Community Resilience
to Foreign Interference

திட்டமிட்டப் பொய்ப் பிரச்சாரம்

இந்தக் கையேடு **திட்டமிட்டப் பொய்ப் பிரச்சாரத்தின் மீது கவனம் செலுத்துகிறது; இது பிறரை ஏமாற்றுவதற்கும் தீங்கிழைப்பதற்குமென்றே திட்டமிட்டு உருவாக்கப்படும் அல்லது பகிரப்படும் தகவலாகும்**.

பிழையானத் தகவல் என்பது பிறரை ஏமாற்றும் அல்லது தீங்கிழைக்கும் நோக்கம் ஏதுமின்றி பகிரப்படும் தவறான அல்லது துல்லியமற்றத் தகவலாகும்.

நியூசிலாந்து பாதுகாப்பு புலனாய்வு அமைப்பு (NZSIS), திட்டமிட்டப் பொய்ப் பிரச்சாரத்தை, தீங்கிழைக்கும் நோக்கத்தோடு அல்லது ஒரு பரந்த குறிக்கோளை அடையும் நோக்கத்தில் வேண்டுமென்றே பரப்பப்படும் தவறான அல்லது தவறாக வழிநடத்தக்கூடியத் தகவல் என வரையறுக்கிறது. இது பெரும்பாலும் இணையம் அல்லது சமூக ஊடகங்கள் வழியாகப் பரப்பப்படுகிறது; இருப்பினும், இது தொலைக்காட்சி, வானொலி அல்லது செய்தித்தாள்கள் உள்ளிட்ட செய்தி ஊடகங்களிலும் இடம்பெறக்கூடும்.

வெளிநாட்டு அரசுகளும் அவற்றின் பதிலி அமைப்புகளும் (Proxies), மக்களைத் தவறாக வழிநடத்தவும் மற்றும் சமுதாயத்திற்குத் தீங்கு விளைவிக்கும் வகையிலான பாதிப்புகளை ஏற்படுத்தவும், வெளிநாட்டுத் தலையீட்டின் ஒரு பகுதியாகத் திட்டமிட்டப் பொய்ப் பிரச்சாரத்தைப் பயன்படுத்தக்கூடும்.

திட்டமிட்டப் பொய்ப் பிரச்சாரம் பரவும் விதம்

திட்டமிட்டப் பொய்ப் பிரச்சாரம் பின்வருவன உள்ளிட்ட பல்வேறு வழிகளில் பரவக்கூடும்:

- **தகவல்தொடர்பு செயலிகள் மற்றும் சமூக வலைப்பின்னல்கள்** மூலம் மக்கள் தங்களுக்கு நம்பிக்கைக்குரியவர்களிடமிருந்து வரும் தகவல்களைப் பகிரும்போது இவை பரவுகின்றன.
- **சமூக அல்லது ஆர்வலர் குழுக்களுக்குள் பகிரப்படும்** தகவல்கள், தங்களுக்குப் பரிச்சயமானவர்களிடமிருந்தோ அல்லது தங்களுக்குப் புரிந்த மொழியிலோ வருவதால், மக்கள் அவற்றை அதிகம் நம்ப வாய்ப்புள்ளது.
- **நியூசிலாந்திற்கு வெளியேயுள்ள ஊடகங்கள் அல்லது மூலங்களிலிருந்து பெறப்படும் தகவல்கள், நியூசிலாந்தின்**

ஊடகங்கள் அல்லது அதன் சூழலோடு ஒத்துப்போகாமல் இருக்கலாம்.

- **சமூக ஊடகத் தளங்கள்** திட்டமிட்டப் பொய்ப் பிரச்சாரத்தை மிக வேகமாகப் பரப்புகின்றன. குறிப்பாக, டிக்டாக் காணொளிகள், இன்ஸ்டாகிராம் ரீல்ஸ்அல்லது எக்ஸ் (Twitter/X) பதிவுகள் போன்ற குறுகிய வடிவத் தகவல்கள் இதற்குப் பெரிதும் உதவுகின்றன.
- சமூக ஊடகங்களில் அதிகப் பின்தொடர்பாளர்களைக் கொண்ட **செல்வாக்கு மிக்க அல்லது குறுஞ்செல்வாக்கு கொண்ட நபர்கள்** தாங்கள் பெற்றுள்ள நற்பெயரைக் கொண்டு இத்தகைய பொய்ப் பிரச்சாரங்களைப் பரப்பக்கூடும்.
- **தேடுபொறிகளும் பல்வேறு தளங்களின் பரிந்துரைகளும்,** பயனர்கள் அத்தகையத் தகவல்களைத் தேடாதபோதும் அவர்களுக்குத் திட்டமிட்டப் பொய்ப் பிரச்சாரங்களைக் காண்பிக்கக்கூடும்.
- அச்சிடப்பட்ட துண்டுப் பிரசுரங்கள், சுவரொட்டிகள் மற்றும் பணியிடங்கள், பள்ளிகள் அல்லது சமூகக் கூடங்களில் வாய்மொழியாகப் பகிரப்படும் தகவல்கள் போன்ற **இணையம் சாராத** வழிகளிலும் இவை பரவுகின்றன.

திட்டமிட்டப் பொய்ப் பிரச்சாரத்தின் வகைகள்

வெளிநாடுகள் தங்கள் தலையீடுகளின் ஒரு பகுதியாகத் திட்டமிட்டப் பொய்ப் பிரச்சாரத்தைப் பயன்படுத்தக்கூடும். மக்களைத் **திட்டமிட்டுத்** திசைதிருப்புவதற்காகப் பயன்படுத்தப்படும் உள்ளடக்கங்களின் சில உதாரணங்கள் பின்வருமாறு:

- **திசைதிருப்பும் வகையிலான வைரல் உள்ளடக்கங்கள்** : மக்களை ஒரு இணைப்பை கிளிக் செய்யத் தூண்டுவதற்காகவும், அவர்களின் கவனத்தை ஈர்ப்பதற்காகவும் தவறான அல்லது மிகைப்படுத்தப்பட்டக் கூற்றுகளுடன் வடிவமைக்கப்படும் இணைய உள்ளடக்கங்கள்.
- **வஞ்சகமான, மிகைப்படுத்தப்பட்ட அல்லது பொய்யான தலைப்புகள்**: மக்களைத் திசைதிருப்புவதற்காகத் தகவல்களைத் திட்டமிட்டுத் திரித்துக் கூறும் அல்லது மிகைப்படுத்திக் காட்டும் தலைப்புகள்.

- **திட்டமிட்ட குறைபாடுள்ள அல்லது கையாளப்பட்ட (manipulated) இதழியல்**: முறையான ஆய்வு, ஆதாரம் அல்லது உண்மைச் சரிபார்ப்பு ஏதுமின்றி, நம்பகமானச் செய்தி அறிக்கை போல உள்நோக்கத்துடன் முன்வைக்கப்படும் கட்டுரைகள்.
- **நற்பெயரைக் கெடுக்கப் பயன்படுத்தப்படும் பொய்த் தகவல்கள்**: ஒரு நபரின் நற்பெயருக்குக் களங்கம் விளைவிக்கும் நோக்கோடும் அல்லது ஒரு குறிப்பிட்ட நபருக்கு எதிராக அவதூறுப் பிரச்சாரங்களை முன்னெடுப்பதற்காகவும் வடிவமைக்கப்படும் உள்ளடக்கங்கள். இவை பெரும்பாலும் வெளிநாடுகளைக் கடுமையாக விமர்சிப்பவர்களைக் குறிவைக்கின்றன.
- **கற்பனை செய்யப்பட்ட அல்லது மாற்றியமைக்கப்பட்ட உண்மைகள்**: மக்களைத் திசைதிருப்பவும் ஏமாற்றவும் வேண்டும் என்ற நோக்கில் திட்டமிட்டுச் சேர்க்கப்பட்ட கற்பனையான காலக்கோடு, இடங்கள், பெயர்கள் அல்லது ஆதாரங்கள் போன்ற பொய்யான விவரங்கள்.
- **போலியான அல்லது திருத்தப்பட்ட புகைப்படங்கள் மற்றும் காணொளிகள்**: பார்வையாளர்களைத் திட்டமிட்டு ஏமாற்றுவதற்காக, டிஜிட்டல் தொழில்நுட்பம் அல்லது செயற்கை நுண்ணறிவு (AI) மூலம் உருவாக்கப்பட்ட அல்லது மாற்றியமைக்கப்பட்ட படங்கள் மற்றும் காணொளிகள்.
- **ஒருங்கிணைக்கப்பட்டப் பரப்புரை**: திட்டமிட்டுத் திசைதிருப்பும் உள்ளடக்கங்கள் உண்மையானவை போலவும் அல்லது மிகவும் பிரபலமானவை போலவும் காட்டுவதற்காக, கணக்குகள், தானியங்கிச் செயலிகள் (bots) அல்லது இணையதளக் குழுக்கள் மூலம் அவை பரவலாகப் பகிரப்படுதல்.
- **அரசுத் தொடர்பு கொண்ட ஊடகங்கள் அல்லது வெளிப்படுத்தப்படாத இணைப்புகள்**: தங்களைச் சுதந்திரமானவை என்று காட்டிக்கொள்ளும், ஆனால் வெளிநாட்டு அரசாங்கங்களுடன் தொடர்புகளைக் கொண்டுள்ள செய்தி நிறுவனங்கள், இணையதளங்கள் அல்லது சமூக ஊடகக் கணக்குகள் மூலம் உருவாக்கப்படும் உள்ளடக்கங்கள்.
- **திட்டமிட்டப் பொய்ப் பிரச்சாரமாகத் தவறாகப் பயன்படுத்தப்படும் அங்கதங்கள் அல்லது பகடிகள்**: மக்களின் கருத்துகளில் செல்வாக்கு செலுத்துவதற்காகவும் அவர்களைத்

திசைதிருப்புவதற்காகவும், சில சமயங்களில் ஒருங்கிணைக்கப்பட்ட பிரச்சாரங்களின் ஒரு பகுதியாகவும் பயன்படுத்தப்படும் நகைச்சுவை அல்லது கிண்டல் சார்ந்த உள்ளடக்கங்கள்.

நீங்கள் காண்பவற்றைப் பற்றிச் சிந்தியுங்கள்

சரிபார்க்கவும்:

- **தகவல் ஒரு நம்பகமான மூலத்திலிருந்து** வருகிறதா என்றும், மற்ற நம்பகமான செய்தித் தளங்களும் அதே தகவலை வெளியிடுகின்றனவா என்றும் சரிபார்க்கவும். இது குறித்து மேலும் அறிய, நெட்சே்ப்பின் பொய்ச் செய்திகளைக் கண்டறிவது எப்படி என்ற கையேட்டைப் பார்க்கவும்.

- **அசல் செய்தி அல்லது தகவல் எங்கே தோன்றியது என்றும்,** அதனை யார் விளம்பரப்படுத்துகிறார்கள் அல்லது பகிர்கிறார்கள் என்றும் பார்க்கவும்.

- **கட்டுரையாளர் யார் என்றும், அவருடைய பின்னணி, நோக்கம் அல்லது விருப்பங்கள் என்னவாக இருக்கும் என்றும் பார்க்கவும்** (உதாரணமாக, அவர்கள் தகவல் அளிக்க முயல்கிறார்களா, இணங்க வைக்க முயல்கிறார்களா, ஒரு குறிப்பிட்ட நிலைப்பாட்டை ஊக்குவிக்கிறார்களா அல்லது மக்களின் கருத்துகளில் செல்வாக்கு செலுத்த முயல்கிறார்களா என்பதைச் சரிபார்க்கவும்).

கவனத்தில் கொள்க:

- ஒரு உள்ளடக்கம் தீவிரமான உணர்ச்சிகரமான எதிர்வினையைத் (உதாரணமாக: அவசரம், பயம் அல்லது ஆத்திரம்) தூண்டும்போது சிறிது **நிதானிக்கவும்**.

- அந்த உள்ளடக்கம் **ஏன்** உருவாக்கப்பட்டிருக்கலாம் அல்லது பகிரப்பட்டிருக்கலாம் என்று உங்களையேக் **கேட்டுக்கொள்ளுங்கள்** (உதாரணமாக: கருத்துகளில் செல்வாக்கு செலுத்தவா, கிளிக்குகளைப் பெறவா அல்லது ஏதேனும் ஒரு செயலைச் செய்யத் தூண்டவா).

- குறிப்பிட்ட தகவலை நம்புவதாலோ அல்லது பகிர்வதாலோ **யார்**

பயனடைகிறார் என்று சிந்தித்துப் பாருங்கள்.

உதாரணமாக, 'இதை நீக்குவதற்கு முன்பாக இப்போதே பகிருங்கள்' என்று ஒரு பதிவைக் கண்டால், அது ஏன் பகிரப்படுகிறது என்பதை நீங்கள் சற்று நின்று நிதானித்துச் சிந்திக்க வேண்டும்.

உங்களுக்கு சந்தேகம் ஏற்படும்போது செய்ய வேண்டியவை

ஏதேனும் ஒன்று திட்டமிட்டப் பொய்ப் பிரச்சாரமா என்பதை உடனடியாகத் தெரிந்து கொள்ள இயலாது என்பதை நினைவில் கொள்வது அவசியம்.

தகவல்களைப் பகிர்வதற்கு முன் போதிய கால அவகாசம் எடுத்துக்கொள்வது, அது உண்மையானதா என்று சிந்திக்கவும், உண்மைகளைச் சரிபார்க்கவும் மற்றும் தவறான தகவல்கள் பரவுவதைத் தவிர்க்கவும் உங்களுக்கு வாய்ப்பளிக்கிறது.

மேலும், அந்தத் தகவலைப் பற்றி உங்கள் குடும்ப உறுப்பினர்கள் அல்லது நண்பர்கள் போன்ற நீங்கள் நம்பும் நபர்களிடம் கலந்துரையாடி அவர்களின் கருத்துகளைக் கேட்டறியலாம்.

வெளிநாடுகளும் அவற்றின் பதிலாள்களும் பயன்படுத்தும் திட்டமிட்டப் பொய்ப் பிரச்சாரம்

வெளிநாடுகளும் அவற்றின் பதிலாள்களும் திட்டமிட்டப் பொய்ப் பிரச்சாரத்தில் வேண்டுமென்றே பயன்படுத்தும் சில பண்புகள் கீழே கொடுக்கப்பட்டுள்ளன:

- கோபம், பயம் அல்லது ஆத்திரத்தைத் தூண்டுவதற்காக முக்கியமான உண்மைகளையும் ஆதாரங்களையும் திட்டமிட்டே மறைத்துவிட்டு, **தீவிரமான உணர்ச்சிகளைத் தூண்டுதல்**.
- எதிர்வினைகளைத் தூண்டுவதற்காக அல்லது தகவல்கள் விரைவாகப் பரவுவதற்காக, **அவற்றை திசைதிருப்பும் வகையிலோ அல்லது மிகைப்படுத்தியோ வழங்குதல்.**
- மக்களுக்குத் தகவல் அளிப்பதை விட, வாசிப்பவர்களின் உணர்ச்சிகளைத் தூண்டி எதிர்வினையாற்ற வைக்கும் **உணர்ச்சிவசப்படுத்தும் சொற்களைப் பயன்படுத்துதல்**.
- ஒரு பிரச்சினை அல்லது ஒரு குழுவைப் பற்றி மக்களின்

எண்ணங்களை மாற்றியமைப்பதற்காக, **ஒருதலைப்பட்சமான கருத்துகளையோ அல்லது பொதுவான பிம்பங்களையோ சார்ந்திருத்தல்.**

- ஒரு செய்தியின் ஒரு பக்கத்தை மட்டுமே காட்டுவதற்காக, **பல்வேறு பார்வைகளையும் கருத்துகளையும் புறக்கணித்தல்**.
- **தவறான, மாற்றியமைக்கப்பட்ட அல்லது காலாவதியான தகவல்களை அவை** சரியானவை என்பது போன்ற தோற்றத்தில் உள்ளிடுதல்.
- **அடிக்கடி காணப்படும் எழுத்துப் பிழைகள் அல்லது இலக்கணப் பிழைகள்**; இவை சில நேரங்களில் அந்த உள்ளடக்கத்தின் நம்பகத்தன்மை குறைவு என்பதையோ அல்லது அத்தகவல் மிக அவசரமாக உருவாக்கப்பட்டது என்பதையோ காட்டக்கூடும்.
- திசைதிருப்பும் தகவல்களை மெய்ப்பிப்பதற்காகத் **தரமற்ற, திருத்தப்பட்ட அல்லது சூழலுக்குப் பொருத்தமில்லாதப் புகைப்படங்கள் மற்றும் காணொலிகளைப் பயன்படுத்துதல்.**

உங்கள் சமூக ஊடக ஊட்டத்தைக் கட்டுப்படுத்துங்கள்

ஒரு சமூக ஊடகக் கணக்கு பொய்யான அல்லது திசைதிருப்பும் தகவல்களைப் பகிர்கிறது என்றால்:

- அதே போன்ற பிற உள்ளடக்கங்கள் தோன்றுவதைத் தவிர்க்க, அந்தச் சமூக ஊடகக் கணக்கை **தடை செய்யுங்கள் அல்லது பின்தொடர்வதைக் கைவிடுங்கள்.**
- இணையத்தில் தீங்கிழைக்கும் உள்ளடக்கங்களைக் குறைக்க உதவ, அந்தச் சமூக ஊடகத் தளத்திலேயே **அக்கணக்கைப் பற்றிப் புகார் செய்யுங்கள்.**

திட்டமிட்டப் பொய்ப் பிரச்சாரத்தைப் பற்றி எவ்வாறு புகார் செய்வது

தீங்கிழைக்கும் அல்லது பொய்யான இணையவழி உள்ளடக்கங்களைப் பற்றி நீங்கள் புகார் செய்யலாம்:

- திட்டமிட்டப் பொய்ப் பிரச்சாரம் மற்றும் இதர தீங்கிழைக்கும்

உள்ளடக்கங்கள் குறித்து நெட்சேஃப் இணையதளத்தில் புகார் செய்யவும்.

- ஊடக உள்ளடக்கங்கள் திசைதிருப்பும் வகையில் இருந்தாலோ அல்லது ஒளிபரப்பு விதிகளை மீறினாலோ, நியூசிலாந்து ஊடகக் குழு அல்லது விளம்பரத் தர நிர்ணய ஆணையத்திடம் புகார் அளிக்கவும்.
- சமூக ஊடகங்களில் உள்ள **புகாரளிக்கும் வசதிகளைப் பயன்படுத்தி**, அங்குப் பரப்பப்படும் திட்டமிட்டப் பொய்ப் பிரச்சாரங்கள் குறித்துப் புகார் செய்யவும்.

நெட்சேஃப் குறித்து மேலும் அறிய

நெட்சேஃப் என்பது நியூசிலாந்தின் சுதந்திரமான, இலாப நோக்கற்ற இணையப் பாதுகாப்பு அமைப்பாகும். இது நியூசிலாந்தில் உள்ள குழந்தைகள், இளைஞர்கள், பெற்றோர்கள், பராமரிப்பாளர்கள், பெரியவர்கள் மற்றும் முதியவர்கள் என அனைத்துத் தரப்பினருக்கும் இணையப் பாதுகாப்பு ஆதரவு, நிபுணத்துவம் மற்றும் கல்வியை வழங்குகிறது.

ஹெட்ஸ்பேஸ் இன்வேடர்ஸ் (Headspace Invaders)

ஹெட்ஸ்பேஸ் இன்வேடர்ஸ் என்பது 12 முதல் 16 வயதுடைய இளைஞர்களுக்காக உருவாக்கப்பட்ட ஒரு கலந்துரையாடல் தளமாகும். இது இளைஞர்கள் இணையவழி உள்ளடக்கங்களைக் கையாளும் போது, அவற்றில் நிகழும் சூழ்ச்சிகள், அழுத்தங்கள் மற்றும் தீங்குகளைக் கண்டறியவும், தன்னம்பிக்கை மற்றும் விமர்சன ரீதியான சிந்தனைத் திறன்களை வளர்த்துக்கொள்ளவும் உதவுகிறது.