

کیا یہ خبر درست ہے؟

غلط اور جھوٹی معلومات سے بچنے کیلئے راہنمائی اور مشورے



پاکستان سمیت دنیا بھر میں انٹرنیٹ صارفین کو سوشل میڈیا اور دیگر ذرائع ابلاغ عامہ سے ملنے والی خبروں اور اطلاعات میں اب اکثر و بیشتر من گھڑت، جھوٹی، اور گمراہ کن معلومات شامل ہوتی ہیں۔

یہ غلط خبریں بعض اوقات نادانستہ طور پر اور بعض اوقات جان بوجھ کر پھیلائی جاتی ہیں۔ جھوٹ پہ مبنی معلومات کی وجہ سے عوام کے سیاسی فیصلوں سے لے کر سماجی رشتوں تک ہر چیز متاثر ہو سکتی ہے۔ ایسی غلط معلومات سے، جو اکثر مالی یا نظریاتی فائدے کیلئے بنائی جاتی ہیں، عوام کے میڈیا پر اعتماد کو بھی ٹھیس پہنچتی ہے۔

غلط اور جھوٹی اطلاعات کے ان خطرات کے پیش نظر میڈیا میٹرز فار ڈیموکریسی نے آسان مشوروں پہ مبنی یہ کتابچہ تیار کیا ہے تاکہ پاکستانی قارئین خود کو غلط معلومات سے بچا سکیں۔

نوٹ: اس کتابچے میں ہم نے جان بوجھ کر "فیک نیوز" (fakenews) یا جعلی خبروں کی اصطلاح استعمال نہیں کی۔ اس کی بنیادی وجہ یہ ہے کہ اب دنیا بھر میں سیاستدانوں اور دیگر بااثر شخصیات نے ایسی خبروں کو بھی فیک نیوز کہنا شروع کر دیا ہے جن میں انکے اقدامات پہ جائز تنقید کی گئی ہو یا ان کی کارستانیوں سے پردہ اٹھایا گیا ہو۔ لہذا فیک نیوز اصطلاح کا استعمال اب صحافتی آزادی کو نقصان پہنچانے کیلئے بھی کیا جا رہا ہے۔

خبر اور پروپیگنڈا میں فرق

روایتی اور خاص کر سوشل میڈیا پہ معلومات کی بھرمار اور جانبدار صحافتی رویوں کے باعث اب اکثر یہ تعین کرنا مشکل ہو جاتا ہے کہ کون سی معلومات خبروں کے معیار پہ پوری اترتی ہیں اور کون سی اطلاعات صرف کسی ایجنڈا کی تکمیل کیلئے پھیلائی جا رہی ہیں۔ ایسے میں خبر اور پروپیگنڈا میں واضح فرق کو سمجھنا ضروری ہے۔

پروپیگنڈا

ایسی معلومات جو جان بوجھ کر لوگوں کی آرا کو کسی خاص مقصد یا لائحہ عمل کے موافق بنانے کیلئے باضابطہ طور پر پھیلائی جاتی ہیں پروپیگنڈا کہلاتی ہیں۔

پروپیگنڈا میں عموماً حقائق کا انتخاب عوام کے ذہنوں میں کوئی خاص خیال پیدا کرنے کیلئے چن کر کیا جاتا ہے، اور ایسی زبان استعمال کی جاتی ہے جو جذباتی رد عمل پیدا کرے۔ پروپیگنڈا تنظیموں کی جانب سے بھی ہو سکتا ہے اور افراد کی جانب سے بھی۔ اس میں افواہوں، آدھے سچ، اور سراسر جھوٹ کا استعمال بھی کیا جاتا ہے۔ جہاں خبریں عوام کے مفاد کیلئے ہوتی ہیں، وہاں پروپیگنڈا میں کسی فرد یا تنظیم کا مفاد کارفرما ہوتا ہے۔

مثلاً مسلم لیگ نواز سے منسلک ٹویٹر اکاؤنٹ سے مخالف سیاسی جماعت پاکستان تحریک

خبر

خبریں ایسی معلومات ہیں جو صحافتی عمل سے گزر کر عوام تک پہنچتی ہیں۔

صحافتی عمل میں معلومات کی معتبر اور متعلقہ ذرائع سے تصدیق کرنا لازم ہے تاکہ صرف درست معلومات وقت پر شائع یا نشر کی جائیں۔ خبریں تصدیق شدہ حقائق پہ مبنی ہوتی ہیں، جن کی جانچ مختلف ذرائع سے کی گئی ہو، اور جن کی نشر و اشاعت عوامی مفاد کیلئے کی جا رہی ہو۔

خبروں اور صحافت کا مقصد عوام کی آگہی بڑھانا ہے، اور عوامی مفاد کو یقینی بنانا صحافت کا اولین فرض ہے۔

خبروں کے حصول کے اہم ذرائع میں اخبار، خبر رساں ایجنسیاں، نیوز ٹیلی ویژن چینل، ریڈیو، اور نیوز ویب سائٹس شامل ہیں جو پیشہ وارانہ

انصاف کی کارکردگی کے حوالے سے ایسی تصاویر
شائع کی جا رہی ہیں جن میں گنے چنے حقائق کا
اپنے سیاسی فائدے کیلئے استعمال نظر آتا ہے۔

KPK FIASCO

2013 - 2018

Failure of BRT

Lahore Metro cost 28 billion
KPK BRT cost 72 billion.



#talklessworkmore

#maazratsath

PROPAGANDA

طور پر خبروں کی ترسیل کا کام سر انجام دیتے
ہیں۔ اب سوشل میڈیا کے ذریعے شہری
صحافت اور عینی شاہد صحافت بھی عام ہو گئی
ہے لیکن ایسی خبروں میں اکثر صحافت کے تمام
اصولوں کا خیال نہیں رکھا جاتا۔



NEWS

معلومات کی ساکھ

سچی اور جھوٹی معلومات کی اقسام کو ہم غلط اور نقصان دہ ہونے کے پیمانوں سے ناپتے ہیں۔ اس طرح غلط معلومات کی دو بڑی اقسام سامنے آتی ہیں۔

دانستہ نقصان دہ غلط معلومات

ایسی معلومات جو غلط، جھوٹی یا من گھڑت ہوں لیکن جان بوجھ کر نقصان پہنچانے اور دھوکہ دینے کی غرض سے سچ کے طور پر پیش کر کے پھیلائی گئی ہوں۔ انگریزی میں ایسی معلومات کو **disinformation** کہا جاتا ہے۔

1

اس میں ایسا مواد شامل ہے جو اصلی ہو لیکن جسے غلط سیاق و سباق کے ساتھ پیش کیا گیا ہو مثلاً سابق وزیر اعظم نواز شریف اور سابق گورنر خیبر پختونخوا ظفر اقبال جھگڑا کی اس تصویر میں گورنر کو چیف جسٹس ثاقب نثار لکھ کر چیف جسٹس کی وزیر اعظم سے دوستی ثابت کرنے کی کوشش کی گئی۔



غلط معلومات

ایسی اطلاعات جو غلط، جھوٹی یا من گھڑت ہوں اور سچ کے طور پر دانستہ یا نادانستہ پیش کی گئی ہوں لیکن ان کا مقصد کسی کو نقصان پہنچانا نہ ہو۔ انگریزی میں ایسی معلومات کو **misinformation** کہا جاتا ہے۔

1

اس میں ایسا مواد شامل ہے جو طنز و مزاح پہ مبنی ہو لیکن اسکے ذریعے فریب دینے کا امکان موجود ہو۔ مثلاً سیاستدانوں سے وابستہ میم

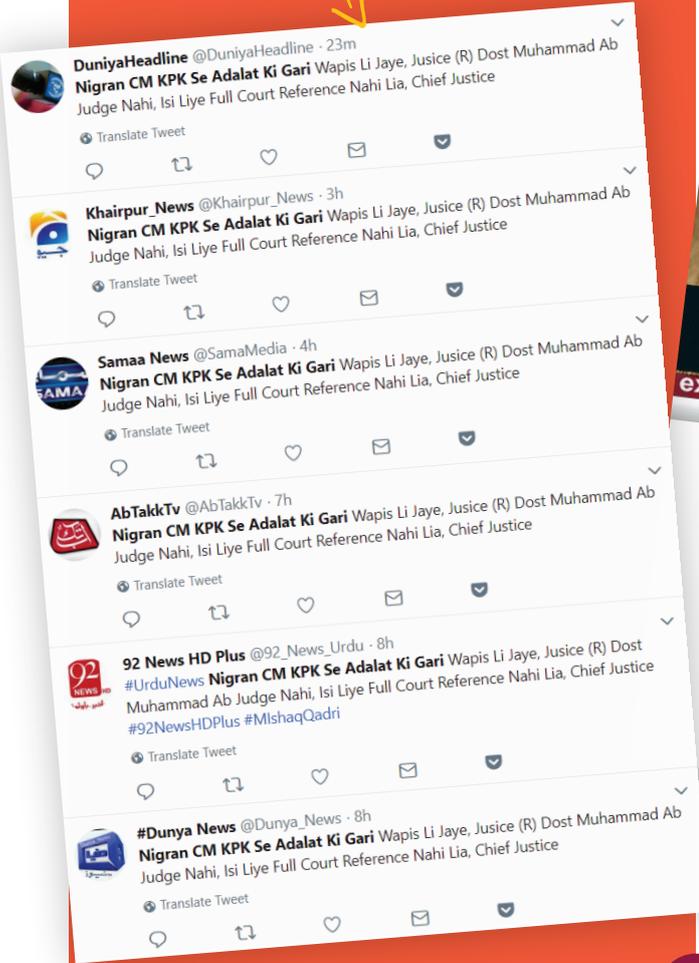
"خان صاحب آپ لوٹے ہی جمع کرتے جارے
ہیں اپ نے نیا پاکستان بنانا ہے یا نئی
لیڈرینیں....."؟؟

Translate from Urdu



2

یا ایسی بھرو پیا ویب سائٹس یا اکاؤنٹ جو اصل
خبر رساں اداروں کی شناخت کو جعل سازی سے
استعمال کریں۔
مثلاً معروف نیوز چینلز کے نام یا لوگو استعمال
کرتے ہوئے یہ بہت سے جعلی اکاؤنٹ ٹویٹر پر
سرگرم عمل ہیں۔



2

یا جس میں شہ سرخی اور مضمون میں غلط
رابطہ جوڑنے کی کوشش کی گئی ہو۔
مثلاً ایکسپریس نیوز کے اس آرٹیکل کی سرخی
سنسنی خیز ہے لیکن کہانی کے متن میں کوئی
حیران کن انکشاف نہیں ہے۔



3

یا اصل معلومات جسے دھوکہ دہی کیلئے جوڑ
توڑ کر پیش کیا گیا ہو (مثلاً اصل تصاویر جن میں
فوٹو شاپ سے ایڈٹ کر کے کچھ اور منظر شامل
کر دیے گئے ہوں)۔
مثلاً عمران خان کی اپنے ایک سیاسی کارکن کے
ساتھ تصویر میں کارکن کی جگہ نواز شریف کا سر
اور چہرہ لگا کہ تصویر پھیلانی گئی۔

3

یا جہاں معلومات کو گمراہ کن طریقے سے
استعمال کر کے کسی مسئلے یا فرد پر الزام دھرا
ہو۔
مثلاً تقریباً تمام میڈیانسے لاہور ہائی کورٹ کے
عدلیہ مخالف تقریروں سے متعلق فیصلے کو
نواز شریف اور مریم نواز پر پابندی کے طور پر
پیش کیا۔ صرف چند اداروں، جیسے کہ ڈان، نے
بعد میں غلطی تسلیم کی۔



LHC orders Pemra to uphold ban on all 'anti-judiciary speeches'

Rana Bilal | Updated April 16, 2018

f 331 t 112

Correction: An earlier version of this news report stated that the Lahore High Court had banned speeches from Maryam Nawaz and Nawaz Sharif. However, it was learnt that the LHC decision only upheld the ban on anti-judiciary speeches as per Article 19 and 68 of the 1973 Constitution – it did not place a ban on any individual. The error is regretted.

MISINFORMATION

4

یا 100 فیصد غلط مواد جو دھوکہ دہی کی نیت سے بنایا گیا ہو۔
مثلاً شاہد مسعود کے زینب قتل کیس کے ملزم کے بارے میں انکشافات سراسر غلط ثابت ہوئے۔



DISINFORMATION

تصاویر میں ہیرا پھیری

پاکستان میں سوشل میڈیا کے ذریعے پھیلنے والی غلط اور جھوٹی معلومات میں ایک بڑا حصہ ترمیم شدہ تصاویر کا ہے۔ فوٹو شاپ اور دیگر سافٹ ویئر کی مدد سے تصویروں کو توڑنا، جوڑنا اور ان میں تبدیلیاں کرنا بہت آسان ہو گیا ہے۔ ان تبدیلیوں کے ذریعے اصل تصویر کا سیاق و سباق مسخ کیا جاسکتا ہے یا کوئی جھوٹی کہانی گھڑی جاسکتی ہے۔

مثال کے طور پر مئی 2018 میں سابق وفاقی وزیر داخلہ احسن اقبال پر نارووال میں قاتلانہ حملہ ہوا جس میں ان کے دائیں بازو میں گولی لگی۔ ہسپتال سے فارغ ہونے کے بعد کھینچی گئی انکی ایک تصویر کا رخ موڑ کر کچھ سوشل میڈیا اکاؤنٹس سے یہ دعویٰ کیا گیا کہ احسن اقبال پر حملہ محض ڈرامہ تھا کیونکہ پٹی تو بائیں بازو پر نظر آرہی ہے۔

لیکن ترمیم شدہ تصویر کو غور سے دیکھا جائے تو عقب میں کھڑے سپاہی کی ٹوپی اور شرٹ پر درج انگریزی عبارتوں کی ترتیب بھی الٹی نظر آتی ہے جس سے تصویر کی جعل سازی پکڑی جاتی ہے۔



تصاویر میں ہیرا پھیری کر کے پھیلائی گئی غلط معلومات سے بچنے کیلئے تصاویر شیئر کرتے ہوئے خاص خیال رکھیں کہ یہ تصویر کس نے پوسٹ کی ہے اور اسکے پیچھے کیا مقصد ہو سکتا ہے۔ تصاویر کی جانچ پڑتال کیلئے آخری سیکشن میں دی گئی تدبیر سے مدد لیں۔



غلط معلومات سے کیسے بچا جائے؟

سات آسان مشورے

1. معلومات کا ماخذ (source) کون ہے؟

کسی خبر یا سوشل میڈیا پہ ملنے والی معلومات پر یقین کرنے سے پہلے اس معلومات کا ماخذ جاننے کی کوشش کریں۔

معلومات کہاں شائع ہوئیں؟

ABOUT US



اگر تو خبر کسی ویب سائٹ پہ چھپی ہے تو معلوم کیجیے کہ کیا یہ قابل اعتبار ویب سائٹ ہے یا نہیں۔ خبر رساں اداروں کے پاس معلومات کی تصدیق کے بہتر وسائل ہوتے ہیں۔ پرسنل بلاگ اور دیگر ویب پیجز پہ چھپنے والی معلومات پر یقین کرنے سے پہلے ویب سائٹس کے "about us" سیکشن کا معائنہ ضرور کریں۔

نقالوں سے ہوشیار

غلط معلومات پھیلانے والی ویب سائٹس مشہور خبر رساں اداروں کے نام اور ڈیزائن کو کاپی کر کے لوگوں کو بیوقوف بناتی ہیں۔ خبر شیئر کرنے سے پہلے ویب ایڈریس (URL) چیک کر لیں۔ مثلاً dawn.com درست ہے لیکن dawn.com.co جیسے ایڈریس سے ملنے والی معلومات مشکوک ہونگی۔ اشتہاروں کی بھر مار، مضمون میں غلطیاں اور غیر ضروری تصویریں بھی نقلی ویب سائٹس کی نشانیاں ہیں

dawn.com.co



dawn.com



2. تفصیلات کہاں سے آئیں؟

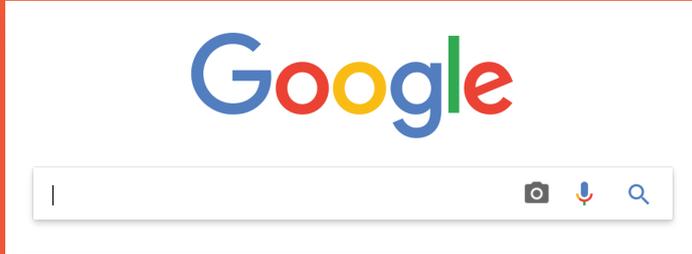
کیا معلومات مختلف جگہوں پہ شائع ہونیں



صحافی اپنی خبروں میں معلومات کے ذرائع یا sources کی تفصیل شامل کرتے ہیں یا دیگر معلومات کا حوالہ دیتے ہیں اور لنک ڈالتے ہیں۔ کسی بھی آرٹیکل کو پڑھتے ہوئے یہ چیک کیجئے کہ کیا خبر میں موجود معلومات اور انکشافات کا ثبوت اور sources فراہم کیے گئے ہیں یا نہیں اور کیا ان پر اعتبار کیا جا سکتا ہے۔ اگر کوئی لنک موجود ہے تو کلک کر کے انہیں بھی پڑھئے تاکہ یہ جان سکیں کہ وہ سٹوری کی تصدیق کرتے ہیں یا نہیں۔ غلط اور جھوٹی معلومات میں زیادہ تر sources موجود نہیں ہوتے یا معلومات نامعلوم ذرائع سے منسوب کی جاتی ہے۔

معلومات کہاں شائع ہونیں؟

اگر ایک خبر میں sources کا ذکر نہیں ہے یا موجود sources سے آپ کی تسلی نہیں ہو رہی تو اس معلومات کو گوگل کر کے دیکھئے کہ کیا ایسی کوئی خبر دیگر معروف نیوز ویب سائٹس پہ چھپی ہے؟ اگر ہاں، تو انکی معلومات کا ذریعہ جاننے کیلئے وہ خبریں بھی پڑھیں۔ اگر معلومات ایک سے زیادہ جگہ موجود ہیں تو اس سے ان کی درستگی ثابت تو نہیں ہوتی لیکن درست ہونے کے امکانات بڑھ جاتے ہیں



3. مصنف کے بارے میں جانئے

ABOUT THE AUTHOR

اگر معلومات سوشل میڈیا میں کسی تصویر یا ویڈیو کی شکل میں ہے تو یہ جاننے کی کوشش کریں کہ وہ مواد سب سے پہلے کس نے پوسٹ کیا تھا اور کیا وہ شخص یا اکاؤنٹ قابل اعتبار ہے۔ اندازہ لگانے کیلئے اس اکاؤنٹ پہ ماضی میں چھپنے والی پوسٹس کا معائنہ کیجئے۔ اگر معلومات خبر کی شکل میں ہیں تو پتہ کیجئے کہ کیا مصنف نے پہلے بھی کچھ آرٹیکل لکھے ہیں یا کیا وہ قابل اعتبار ویب سائٹس کیلئے لکھتے رہے ہیں یا نہیں۔

4. تاریخ ضرور دیکھئے

**CHECK THE
DATE**

سوشل میڈیا پہ اکثر پرانی معلومات کو نیا بنا کر پیش کرنے کی کوشش کی جاتی ہے۔ خبروں کے علاوہ پرانی تصاویر اور ویڈیوز کو بھی مختلف سیاق و سباق سے جوڑ کر پھیلا یا جا سکتا ہے۔ کوئی آرٹیکل پڑھتے وقت یہ چیک کر لیں کہ وہ کب چھپا تھا۔ تصاویر اور ویڈیوز کی تاریخ جاننے کے طریقے آگے سیکشن میں فراہم کے گئے ہیں۔

5. معلومات سے کس کو فائدہ ہوگا؟



بیشتر پروپیگنڈا کسی ایک فرد یا تنظیم کے فائدے کیلئے کیا جاتا ہے۔ روایتی اور سوشل میڈیا پہ ملنے والی متنازع معلومات کے بارے میں خود سے یہ سوال ضرور پوچھئے کہ اسکی اشاعت سے کس کو فائدہ ہوگا۔ اگر تو فائدہ صرف عوام کا ہے، ناکہ کسی گروپ یا لابی کا، تو معلومات پر یقین کرنے کے امکانات بڑھ جاتے ہیں۔

6. صرف ہیڈلائن پہ اکتفا مت کیجئے

60%

کولمبیا یونیورسٹی کی ایک تحقیق کے مطابق سوشل میڈیا پہ شیئر ہونے والے لنکس میں سے تقریباً 60 فیصد کبھی کلک ہی نہیں کیے گئے۔ یعنی لوگوں نے یہ لنک صرف ہیڈلائن پڑھ کر شیئر کر دیے۔ جیسا کہ ہم جانتے ہیں کہ غلط معلومات کی ایک قسم وہ ہے جس میں سرخیوں اور مضمون میں ربط نہیں ہوتا اور سنسنی خیز سرخیوں کے استعمال سے غلط معلومات کو پھیلا یا جاتا ہے۔ لہذا پورے آرٹیکل پڑھے بغیر شیئر مت کیجئے۔

7. شیئر کرنے سے پہلے سوچئے

ایم آئی ٹی یونیورسٹی کی ایک تحقیق کے مطابق غلط معلومات اپنے انوکھے پن کے باعث پڑھنے والوں میں حیرت اور برہمی کے جذبات ابھارتی ہیں۔ جذباتیت میں غلط معلومات کو شیئر کرنے کے امکانات بھی بڑھ جاتے ہیں۔ لہذا سوشل میڈیا پہ معلومات شیئر کرنے سے پہلے سوچ لیجئے کہ آپ نے خبر کی ساکھ اور صحت جانچ لی ہے۔ اس موقع پہ اپنے تعصبات کا بھی احاطہ کر لیں کہ آپ خبر پہ صرف اس لئے تو یقین نہیں کر بیٹھے کیونکہ وہ آپ کے خیالات سے ہم آہنگ ہے۔



واٹس ایپ اور غلط معلومات

ایک اندازے کے مطابق پاکستان میں ایک کروڑ کے قریب صارفین میسج سروس واٹس ایپ کا استعمال کرتے ہیں جبکہ ایک عالمی رپورٹ کا کہنا ہے کہ ہر مہینے پاکستان بھر سے 52 لاکھ لوگ واٹس ایپ کی ویب سائٹ کو وزٹ کرتے ہیں۔

عوام میں مقبول یہ ایپ غلط اور جھوٹی معلومات کا ذریعہ بن گئی ہے۔ اسکی ایک وجہ یہ ہے کہ دیگر سوشل میڈیا پلیٹ فارمز کے برعکس واٹس ایپ پہ پرائیویٹ چیٹ رومز ہیں جن میں تصاویر اور ویڈیوز شیئر کرنا بہت آسان ہے اور معلومات کے اصل ماخذ تک پہنچنا بہت مشکل ہے۔

ڈان اخبار کی ایک رپورٹ کے مطابق پاکستان میں مئی اور جون 2018 یعنی صرف دو ماہ کے عرصے میں مندرجہ ذیل افواہیں اور غلط اطلاعات عام ہوئیں۔

پہلی غلط خبر - ڈاکٹر عافیہ صدیقی امریکی جیل میں دم توڑ گئیں
دوسری غلط خبر - سابق سندھ ڈپٹی سپیکر شملار خانے پیپلز پارٹی چھوڑ دی
تیسری غلط خبر - پاکستان تحریک انصاف کے الیکشن امیدواروں کی غیر مصدقہ فہرست کی تصویریں

ان تمام اطلاعات کی متعلقہ ذرائع سے تردید ہونے سے قبل ہی یہ افواہیں جنگل میں آگ کی طرح پھیل چکی تھیں۔ سال 2017 میں بھی واٹس ایپ پہ بہت سارے جعلی نوٹیفکیشن اور خبریں اسی طرح پھیلی تھیں جن میں عسکری اداروں سے منسوب من گھڑت سیکورٹی الرٹ اور وزارت داخلہ کے اسلحہ لائسنس سے متعلق جعلی نوٹیفکیشن بھی شامل تھے۔

پاکستان انٹرنیٹ صارفین کیلئے ضروری ہے کہ واٹس ایپ سے ملنے والی معلومات، خاص طور سے سیاسی اطلاعات، پر یقین کرتے ہوئے احتیاط سے کام لیں۔

"forward as received" پیغامات کو بغیر تصدیق کے آگے مت شیئر کریں۔ جھوٹی اور من گھڑت معلومات اسی لئے وائرل ہو جاتی ہیں کیونکہ لوگ بغیر سوچے سمجھے ان معلومات کو پھیلا رہے ہوتے ہیں۔

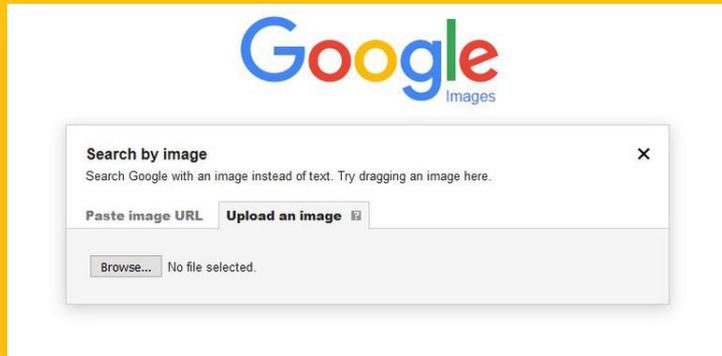


معلومات جانچنے کے کچھ مفید طریقے

تصاویر کی جانچ پڑتال

سوشل میڈیا یا بہ اکثر نقصان دہ غلط معلومات تصاویر کی شکل میں پھیلائی جاتی ہیں

تصاویر کا پرانا استعمال: کسی مشکوک تصویر کے اصل سیاق و سباق یا اسکے سابقہ استعمال کے بارے میں جاننے کیلئے گوگل الٹی تصویر سرچ (Google Reverse Image Search) سروس استعمال کریں



- 1 اگر آپ گوگل کروم (Chrome) براؤزر استعمال کر رہے ہیں تو کسی بھی تصویر پر رائٹ کلک کیجئے اور مینو سے Search Google for Image کی آپشن سلیکٹ کریں
- 2 یا پھر images.google.com پر جا کر تصویر اپلوڈ کریں یا اسکا URL کاپی کر کے سرچ کریں
- 3 نتائج کی اسکرین پر گوگل آپ کو ملتی جلتی تصاویر اور ایسے ویب پیج جہاں وہ پہلے استعمال ہوئیں دکھادے گا۔ اس سے یہ اندازہ لگایا جاسکتا ہے کہ کوئی پرانی تصویر غلط سیاق و سباق کے

ساتھ دھوکہ دہی یا نقصان پہنچانے کیلئے نئے سرے سے تو نہیں استعمال کی جا رہی

دیگر آن لائن سہولتیں : tineye.com

تصاویر کی تخلیق کے بارے میں معلومات: جب بھی کوئی تصویر کھینچی جاتی ہے تو کیسہرہ یا موبائل تصویر کے ساتھ اسکی ساخت کے متعلق بہت سی معلومات اسٹور کر لیتا ہے جس سے بعد میں تصویر کے منبع کے بارے میں پتہ چلا یا جاسکتا ہے۔ کسی بھی تصویر سے اسکی EXIF تفصیلات نکالنے کیلئے آن لائن سہولتیں مثلاً Jeffrey's Image Metadata Viewer یا انسٹال کی جانی والی سروس مثلاً EXIFTool استعمال کی جاسکتی ہے۔

ویڈیو کی جانچ پڑتال

گوگل الٹی تصویر سرچ کی طرح اگر ویڈیو پر بھی الٹی سرچ کر کے اس ویڈیو کے سابقہ استعمال کا پتہ لگانا ہو تو آن لائن سروس YouTube Data Viewer کا استعمال کیا جاسکتا ہے۔ گوگل سرچ کی طرح اس سروس میں بھی ویڈیو کا URL ڈالنا پڑتا ہے جس کے بعد یہ اس ویڈیو سے متعلق معلومات مہیا کر دیتی ہے



Youtube DataViewer

اگر ویڈیو میں ہونے والا واقعہ کسی خاص شہر سے منسوب ہے تو Google Maps میں StreetView کی مدد سے ویڈیو میں دیکھے جانے والے مقامات کی تصدیق کی جاسکتی ہے

دیگر آن لائن سہولتیں : InVIDVerificationPlugin

مزید وسائل کیلئے : Bellingcat یا FirstDraft کی ویب سائٹس سے استفادہ کریں

اعتراف اور اظہار تشکر: اس کتابچہ کی تیاری میں معلومات کی ساکھ کے حوالے سے کلیئر وارڈل کی معلوماتی بے نظمی کی تھیوری اور پروپیگنڈا کی تعریف و تشریح کیلئے انسائیکلو پیڈیا بریٹانیکا اور ہیئرلڈ لاس ویل کی وضع کردہ تعریفیں استعمال کی گئی ہیں۔ غلط معلومات سے بچنے کیلئے مشوروں اور معلومات جانچنے کے طریقوں کو لکھنے میں آئی ایف ایل اے، بیتھ ہیویٹ، کرسٹینا نیگلر، کامن سینس میڈیا، بیلنگ کیٹ، اور فرسٹ ڈرافٹ کے کام سے مدد لی گئی جس کیلئے ہم ان کے مشکور ہیں۔

ہمارے بارے میں

میڈیا میٹرز فار ڈیموکریسی پاکستان میں آزادی اظہار رائے اور میڈیا اور انٹرنیٹ سے منسلک دیگر آزادیوں کے دفاع کیلئے کام کرتی ہے۔ ہمارا اولین مقصد پاکستان میں آزاد اور شمولیت پہ مبنی میڈیا اور انٹرنیٹ کا قیام ہے جہاں شہری بالعموم اور صحافی بالخصوص اپنے بنیادی حقوق کا استعمال اور پیشہ وارانہ فرائض کی ادائیگی کسی ظلم و ستم یا جسمانی ایذا کے ڈر کے بغیر کر سکیں۔ اپنے مقصد کے حصول کیلئے ہم ٹریننگ، پالیسی تحقیق، ایڈوکیسی، تحریک سازی اور قانونی چارہ جوئی سمیت مختلف طریقے استعمال کرتے ہیں۔

MediaMatters
for Democracy
Policy Research & Advocacy Initiative





ڈیزائن، خاکہ، تدوین و ترتیب: انیقہ حیدر

تحریر: وقاص نعیم

تحقیق: طلال رضا، انعم لودھی، حسن عباس، وقاص نعیم