন ব্যক্তির মাধ্যমেও ভুল তথ্য দেখতে পাওয়া যায়।



১.১৪.৩ ইন্টারনেট থেকে সংগৃহীত পোস্ট ও স্ক্রিনিট
“ওমিক্রন ২০” মূলত গ্যাস্ট্রিকের ঔষধ

দ্বিতীয় অধ্যায়

তথ্য যাচাইয়ের পদ্ধতি



২ তথ্য যাচাইয়ের পদ্ধতি

তথ্য যাচাই বা ফাঙ্কট চেকিং এর ক্ষেত্রে নিরপেক্ষভাবে বিচার বিশ্লেষণ করা সবচেয়ে জরুরী। সম্পূর্ণ যাচাই প্রক্রিয়াকে সাধারণত তিনটি ভাগে ভাগ করা যায়:

১. নির্বাচন
২. গবেষণা
৩. সিদ্ধান্ত



২.১ নির্বাচন

কোনো তথ্য সামনে আসলে প্রথমেই যে প্রশ্নটি করতে হবে সেটি হচ্ছে তথ্যটি যাচাইযোগ্য কি না। যেমনঃ কেউ যদি কোনো ভবিষ্যৎ বাণী দিয়ে বলে যে, আগামী মাসে ভূমিকম্প হবে, এমন অবস্থায় উক্ত তথ্যটি যাচাই করা যাবে না কারণ এটি যাচাইয়ের জন্য নির্ভরযোগ্য প্রযুক্তি এখনো পাওয়া যায় নি। এছাড়াও রয়েছে মানুষের মতামত। কোন ব্যক্তির মতামত যাচাই করা হয় না যেহেতু সবারই মতামত দেয়ার স্বাধীনতা রয়েছে।

অন্যদিকে, যেহেতু ভুল তথ্যের আধিক্য অনেক সেহেতু সব তথ্য যাচাই করার মতো গুরুত্ব বহন করে না। সেক্ষেত্রে নিম্নে বর্ণিত আরোও কয়েকটি প্রশ্ন বিবেচনায় রাখতে পারেন। তবে এই বিষয়গুলো একান্তই আপনার উপর নির্ভর করছে।

১. বিষয়বস্তুটি কি উল্লেখযোগ্য বা জনগুরুত্বপূর্ণ?
২. এটি কি কোনো গোষ্ঠী বা উল্লেখযোগ্যসংখ্যক মানুষকে প্রভাবিত করতে পারে?
৩. জনসাধারণের জন্যে এই বিষয়ে সিদ্ধান্ত নেওয়া কি কঠিন? সংশ্লিষ্ট তথ্য কি অস্পষ্ট বা দুর্বোধ্য? এসব তথ্য কি সহজলভ্য?
৪. সংবাদটি কি এরকম উস্কানিমূলক বা সংবেদনশীল, যে এর সত্যতা যাচাই করা না থাকলে এটি কোনো ব্যক্তি, প্রতিষ্ঠান বা গোষ্ঠীর জন্য ক্ষতিকর হতে পারে?

২.২ গবেষণা

যখন একটি তথ্যকে যাচাই করার জন্য নির্বাচন করা হলো, তখনই শুরু হবে উক্ত তথ্যের বিপরীতে গবেষণা করা। অর্থাৎ, বিভিন্ন উপায়ে তথ্যের সত্যতা খুঁজে বের করতে হবে।

১. প্রথমেই জানতে হবে এর উৎস কী? তথ্যটি সর্বপ্রথম কে প্রকাশ করেছে। হতে পারে কোনো প্রতিষ্ঠান, ব্যক্তি ইত্যাদি। উৎস খুঁজে পাওয়া গেলে দেখতে হবে এই উৎসটি কতটুকু নির্ভরযোগ্য।
২. এরপর উক্ত তথ্যের পক্ষে বা বিপক্ষে প্রমাণ খুঁজে বের করতে হবে। সেক্ষেত্রে প্রযুক্তিগত বিভিন্ন সহায়তা নেয়া যেতে পারে। যেমনঃ ইমেজ বা ভিডিও যাচাইয়ের ক্ষেত্রে প্রতিষ্ঠিত ছবি যাচাই প্ল্যাটফর্ম তথা গুগল ইমেজ, টিন আই রিভার্স ইমেজ সার্চ ইত্যাদির সাহায্য নেয়া।
৩. প্রয়োজনে সংশ্লিষ্ট বিশেষজ্ঞদের পরামর্শ ও বক্তব্য নেয়া।

২.৩ সিদ্ধান্ত

গবেষণা শেষ হলে উল্লেখিত তথ্যটি মূল্যায়ন করতে হবে। অর্থাৎ, তথ্যটি কতটুকু সঠিক এ বিষয়ে সিদ্ধান্ত নিতে হবে। সেক্ষেত্রে নিম্নোক্ত কয়েকটি বিষয় বিবেচনায় রাখতে হবেঃ

১. সুস্পষ্টভাবে খেয়াল রাখতে হবে প্রাপ্ত প্রমাণে এবং উল্লিখিত দাবিটিতে শব্দের ভিন্নতা রয়েছে কি না। অর্থাৎ, কী শব্দ ব্যবহার করা হয়েছে সেটি গুরুত্বপূর্ণ।
২. তারপর দেখতে হবে প্রসঙ্গ কী ছিলো। অনেকসময় দেখা যায়, ভিন্ন কোনো প্রসঙ্গের তথ্যকে অন্য আরেকটি প্রসঙ্গে ব্যবহার করা হয়ে থাকে।
৩. যে প্রমাণগুলো পাওয়া গিয়েছে সেগুলো কতটুকু নির্ভরযোগ্য।
৪. প্রত্যেকটি তথ্যপ্রমাণের সময়কাল খুব ভালোভাবে খেয়াল রাখতে হবে।

এই সবগুলো বিষয় পর্যালোচনা করে তবেই যেকোনো সিদ্ধান্তে পৌঁছাতে হবে।

তৃতীয় অধ্যায়

সার্চ কৌশল (টেকনিকস)



৩ সার্চ কৌশল (টেকনিকস)

বিশ্বব্যাপী যোগাযোগের পাশাপাশি বিনোদন গ্রহণ, অবসর কাটানো ও তথ্য সংগ্রহের মাধ্যম হয়ে উঠেছে স্মার্টফোন ও সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম। ইন্টারনেটের সহজলভ্যতা, নিয়মিত স্মার্টফোন ও ইন্টারনেট ব্যবহারকারীর সংখ্যা বৃদ্ধি এই পালে দিয়েছে হাওয়া। গণমাধ্যমের আপেক্ষিক বিকল্প হয়ে উঠার ফলে এই সামাজিক মাধ্যমে ভুল তথ্যেরও নেতিবাচক প্রভাবও রয়েছে টের। তাই এখন সামাজিক মাধ্যম ব্যবহারের পাশাপাশি তথ্য যাচাইয়ের প্রক্রিয়া শেখাটাও সমানভাবে গুরুত্বপূর্ণ হয়ে উঠেছে। সামাজিক মাধ্যমে প্রধানত তিন ধরনের ভুল তথ্য পাওয়া যায়। সেগুলো হলো:

- টেক্সট ফরম্যাট বা লিখিত আকারের তথ্য
- ভিডিও ব্যবহার করে প্রচারিত তথ্য
- ইমেজ বা ছবি ব্যবহার করে প্রচারিত তথ্য



৩.১ টেক্সট ফরম্যাট বা লিখিত আকারের তথ্য

টেক্সট ফরম্যাটের তথ্যের ক্ষেত্রে ইন্টারনেটে সার্চ করে সেটি যাচাই করা হয়। কখনো কখনো সাধারণ সার্চ পদ্ধতিতে কাঙ্ক্ষিত ফলাফল না পাওয়া গেলে এডভান্স সার্চ প্রযুক্তি ব্যবহার করা হয়। বিভিন্ন মাধ্যমে এই সার্চ করা যায়। যেমন:

- সার্চ অপারেটর ব্যবহার করে সার্চ ইঞ্জিনে সার্চ করার পদ্ধতি
- গুগল এডভান্স সার্চ পদ্ধতি
- ফেসবুকে সার্চ করার পদ্ধতি
- ইউটিউবে সার্চ করার পদ্ধতি



৩.২ ভিডিও ফরম্যাট বা ভিডিও আকারের তথ্য

ভিডিও ফরম্যাটের তথ্যের ক্ষেত্রেও রিভার্স ইমেজ সার্চ পদ্ধতি ব্যবহার করা হয়। একটি ভিডিও থেকে বেশকিছু কী-ফ্রেম নিয়ে এটি করা হয়। কখনো কখনো এই সার্চ পদ্ধতিতে কাঙ্ক্ষিত ফলাফল না পাওয়া গেলে ভিডিওটি পর্যবেক্ষণ করে এর তথ্য, সাউন্ড, ভাষা, ভিডিওতে পাওয়া যে কোনো সাইন, ট্রেডমার্ক, ভবন, নেমপ্লেট ইত্যাদি ব্যবহার করে অনুসন্ধান করা হয়। ভিডিও যাচাইয়ে ব্যবহৃত কিছু টুলস হলো:

- ইনভিড উই ভেরিফাই
- গুগল লেস
- গুগল ফ্যাঙ্ক-চেক এক্সপ্লোরার
- গুগল আর্থ ভিউ
- গুগল স্ট্রিট ভিউ
- অ্যামনেস্টি ইউটিউব ডেটা ভিউয়ার

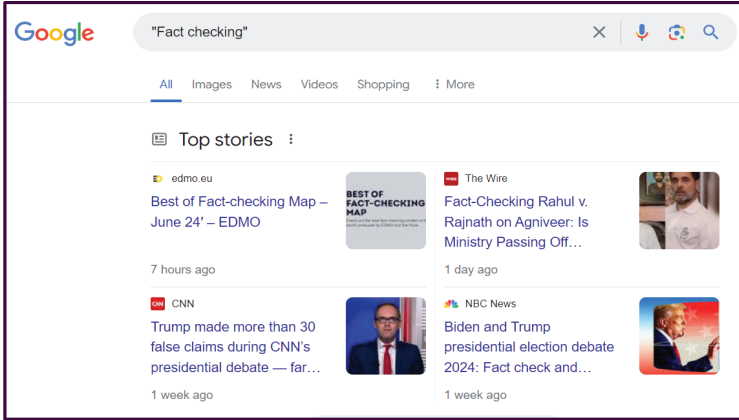


উল্লেখ্য, ছবি ও ভিডিও যাচাইয়ে প্রায় সবগুলো টুলসই ব্যবহার হতে পারে। এছাড়া ছবি ও ভিডিও যাচাইয়ে জিওলোকেশন পদ্ধতি এবং এর টুলসগুলোও ব্যবহৃত হতে পারে।

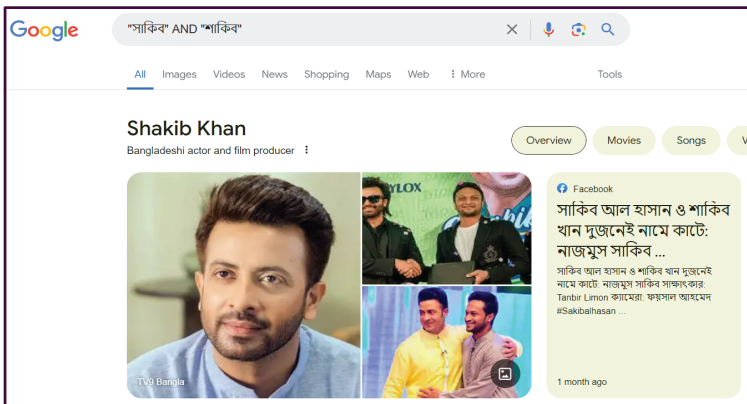
৩.৩ সার্চ অপারেটর ব্যবহার করে সার্চ ইঞ্জিনে সার্চ করার পদ্ধতি

সার্চ ইঞ্জিনে সার্চের ফলাফল সুনির্দিষ্ট করতে কিংবা কাঙ্ক্ষিত ফলাফলের জন্য কিছু অপারেটর ব্যবহার করা হয়। একে বাইনারি সার্চও বলা হয়। এরকম কিছু উল্লেখযোগ্য সার্চ অপারেটর ও তাদের কাজ নিয়ে নিচে আলোচনা করা হলো:

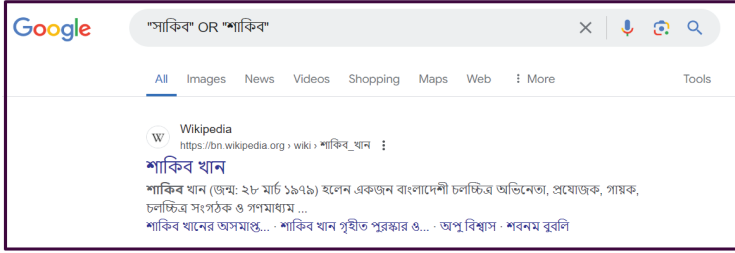
নির্দিষ্ট শব্দ বা বিষয়ের ফলাফল পেতে: কোনো শব্দগুচ্ছ নিয়ে সার্চ করলে গুগল তার ফলাফলে শব্দগুচ্ছের প্রথম একটি অথবা শেষের একটি শব্দকে গুরুত্ব দিয়ে ভিন্ন ফলাফলও দেখাতে পারে। এক্ষেত্রে কাঙ্ক্ষিত ফলাফল পেতে শব্দটিকে " " তথা ডাবল কোটেশন মার্ক এর মধ্যে রেখে সার্চ করলে গুগল ওই শব্দ বা শব্দগুচ্ছের কাঙ্ক্ষিত ফলাফল দেখাবে। এটা সব অপারেটর ব্যবহারের ক্ষেত্রে ব্যবহার করা যাবে।



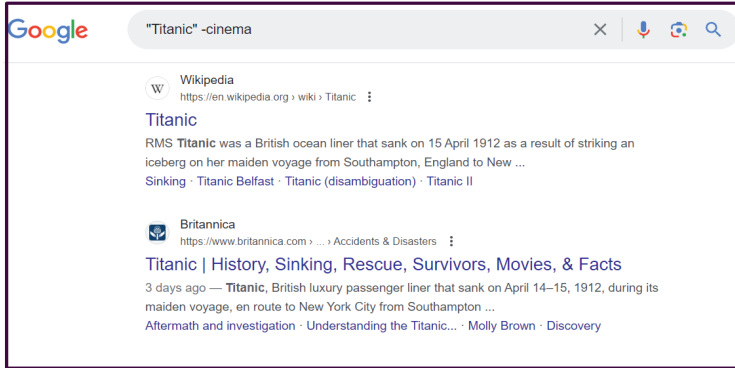
আলাদা কোনো দুটি বিষয়ের ফলাফল একত্রে পেতে: আলাদা কোনো নির্দিষ্ট দুটি শব্দ বা বিষয়ের ফলাফল একইসাথে পেতে শব্দ দুটির মাঝে AND অপারেটর যুক্ত করতে হয়।



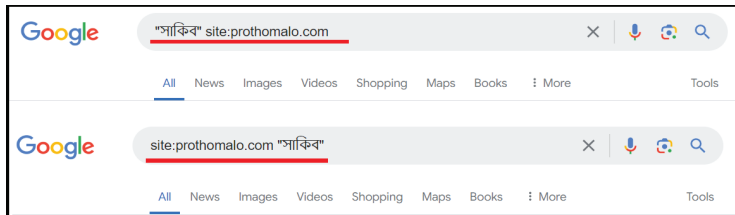
দুটি আলাদা শব্দ থেকে যে কোনো একটির ফলাফল পেতে: কোনো দুটি আলাদা শব্দ থেকে যে কোনো একটির ফলাফল পেতে OR অপারেটর ব্যবহার করতে পারেন।



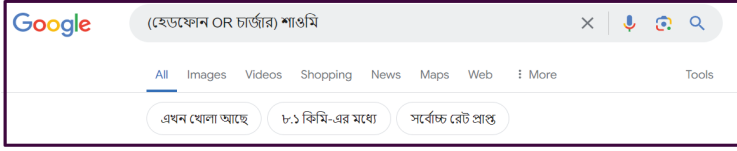
সার্চ থেকে কোনো একটি বিষয়কে বাদ দিতে: ধরুন আপনি টাইটানিক জাহাজের বিষয়ে জানতে চান। কিন্তু টাইটানিক লিখে সার্চ করার পর গুগল আপনাকে টাইটানিক সিনেমা সংশ্লিষ্ট (সিনেমা শব্দযুক্ত) ফলাফল বেশি দেখাচ্ছে। সে ক্ষেত্রে আপনি টাইটানিক শব্দের ফলাফল দেখতে চাইলেও সিনেমার ফলাফল দেখতে চাচ্ছেন না। কোনো শব্দকে বাদ দিতে হলে - তথা মাইনাস চিহ্ন দিয়ে সেই শব্দটিকে লিখতে হবে। আপনি চাইলে এক বা একাধিক শব্দকেও বাদ দিতে পারবেন। যেমনঃ এই উদাহরণে সিনেমা শব্দের পাশাপাশি ফিল্ম, মুভি ইত্যাদি শব্দ বাদ দেওয়া যেতে পারে। আরো ভালো ফলাফল পেতে বাদ দিতে চাওয়া শব্দগুলোতেও ডাবল কোটেশন মার্ক ব্যবহার করতে পারেন।



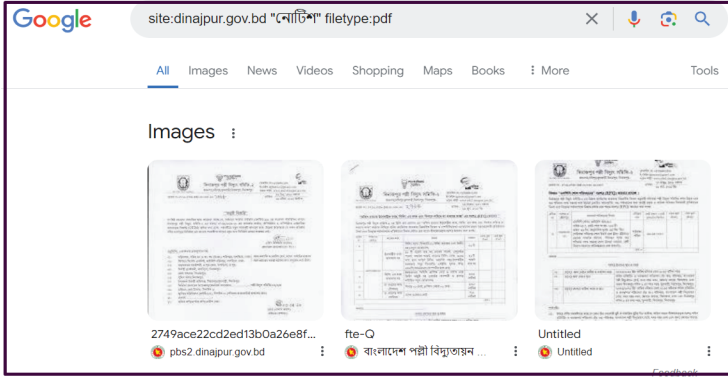
কোনো নির্দিষ্ট ওয়েবসাইট থেকে কোনো কাঙ্ক্ষিত বিষয় খুঁজে পেতে: কোনো নির্দিষ্ট একটি সাইট থেকে কোনো তথ্য খুঁজে পেতে কাঙ্ক্ষিত শব্দের সাথে site:domain name উল্লেখ করতে হবে। এক্ষেত্রে অবশ্যই খোয়াল রাখতে হবে site: এর পরে এবং ডোমেইন নেম এর মাঝে যেন স্পেস না থাকে। তবে site: অপারেটর, কাঙ্ক্ষিত শব্দের আগে অথবা পরে বসানো যাবে।



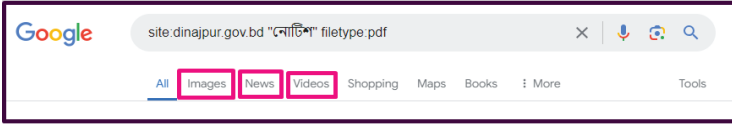
অনেকগুলো অপারেটর একত্রে গ্রুপ করতে: একটি সার্চে কয়েকটি শব্দ ব্যবহারের প্রয়োজন হলে ফ্রাস্ট ব্র্যাকেট এর মাধ্যমে তা করা যায়।



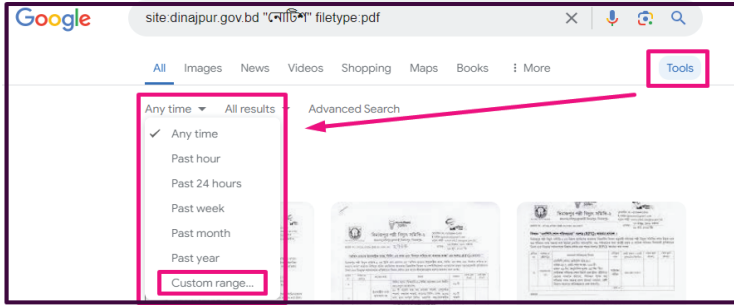
নির্দিষ্ট ধরণের ফাইল খুঁজতে: কোনো নির্দিষ্ট ধরণের ফাইল খুঁজতে filetype: অপারেটর ব্যবহার করা হয়। সেক্ষেত্রে নির্দিষ্ট ধরণের ফাইলের সংক্ষিপ্ত নাম দিতে হয় কোলনের পরে। এখানেও কোলনের পরে স্পেস থাকবে না। যেমন filetype:pdf বা filetype:jpg বা filetype:xlsx। উদাহরণস্বরূপ দিনাজপুর জেলার সাইট থেকে একটি পিডিএফ নোটিশ পেতে চাইলে যেভাবে সার্চ করতে হবে।



গুগলের এডভান্স সার্চে পাওয়া ফলাফলে আরো কিছু ফিল্টার যুক্ত করা যায়। সার্চকৃত বিষয়ের গুণমাত্র ছবি, সংবাদ কিংবা ভিডিও পেতে ফলাফলের নিচের অপশনগুলো ব্যবহার করা যায়।



পাশাপাশি একই ফলাফল বিভিন্ন সময়ের প্রেক্ষিতে পেতে চাইলে Tools অপশনে ক্লিক করে দিন, তারিখ বা টাইমফ্রেম অনুযায়ী ফলাফল দেখার সুযোগ রয়েছে।



এই সার্চগুলো গুগলের এডভান্স সার্চ পেজেও করা যায়। সেখানে কোনো অপারেটর বসাতে হয়না শুধুমাত্র নির্দিষ্ট ক্ষেত্রে সেই সার্চ বক্সে শব্দ বসিয়েই সার্চ করা যায়। এডভান্স সার্চ পেজের ঠিকানা https://www.google.com/advanced_search। এছাড়াও আরো বেশ কিছু সার্চ অপারেটর সম্পর্কে জানতে পারবেন এই লিংক থেকে t.ly/U6vHn।

Advanced Search

Find pages with...

all these words:

this exact word or phrase:

any of these words:

none of these words:

numbers ranging from: to

To do this in the search box.

Type the important words: tri-colour rat terrier

Put exact words in quotes: "rat terrier"

Type OR between all the words you want: miniature OR standard

Put a minus sign just before words that you don't want: -rodent, -"Jack Russell"

Put two full stops between the numbers and add a unit of measurement: 18-25 kg, 6000-6500, 2000-2011

Then narrow your results by...

language: Find pages in the language that you select.

region: Find pages published in a particular region.

last update: Find pages updated within the time that you specify.

site or domain: Search one site (like wikipedia.org) or limit your results to a domain like .edu, .org or .gov

terms appearing: Search for terms in the whole page, page title or web address, or links to the page you're looking for

file type: Find pages in the format that you prefer.

usage rights: Find pages that you are free to use yourself.

Advanced Search

৩.৪ ফেসবুকে সার্চ করার পদ্ধতি

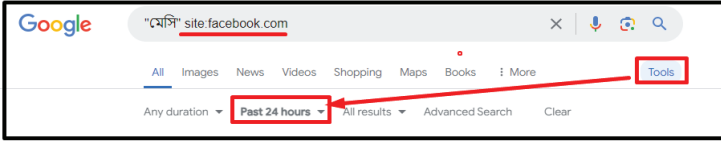
২০১৯ সালে ফেসবুকের গ্রাফ সার্চ পদ্ধতি বন্ধ হয়ে যাওয়ার পর থেকে ফেসবুকে কাজিফত ফলাফল পেতে কিছুটা অসুবিধা দেখা যায়। তবুও নির্দিষ্ট কিছু উপায়ে ফেসবুক থেকেও ভালো সার্চ ফলাফল পাওয়া যেতে পারে। ডেস্কটপ ভার্সনে ফেসবুকের সার্চবারে কী-ওয়ার্ড দিয়ে সার্চ করলে বাম পাশে সার্চবারের নিচে কিছু অপশন দেখা যায়। এই অপশনগুলো থেকে সিলেক্ট করার মাধ্যমে সার্চের শব্দ বা নামের পোস্ট, প্রোফাইল, পেজ, গ্রুপ, আলোচ্য শব্দ যুক্ত করে পোস্টকৃত ছবি, আলোচ্য শব্দ যুক্ত করে পোস্টকৃত ভিডিও সহ বিভিন্ন ফলাফল পাওয়া যাবে।

এর মধ্যে Post অপশনে ক্লিক করলে আরো কিছু অপশন পাওয়া যাবে। এই অপশন থেকে সার্চকৃত বিষয়ের পোস্ট ফলাফল আরো সুনির্দিষ্ট করার সুযোগ রয়েছে। সাম্প্রতিক পোস্ট (Recent Posts) কিংবা পুরোনো বিভিন্ন সালের পোস্ট (Date Posted), এর আগে এই প্রোফাইল থেকে দেখা/পড়া হয়েছে এ সংক্রান্ত পোস্ট (Posts You've Seen) কিংবা হয়নি সেই ভিত্তিতে সার্চ করার সুযোগ রয়েছে।

এছাড়াও কোন উৎসের পোস্টগুলো খুঁজছেন (নিজের, বন্ধুর, গ্রুপ বা পেজের পোস্ট কিংবা যেকোনো উৎস থেকে) তাও নির্দিষ্ট করে খোঁজা যাবে Post From অপশন থেকে। Tagged Location থেকে কোনো নির্দিষ্ট ট্যাগকৃত স্থানের পোস্টও খোঁজ করা যায়।

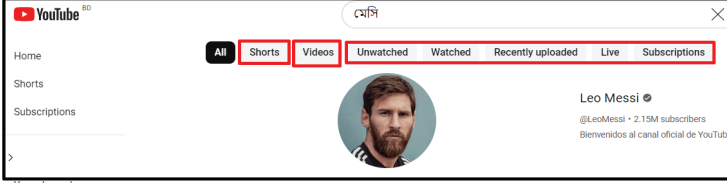
মোবাইল ব্রাউজার তথা এন্ড্রয়েডে ফেসবুকের অ্যাপসেও এভাবে খোঁজ করা যায়। নির্দিষ্ট তারিখে নির্দিষ্ট বিষয়ে নির্দিষ্ট হ্যাশ্বেল (প্রোফাইল, পেজ, গ্রুপ) থেকে পোস্ট খোঁজার ক্ষেত্রে একটি থার্ড পার্টি টুল তথা সাইট ব্যবহার করা যেতে পারে। সাইটটির নাম হলো whopostedwhat.com।

এর আগে গুগল এডভান্স সার্চ টিপিকে আমরা যে নির্দিষ্ট সাইটে নির্দিষ্ট বিষয়ে সার্চ করার বিষয়টি শিখেছিলাম সেটি ফেসবুকের ক্ষেত্রেও কাজে লাগানো যায়। যেমনঃ

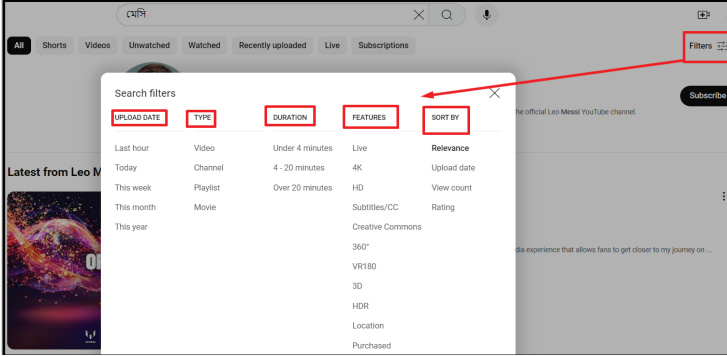


৩.৫ ইউটিউবে সার্চ করার পদ্ধতি

ইউটিউবের সার্চবক্স ব্যবহার করেই প্ল্যাটফর্মটির পাবলিক সব ফরম্যাটের কনটেন্ট পাওয়া যায়। সার্চবক্সের নিচের অপশন থেকে (ক্রমাশয়ে) শুধুমাত্র ইউটিউব শর্টস ভিডিও, ফুল ভিডিও, এই বিষয়ে দেখা হয়নি এমন কনটেন্ট কিংবা আগে দেখা হয়েছে এমন আলাদাভাবে কনটেন্ট খোঁজার সুযোগ রয়েছে। এমনকি সার্চকৃত বিষয়ে নতুনতম কনটেন্ট, এই বিষয়ের লাইভ ভিডিও কিংবা কেবল সাবসক্রাইবড চ্যানেলের ভিডিও পাওয়ার সুযোগ রয়েছে অপশনগুলো ব্যবহার করে।



এছাড়াও সার্চ বক্সের নিচের দিকের ডান পাশের Filter বাটন ব্যবহার করে (ক্রমাশয়ে) নির্দিষ্ট সময়, ধরণ (কনটেন্ট/চ্যানেল), ভিডিওর ডিউরেশন সহ ফরম্যাট অনুযায়ীও সার্চ করা যায়।



৩.৬ ছবি যাচাইয়ের পদ্ধতি

ছবি বা ভিজ্যুয়াল যাচাইয়ের নানাবিধ উপায়ে আছে। তবে এসব উপায়ে যাওয়ার আগে আমাদের ইমেজ যাচাই করার গুরুত্ব বুঝতে হবে। একটি প্রচলিত কথা আছে, ছবি কথা বলে। আসলে একটি ছবি একটি লেখার চেয়েও বেশি অর্থ বা ভাব প্রকাশ করতে পারে। গবেষণায় দেখা গেছে, লেখার চেয়ে ছবি বেশি মানুষের সাথে বেশি ভাব বিনিময় করে। তার মানে কোনো একটি ফেসবুক পোস্ট বা টুইটারের টেক্সট টুইট যত বেশি মানুষ বুঝতে পারে, একটি ছবি তার চেয়ে বহুগুণ মানুষ বুঝতে পারে। এবার অন্যভাবে ভাবলে, কোনো ছবিতে যখন ভুয়া খবর/দাবি থাকে তাহলে তা টেক্সট থেকে বেশি মানুষকে ক্ষতিগ্রস্ত করতে পারে। ভিডিওর বেলায় হয়ত বা আরো বেশি। কেননা, তখন আরো বেশি জীবন্ত হয়ে সেই ভুয়া খবর ধরা দেয়। ফলে ভিজ্যুয়ালের ক্ষেত্রে অবশ্যই তা যাচাই করতে হবে। এমনকি ভিজ্যুয়ালের মাধ্যমে ভুয়া খবরের শিকার হতে পারেন যিনি অক্ষরগুণসম্পন্ন নন, তিনিও। হয়ত তার ফোন আছে, অথবা পরিবারের কারো ফোন আছে ফলে তিনি একটি ভুয়া ইমেজ বা ভিডিও থেকে বিভ্রান্ত হতে পারেন। এছাড়া বর্তমান সামাজিক মাধ্যমগুলো বেশি ভিজ্যুয়ালভিত্তিক হয়ে পড়ছে, টেক্সটের চেয়ে ইমেজ-ভিডিও তারা দর্শকের ফিডে বেশি দেখাচ্ছে, এতেও ভিজ্যুয়ালের মাধ্যমে ভুয়া খবর ছড়িয়ে পড়ার সম্ভাবনা বেড়ে যায়। তারপর, আমরা জানি ইদানিং খুব সহজেই আর্টিফিশিয়াল ইন্টেলিজেন্স(এআই) এর মাধ্যমে ছবি বা ভিডিও এক ক্লিকেই তৈরি করে ফেলা যায়। এসব কারণে আমাদের অবশ্যই ইমেজ বা ভিডিও ভেরিফিকেশন জানতে হবে।

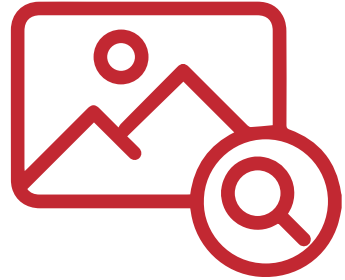
আমরা এই পর্যায়ে আলাপ করব ইমেজ তেরিফিকেশন বা ছবি যাচাই। যাচাইয়ের আগে, কিছু গুরুত্বপূর্ণ আলাপ করা যাক। আপনার ফেসবুক, ইউটিউব, টিকটক বা ইনস্টাগ্রাম নিউজফিডে যেকোনো ছবি আপনাকে খুশিতে আন্দোলিত করলে, পীড়া দিলে, আতংকিত করলে বা ক্রোধান্বিত করলে; সহজ ভাষায় আপনাকে যেকোনো ধরনের আবেগতড়িত করলে সে মুহূর্তেই ১০ সেকেন্ডের একটি ব্রেক নিন। এবার ছবিটিকে চারটি সহজ প্রশ্ন করুন। প্রশ্নগুলো এমনঃ

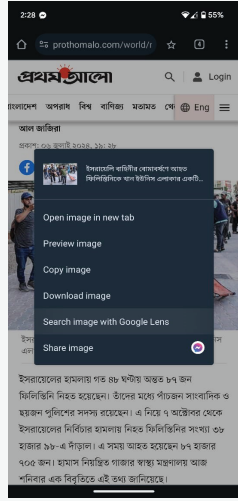
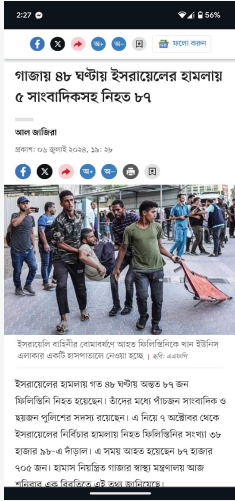
১. ছবিটি কার? অর্থাৎ, আপনার দেখা ছবিটি যে পোস্ট করেছে, এটি কার তোলা? নাকি নিছক সংগৃহীত? অথবা তিনি আপনার মতই আরেকজনের প্রোফাইলে দেখে শেয়ার করেছে না তো? কেননা, ভুয়া ছবিগুলো এভাবে কার তোলা না জেনেই একের পর এক শেয়ার হতে থাকে। বিশ্বাসযোগ্য বা গণমাধ্যমের বেলায় ছবিটি কে তুলেছে তার নাম বা ফ্রেডিট দেয়া থাকবে।
২. ছবিটি কখন তোলা? ছবিটি যখন পোস্ট করা হয়েছে, তখনই তোলা হয়েছে? নাকি আগের তোলা এখন নতুন করে পোস্ট করা হচ্ছে? যেমন, পুরনো ধর্মীয় সংঘাতের ছবি নতুন করে পোস্ট করা হতে পারে। দেখে মনে হবে ছবি তো আসল, হয়ত ফটোগ্রাফারের নামও থাকবে। কিন্তু ঘটনা তো নতুন নয়।
৩. ছবিটি কোথায় তোলা? ছবির জায়গাটি যা বলা হচ্ছে তা কি সত্য? ছবিটির দাবির সাথে বর্ণনা মিলছে কি? এমন অনেক ভুয়া খবরের বেলায় দেখা গেছে, ভিন্ন জায়গার এমনকি ভিন্ন দেশের ছবি দিয়ে বাংলাদেশের বা আপনারই এলাকার ঘটনা বলা হতে পারে সামাজিক মাধ্যমে।
৪. সর্বশেষ প্রশ্নঃ এখন আমার ফেসবুকে, ইউটিউবে বা টিকটকে এই ছবি আসছে কেন? কোথাও কি ধর্মীয় সংঘাতের খবর পাওয়া গেছে, অথবা প্রাকৃতিক দুর্যোগ কিংবা রাজনৈতিক অস্থিরতার খবর পাওয়া যাচ্ছে? যদি এমনটি হয়, তাহলে বিশ্বাস বা শেয়ার করার আগে একটু যাচাই করে নিন। কারণ যেকোনো অস্বাভাবিক পরিস্থিতিতে ভুয়া খবর ছড়ানোর সম্ভাবনা বেশি থাকে।

ছবি বা ভিডিও যাচাইয়ের একটি অব্যর্থ কৌশলঃ যেকোনো ভাইরাল ছবি আপনার নিউজফিডে আসলে আপনি উপরের প্রশ্নমাফিক সন্দেহ করলেন। এবার যাচাই করতে চান। তাহলে সবার আগে ছবিটির কমেন্ট সেকশনে একবার চোখ বুলাতে পারেন। কমেন্টে কেউ হয়ত বলবে, ছবিটি কে তুলেছে। অথবা কেউ বলবে, এই ছবির জায়গাটি আমার বাড়ির পাশে। অথবা কেউ বলবে, আগের বছর এই ছবি আমি দেখেছি। এমনকি যাচাই করে মিথ্যা বলে সঠিক প্রমাণও হাজির করতে পারে কেউ কমেন্টে। তাই সবার আগে অন্য কমেন্টকারীদের মতামতগুলো একবার দেখে নিন। এ ধরনের মতামত আপনার যাচাই প্রক্রিয়াকে সহজ করবে।

৩.৭ ছবি যাচাইয়ে নানা টুল

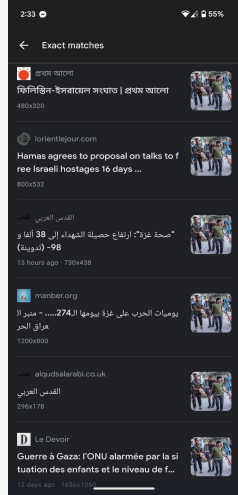
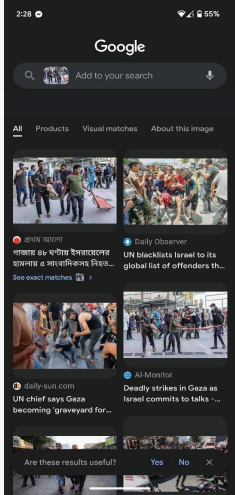
ছবি যাচাইয়ের সবচেয়ে কার্যকরী উপায় হচ্ছে রিভার্স সার্চিং। যেকোনো ছবির উৎস খোঁজার জন্যে এই উপায়টি বহুল ব্যবহৃত। ধরুন, আপনার সামনে একটি ছবি এসেছে, আপনি যদি একটি রিভার্স সার্চ করতে পারেন, তাহলে হয়ত দেখবেন এটি একটি গণমাধ্যমে এসেছে এর আগেই, অথবা আরো একজন ছবিটি পোস্ট করে বলেছে, ছবিটি এডিট করা। তার মানে ছবির ব্যাপারে কোনো না কোনো তথ্য পাওয়া যাবে। এই উপায়ে সার্চ করার সহজ টুল হচ্ছে গুগল রিভার্স সার্চিং। অর্থাৎ আপনি যখন গুগলে কোনো ছবি রিভার্স সার্চ করেন, গুগল তার বিশাল তথ্যভান্ডারে এই ছবি এবং এর কাছাকাছি সব ছবি আপনাকে দেখাতে শুরু করবে। সেখান থেকে খুব সহজেই আপনি সিদ্ধান্তে পৌছাতে পারেন, ছবিটির সত্যতা বা নির্ভরযোগ্যতা কতখানি। মোবাইলের ক্ষেত্রে গুগল রিভার্স সার্চের বাইরে গুগল লেসও উপকারি।





মোবাইলে ছবিটির উৎস যাচাই করতে চাই

মোবাইলে ছবিতে একবার চাপ(ট্যাপ) করলে গুগল লেন্সের





প্রথমেই ছবিটির একটি উৎস চলে এলো

চলে আসলো একই ছবির অজস্র উৎস।

এভাবে খুব সহজে আপনার ফোনেই করতে পারেন ছবি যাচাই। গুগল রিভার্স সার্চিং টুলের বাইরে আরো অনেক টুল আছে। যেমনঃ ইয়ানডেক্স, বিং বা টিনআই। তবে এগুলো মোবাইল থেকে ব্যবহার করা একটু কষ্টসাধ্য। মনে রাখতে হবে, এসব টুল কোনো ম্যাজিক টুল নয়। আপনার যাচাই করার কাজকে কেবল সহজ করতে পারে, আপনার চাওয়া তথ্যকে সামনে এনে দিতে পারে এই টুল। কিন্তু সার্চ থেকে পাওয়া কোন তথ্যকে আপনি সত্য হিসেবে গ্রহণ করবেন কি না তার জন্য দরকার পর্যবেক্ষণ এবং স্বাভাবিক বিবেচনা।

৩.৮ ছবি যাচাইয়ের বেলায় আরো কিছু কৌশল

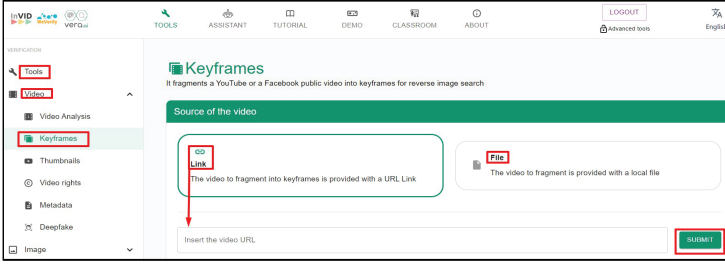
১. “সবাইকে শেয়ার করে জানিয়ে দিন” কিংবা “জানি মিডিয়াতে এসব আসবেনা, তাই নিজেরা শেয়ার করুন” এমন দেখলে ১০ সেকেন্ডের দম নিন, যাচাই করুন। সম্ভবত, দাবিটি ভুয়া।
২. সামাজিক মাধ্যমে যেকোনো ভুয়া দাবির বেলায় ভিন্নমতের লোকদের বক্তব্যগুলো আমলে নিতে হবে। তাদের বক্তব্যও শুনতে হবে।
৩. যেকোনো ছবি সত্য হতে পারে, কিন্তু তার সাথে যা দাবি করা হচ্ছে তা হয়ত ভিত্তিহীন অথবা অর্ধসত্য। সুতরাং ছবিটি সত্য হলেও দেখে নিন দাবিটা কি করছে।
৪. আপনার পরিচিত কেউ কোনো অস্বাভাবিক কিছু দাবি করছে সামাজিক মাধ্যমে, ব্যক্তিগতভাবে তার কাছে যথাযথ প্রমাণ চান।

	
<p>সাবেক প্রধানমন্ত্রী শেখ হাসিনাকে নিয়ে ছড়ানো ছবি</p>	<p>ইন্ডিয়া টুডেতে প্রকাশিত আসল ছবি https://www.boombd.com/fake-news/prime-minister-sheikh-hasina-picture-is-edited-20910</p>

কোনো একটি ছবি বা ভিডিও দিয়ে বলা হচ্ছে, এটি বাংলাদেশের। তাহলে ছবিটি ভালোভাবে খেয়াল করুন। পারিপার্শ্বিকতা, ভাষা-পোশাকের দিকে নজর দিন কিংবা কোনো সাইনবোর্ড বা পোস্টার দেখা যায় কি না। কেননা, এগুলো দেখে ছবি/ ভিডিওটি বাংলাদেশের কি না বা আপনার নিজের আশেপাশে কি না; সহজেই বুঝে ফেলা সম্ভব।

৩.১০ ইনভিড ব্যবহার করে যেভাবে কী-ফ্রেম জেনারেট করা যায়

ব্রাউজারে এক্সটেনশনটি ইন্সটল করার পর এতে ক্লিক করে Open toolbox> Video> Keyframes এ ক্লিক করে ভিডিওটির লিংক কিংবা ডাউনলোডকৃত ভিডিও যুক্ত করে Submit বাটনের মাধ্যমে সাবমিট করতে হবে। পাওয়া কী-ফ্রেম দিয়ে বিভিন্ন সার্চ ইঞ্জিনে রিভার্স ইমেজ সার্চ করা যাবে।



ইনভিড টুল কাজ না করলে অ্যামনেসিট ইউটিউব ডেটা ভিউয়ার ব্যবহার করা যেতে পারে। কোনোটিই কাজ না করলে ভিডিও থেকে স্পষ্ট ও অপেক্ষাকৃত মূল মূল দৃশ্যের স্ক্রিনশট নিয়ে সেই স্ক্রিনশট ব্যবহার করে রিভার্স ইমেজ সার্চ করতে হবে।

কখনো কখনো এই সার্চ পদ্ধতিতে কাক্সিত ফলাফল না পাওয়া গেলে ভিডিও বা স্থিরচিত্রের তথ্য, সাউন্ড, ভাষা, ভিডিওতে পাওয়া যে কোনো সাইন, ট্রেডমার্ক, ভবন, নেমপ্লেট ইত্যাদি ব্যবহার করে সার্চ করা যেতে পারে।

৩.১১ জিওলোকেশন

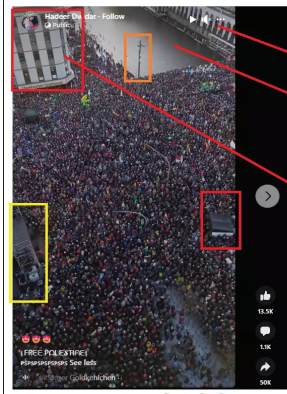
জিওলোকেশন হলো স্থান সম্পর্কিত কোনো তথ্যের সাথে সেই স্থানের গুগল ম্যাপ, গুগল আর্থ কিংবা স্যাটেলাইট ভিউ এর মিল-অমিল খুঁজে বের করার পদ্ধতি। জিওলোকেশন এর ক্ষেত্রে ম্যাপ, স্যাটেলাইট ভিউ, আর্থ ভিউ, কো-অর্ডিনেট ইত্যাদির ব্যবহার জানা প্রয়োজন।



৩.১১.১ উদাহরণ সহ জিওলোকেশন

গত মে মাসে সামাজিক মাধ্যমে একটি ভিডিও প্রচার করা হয়। ভিডিওটি একটি জনসমাবেশের। ভিডিওটিকে কয়েকজনকে ফিলিস্তিনের পতাকা উড়াতে দেখা যায়। ফলে ভিডিওটিকে ফিলিস্তিনের পক্ষে সমাবেশের ভিডিও বলে প্রচার করা হয়। পরে রিভার্স ইমেজ সার্চের মাধ্যমে জানা যায় ভিডিওটি জার্মানির হামবুর্গ থেকে ধারণ করা।

ভিডিওতে দৃশ্যমান হামবুর্গে এমন স্থাপনা, কাঠামো, রাস্তা আর ছোট লোক আছে কি না সেটি নিশ্চিত হতে গুগল ম্যাপের স্ট্রিটভিউ ও বাম পাশের নিচের দিকের লেয়ার আইকন থেকে স্যাটেলাইট ভিউ ব্যবহার করা হয়। <https://www.google.com/maps/> ঠিকানায় প্রবেশ করে মানুষের মতো আইকনটিতে মাউসের কার্সর চেপে ধরে আইকনটিকে ম্যাপের কোথাও রাখলেই সেখান থেকে স্ট্রিটভিউ শুরু হয়। পরবর্তীতে স্ট্রিটভিউ ও স্যাটেলাইট ভিউতে ফেসবুক ভিডিওতে দৃশ্যমান হামবুর্গের ওই স্থানের অবকাঠামোর সাথে মিল খুঁজে পাওয়া যায়।



ফেসবুকে প্রচারিত ভিডিও



স্যাটেলাইট ভিউ

কোনো জায়গার স্ট্রিট ভিউ যে এসেলে নেওয়া থাকে সামাজিক মাধ্যমে প্রচারিত ভিডিও এর ভিন্ন এসেলে থেকে ধারণ করা হয়ে থাকলে স্যাটেলাইট ভিউ এর মাধ্যমেও তুলনা দেখানো যায়। উল্লেখ্য, সংবাদ মাধ্যমের বরাতে ভিডিওটি সম্পর্কে জানা যায়, এটি গত জানুয়ারিতে জার্মানির হামবুর্গে অনুষ্ঠিত বর্ণবাদ এবং কট্টর ডানপন্থা বিরোধী সমাবেশের ভিডিও।



সাউথ এশিয়া সেন্টার ফর মিডিয়া ইন ডেভেলপমেন্ট (সাকমিড)

বাড়ি: ৪/২, ৩য় তলা, ইকবাল রোড, ব্লক: এ, মোহাম্মদপুর, ঢাকা-১২০৭

ফোন: +৮৮ ০২ ৪১০২২৯০১, +৮৮ ০২ ৪১০২২৯০২, +৮৮ ০১৮১৯১২৯৪৭৩

info@sacmid.asia | dd.sacmid@gmail.com

www.sacmid.asia