

# डिजिटल मीडिया

## की हदें और सरहदें



### संजय द्विवेदी

संप्रति भारतीय जनसंचार संस्थान (आई.आई.एम.सी.), नई दिल्ली के महानिदेशक हैं। देश के प्रख्यात पत्रकार, संपादक, लेखक, अकादमिक प्रबंधक और मीडिया प्राध्यापक हैं। अनेक प्रतिष्ठित प्रिंट व इलेक्ट्रॉनिक मीडिया में अनेक महत्वपूर्ण जिम्मेदारियाँ संभालीं। माखनलाल चतुर्वेदी राष्ट्रीय पत्रकारिता एवं संचार विश्वविद्यालय, भोपाल में 10 वर्ष जनसंचार विभाग के अध्यक्ष रहने के अलावा विश्वविद्यालय के कुलसचिव और प्रभारी कुलपति रहे। मीडिया और राजनीतिक संदर्भों पर अब तक 25 पुस्तकों का लेखन एवं संपादन। अनेक संगठनों द्वारा मीडिया क्षेत्र में योगदान के लिए सम्मानित।

विश्व के मशहूर लेखक मारियो वर्गस लियोसा कहते हैं, "Journalism should be more like science. As far as possible, facts should be Verified. If journalists want long-term credibility for their profession, they have to go in that direction." यानी पत्रकारिता को बहुत कुछ विज्ञान की तरह होना चाहिए। जहां तक संभव हो, तथ्य सत्यापन योग्य होने चाहिए। यदि पत्रकार टिकाऊ विश्वसनीयता चाहते हैं, तो उन्हें इसी दिशा में आगे बढ़ना चाहिए। मारियो का ये कथन 'सोशल मीडिया', जिसे हम 'न्यू मीडिया' भी कह सकते हैं, की आवश्यकता को दर्शाता है।

हर एक शताब्दी अपनी किसी न किसी चीज के लिए पहचानी जाती है। ऐसे ही 21वीं शताब्दी 'इंटरनेट और सोशल मीडिया' के युग की शताब्दी मानी जा रही है। मीडिया के बदलते आयामों को देखकर ऐसा प्रतीत होता है कि मौजूदा समय बदलाव का समय है। संप्रेषण के ऐसे नए तरीके और नए माध्यम सामने आए हैं, जो पूरी तरह हमारे जीवन का हिस्सा बन गए हैं। लोगों को जोड़ने वाला सोशल मीडिया ऐसा ही एक माध्यम है, जिसे हमने जीवन के एक अटूट हिस्से के रूप में अपनाया है। आज सोशल मीडिया हमारे जीवन के कई पहलुओं को तय कर रहा है। सोशल मीडिया रोटी, कपड़ा और मकान की तरह हमारी जिंदगी का एक अहम हिस्सा बन चुका है।

कंप्यूटर और इंटरनेट पर आधारित डिजिटल क्रांति ने अर्थव्यवस्था, राजनीति और समाज तीनों को प्रभावित किया है। फेसबुक, ट्विटर और व्हाट्सएप जैसे ऑनलाइन सोशल प्लेटफॉर्मों के बिना आज जीवन की कल्पना करना बेमानी है। इन सोशल प्लेटफॉर्मों से बनी सोसाइटियों में सबके अपने-अपने सत्य हैं और देखा यह जाता है कि लोग एक आंशिक सत्य को ही पूर्ण सत्य बनाकर आगे बढ़ा देते हैं। अपने आंशिक सत्य के सामने वह दूसरे के पूर्ण सत्य को देखना भी नहीं चाहते। सोशल मीडिया ऐसा माध्यम है, जिस पर एक बार संदेश प्रसारित हो गया, तब उसका नियंत्रण हमारे हाथ में नहीं रहता। वह समाज के सामने किस प्रकार प्रस्तुत होगा, समाज पर किस प्रकार का प्रभाव डालेगा, यह तय नहीं है। विचार किये बिना प्रसारित किया गया यह आंशिक सत्य समाज में कई बार तनाव का कारण बनता है।

### दुनिया की आधी आबादी से ज्यादा हो गई है सोशल मीडिया यूजर्स की संख्या

दुनियाभर में सोशल मीडिया का क्रेज किस तरह बढ़ रहा है, इसका अंदाजा इसी बात से लगाया जा सकता है कि अब दुनियाभर में सोशल मीडिया का इस्तेमाल करने वालों की संख्या, इसे इस्तेमाल नहीं करने वालों की संख्या से ज्यादा हो गई है। 'हूटसूट' और 'वी आर सोशल' की रिपोर्ट के मुताबिक,



## सोशल मीडिया के लिए अभिशाप है फेक न्यूज

आज न्यू मीडिया के दौर में सूचनाओं का आदान-प्रदान काफी आसान हो गया है। सोशल मीडिया भी आज एक मीडिया की भूमिका निभा रहा है या फिर ऐसा कहें कि यह भी मीडिया संस्थानों का एक अभिन्न अंग बन गया है। मेरा मानना है कि तकनीक का इस्तेमाल हम अच्छे परिणामों के लिए करते हैं, लेकिन उसके साथ-साथ इसके कुछ दुष्परिणाम भी होते हैं। आज खबरें जितनी तीव्र गति से हर किसी के मोबाइल में पहुंच जाती हैं, उतनी ही तेजी से फेक न्यूज भी फैलाई जा रही है। मेरा मानना है कि फेक न्यूज आज सोशल मीडिया के लिए अभिशाप है। भारत में सूचना क्रांति के निरंतर प्रसार और सोशल मीडिया जैसी नई तकनीकों के आने से सूचनाओं के कई स्रोत लोगों को उपलब्ध हो गए हैं। पहले सूचनाएं एक निर्धारित प्रक्रिया से होकर ही लोगों तक पहुंचती थीं। उनके पीछे सीमित लोग थे, जो कायदे और कानून से चलते थे। लेकिन तकनीक ने सब कुछ बदल दिया। आज हर व्यक्ति प्रकाशक है। तकनीक ने यह सुविधा सबको दे दी है। इसलिए सूचनाओं के स्रोत असंख्य हो गए हैं। जाहिर है, इस कारण अब हर कोई अपनी बात अपने तरीके से कहना चाहता है। इसमें कुछ लोग जिम्मेदार हैं, तो उनसे कई गुना ज्यादा लोग जिम्मेदारी के पास भी नहीं फटकते। इससे आम आदमी दुविधा में पड़ जाता है कि वह किसे सही माने और किसे गलत। एक ही सूचना किसी खास समुदाय के लिए अच्छी हो सकती है, तो किसी और के लिए बुरी। विकसित देशों के नागरिकों का सामना इस प्रक्रिया से थोड़ा पहले हुआ, लिहाजा वे अपने विवेक से फैसला करते हैं कि किस चीज को सही मानकर उपयोग में लाना उनके लिए ठीक रहेगा। लेकिन भारत जैसे विकासशील देश में, जहां शिक्षा और जागरूकता का स्तर एक जैसा नहीं है, वहां लोग खबरों और सूचनाओं के अनेक विकल्पों के बीच दुविधा में पड़ जाते हैं। कई बार वे तथ्यों की जांच नहीं कर पाते और गलत को सही मान बैठते हैं।

दुनियाभर में सोशल मीडिया यूजर्स की संख्या 3 अरब 96 करोड़ हो गई है, जो दुनिया की आबादी का 51 प्रतिशत है। इस रिपोर्ट के मुताबिक, पिछले एक साल में दुनियाभर में सोशल मीडिया यूजर्स की संख्या में 10 फीसदी से ज्यादा का इजाफा हुआ है। इस दौरान 37 करोड़ 6 लाख लोग सोशल मीडिया से जुड़े हैं। अगर इसका औसत निकाला जाए, तो हर दिन 10 लाख यूजर्स और हर सैकंड 12 लोग सोशल मीडिया से जुड़े हैं। 'डेटा रिपोर्टल' नामक एक रिपोर्ट के अनुसार सोशल मीडिया पर एक यूजर रोजाना औसतन 2 घंटे 22 मिनट का समय बिताता है। अगर सोशल मीडिया पर सभी यूजर्स के द्वारा बिताए गए वक्त को जोड़ दिया जाए, तो हर दिन 10 लाख साल के बराबर का समय सिर्फ सोशल मीडिया पर ही खर्च हो जाता है। ये आंकड़े आपको ये बताने के लिए काफी हैं कि वर्तमान समय में सोशल मीडिया की क्या प्रासंगिकता है। मेरा मानना है कि सोशल मीडिया की अच्छाईयों और बुराईयों दोनों पर हमें चर्चा करनी चाहिए, तभी हम किसी निष्कर्ष पर पहुंच सकते हैं।

## सूचना क्रांति के दौर ने साहित्य और संस्कृति को उपलब्ध करवाई है एक नई जगह

सूचना क्रांति के इस दौर ने साहित्य और संस्कृति को फिर से एक नई जगह उपलब्ध करवाई है। और इस जगह का नाम है सोशल मीडिया। आज दुनिया भर की ज्ञान-विज्ञान की किताबें इंटरनेट पर उपलब्ध हैं। सोशल मीडिया द्वारा हम अपने प्राचीनतम इतिहास की जानकारी आसानी से प्राप्त कर सकते हैं। हमारे वेद, पुराण, श्रुतियां, उपनिषद, महाकाव्य, और जितने भी ग्रंथ हैं, विभिन्न विषयों पर ऋषि मुनियों ने जिनकी रचनाएं की हैं, उन सब की जानकारी हमें आज केवल एक क्लिक की दूरी पर प्राप्त हो जाती है। हिंदी साहित्य में लेखन की विभिन्न विधाओं में आज नया लेखक मंच स्थापित हो चुका है, जो सोशल मीडिया पर ही अपनी रचनाओं को प्रकाशित कर रहा है। आप कह सकते हैं कि नई तकनीक के जरिए साहित्य में लोकतंत्र बन रहा है। फेसबुक, ट्विटर पर लिखने वाले लेखक किसी से पूछ कर, सहमति या स्वीकृति लेकर नहीं लिख रहे हैं। ये नए लेखक प्रयोग कर रहे हैं। यही साहित्य का लोकतंत्र है। ये हो सकता है कि नए मंचों, नए माध्यमों पर जो आए, वह कच्चा हो, सुघड़ ना हो। लेकिन समय की छलनी में छनकर जो कुछ भी सार्थक है, काम का है, वो बचा रह जाएगा। एक दौर था, जब साहित्य प्रकाशन के लिए रचनाकार प्रकाशकों के पास जाते थे या फिर प्रकाशक प्रतिभाओं को ढूंढने के लिए हिन्दुस्तान

की सड़कें नापते थे, लेकिन पिछले एक दशक से भाषा की उन्नति और प्रतिभा की खोज का सरलीकरण सोशल मीडिया के माध्यम से हो रहा है। किताबों की जगह अब सोशल मीडिया और स्मार्टफोन ने ले ली है। किसी जमाने में हम अखबार के संपादकीय पढ़ा करते थे। लेकिन अब नया दौर है, स्मार्टफोन पर ही हम लोग न्यूज ऐप से समाचार पढ़ लेते हैं। हालांकि सोशल मीडिया ने अपनी एक नई भाषा गढ़ ली है। भाषा और शब्दों के सौंदर्य, मयादा, गरिमा और स्वरूप की चिंता करने वाले सभी लोग इस नई भाषा के प्रभाव और भविष्य पर चिंतित हैं। कुछ लोग ये भी कहते हैं कि इससे पढ़ने की आदत खत्म होती जा रही है। लेकिन मेरा मानना है कि हर सिक्के के दो पहलू होते हैं और अपवाद हर जगह मौजूद हैं। आप देखिए कि हर तकनीकी आविष्कार निरपेक्ष होता है, जो हर तरह के काम के लिए इस्तेमाल किया जा सकता है। चाहे वह अच्छा हो या बुरा। तो क्यों ना हम किसी भी चीज के सकारात्मक पक्ष की बात ज्यादा करें, ताकि हमारे

विचार भी सकारात्मकता की ओर उन्मुख हों। सोशल मीडिया पर धार्मिक साहित्य के माध्यम से हम भारतीय संस्कृति का भी प्रचार प्रसार कर सकते हैं। साहित्य का जितना प्रचार-प्रसार होगा, जितनी उपलब्धता होगी, उसका उतना ही विस्तार होगा। और जब साहित्य का विस्तार होगा, तो यह साहित्य के साथ साथ समाज के लिए भी कल्याणकारी होगा। सोशल मीडिया एक अदृश्य भूमिका निभाकर समाज में सामाजिक चेतना, नैतिकता एवं धार्मिक मूल्य तथा मानवीय चरित्र का निर्माण कर सकता है। साहित्य शब्द दो शब्दों से मिलकर बनता है। सः और हितः, यानी एक ऐसा तरीका, जिसमें किसी एक वर्ग-जाति-धर्म-समाज-समूह-संप्रदाय या देश की जगह, समस्त विश्व और समाज के कल्याण की भावना निहित हो। लेकिन बाजार ने हमारे भीतर की रचनात्मकता को भी नकली और सतही बना दिया है। ऐसे में सिर्फ साहित्य एक रास्ता है, जहां हम अपने सांस्कृतिक मूल्यों को बनाए एवं बचाए रख सकते हैं और मुझे पूरी उम्मीद है कि सोशल मीडिया इसमें एक महत्वपूर्ण भूमिका निभाएगा।



## भारतीयों को सबसे ज्यादा करना पड़ रहा है फर्जी खबरों का सामना

वर्ष 2019 में माइक्रोसॉफ्ट की एक सर्वे रिपोर्ट में कहा गया था कि भारत में इंटरनेट उपभोक्ताओं को फर्जी खबरों का सबसे अधिक सामना करना पड़ता है। दुनिया के 22 देशों में किए गए सर्वेक्षण के बाद तैयार की गई इस रिपोर्ट में कहा गया था कि 64 फीसदी भारतीयों को फर्जी खबरों का सामना करना पड़ रहा है। और ये चिंता की बात इसलिए है क्योंकि वैश्विक स्तर पर यह आंकड़ा 57 फीसदी का है। इस रिपोर्ट की सबसे अहम बात ये भी कि फर्जी खबरों के प्रचार-प्रसार में परिवार या दोस्तों की भी अहम भूमिका होती है। भारत इंटरनेट और स्मार्टफोन्स के सबसे बड़े बाजार के तौर पर विकसित हो रहा है। अमेरिका की कंपनी सिस्को के मुताबिक, वर्ष 2021 तक भारत में स्मार्टफोन इस्तेमाल करने वालों की तादाद दोगुनी होकर लगभग 83 करोड़ तक पहुंचने की संभावना है। इसके अलावा वर्ष 2022 तक भारत में इंटरनेट डाटा की खपत आज के मुकाबले पांच गुना ज्यादा बढ़ने की संभावना है। भारत में फेसबुक इस्तेमाल करने वालों की तादाद लगभग 30 करोड़, जबकि व्हाट्सएप इस्तेमाल करने वालों की संख्या लगभग 20 करोड़ है। ट्विटर के उपभोक्ताओं की तादाद भी बढ़ कर तीन करोड़ से ज्यादा हो गई है। इन तीनों के लिए भारत सबसे बड़ा बाजार है और इन्हीं तीनों माध्यमों से फेक न्यूज का सबसे ज्यादा प्रचार हो रहा है।

### सख्त नियम बनाने की है आवश्यकता

हमें फेक न्यूज पर मलेशिया, फिलीपींस और थाइलैंड की तरह सख्त नियम बनाने की आवश्यकता है। मलेशिया के कानून के मुताबिक फेक न्यूज की वजह से अगर मलेशिया या मलेशियाई नागरिकों को नुकसान होता है, तो इसे फैलाने वाले पर करीब 1 लाख 23 हजार अमेरिकी डॉलर यानी लगभग 90 लाख रुपये का जुर्माना और छह साल की सजा हो सकती है। फिलीपींस में गलत जानकारी फैलाने वालों को 20 साल तक की कैद की सजा का प्रावधान करने की तैयारी चल रही है। थाइलैंड में साइबर सिक्योरिटी लॉ कार्य करता है, जिसके तहत गलत सूचना फैलाने पर 7 साल तक की कैद की सजा हो सकती है।

### इंटरनेट के इस्तेमाल के कारण घट रही है तार्किक विश्लेषण करने की हमारी क्षमता

सोशल मीडिया के इस दौर में 'फैक्ट' और 'फिक्शन' एक ही घाट पर पानी पीते हैं। इसे सोशल मीडिया का दूसरा अवतार कह सकते हैं, जिसे तकनीकी भाषा में सोशल मीडिया 'टू पॉइंट ओ' (2.0) कहा जा सकता है। अमेरिका के मशहूर लेखक निकोलस कार ने अपनी किताब 'द शैलोज' में लिखा है कि इंटरनेट के इस्तेमाल के कारण हम अपने दिमाग का प्रयोग बहुत कम करने लगे हैं, क्योंकि हर सामग्री इंटरनेट पर उपलब्ध है। इस वजह से तार्किक विश्लेषण करने की हमारी क्षमता भी घट रही है और हम चीजों पर आसानी से विश्वास भी करने लगे हैं। प्रतिष्ठित मीडिया कंपनी बजफीड की तरफ से फेसबुक के छह बड़े पेजों की एक हजार पोस्ट का सर्वे किया गया। इस सर्वे में ये पता चला कि

जिन पेजों पर सच्ची खबरों का अनुपात सबसे कम था, उन्हें सबसे ज्यादा लाइक, शेयर और कमेंट प्राप्त हुए थे। इन पेजों पर 38 फीसदी खबरें या तो सच और झूठ का मिश्रण थीं या फिर पूरी तरह झूठ थीं। इसलिए हमें बेहद सावधान रहने की आवश्यकता है। प्रधानमंत्री बनने के बाद वर्ष 2015 में जब नरेंद्र मोदी अमेरिका गए थे, तब उन्होंने फेसबुक के संस्थापक मार्क जुकरबर्ग से मुलाकात की थी। इस दौरान उन्होंने एक सेशन में हिस्सा लिया, जिसमें सोशल मीडिया पर चर्चा की गई। इस चर्चा के दौरान प्रधानमंत्री ने कहा था कि 'खबरों को फॉरवर्ड करने का जो फैशन है, उस पर वेरिफिकेशन की संभावना होना जरूरी है।'

### कोरोना विषाणु संक्रमण महामारी काल में बढ़ा फर्जी खबरों का बाजार

संकट का समय हमेशा से ही ऐसा दौर माना जाता रहा है, जब अफवाहों और षड्यंत्र के सिद्धांतों का बोलबाला होता है। लोगों के पास पुख्ता जानकारियां कम होती हैं और भय एवं आशंकाएं बहुत ज्यादा। ऐसे में वे कई तथ्यहीन चीजों पर विश्वास करने के लिए तैयार हो जाते हैं। और ये सब हमें कोरोना महामारी के दौरान देखने को मिला है। कोरोना विषाणु संक्रमण महामारी काल में फर्जी खबरों का बाजार खूब बढ़ा। इस दौर में अकेला कोरोना ही लोगों को नहीं डरा रहा है, बल्कि फेक न्यूज भी लोगों को परेशान कर रही है। लॉकडाउन के दौरान लोग घरों में बंद थे और वे अपना काफी समय

इंटरनेट की विभिन्न वेबसाइटों, खासकर सोशल मीडिया पर व्यतीत कर रहे थे। इस संदर्भ में मई 2021 में आई एक रिपोर्ट हमें ये बताती है कि लॉकडाउन के बाद से देश के लोग अब सोशल मीडिया पर 87 फीसदी अधिक समय बिता रहे हैं। रिपोर्ट के अनुसार, पहले लोग सोशल मीडिया पर प्रतिदिन औसतन 150 मिनट का समय बिताते थे, लेकिन अब यह समय बढ़कर 280 मिनट प्रतिदिन हो गया है। इसमें से लोग ज्यादातर समय फेसबुक, व्हाट्सएप और ट्विटर पर बिताते हैं। तकरीबन यही हाल बाकी दुनिया का भी है। समय बिताने के लिए फिल्हाल लोगों के पास यही सबसे अच्छा तरीका है। दूसरी तरफ, फर्जी खबरें चलाने वालों के लिए भी यही सबसे अच्छा मौका है, जब लोगों तक सबसे आसानी से पहुंचा जा सकता है।

### 'सूचनाओं' को लेकर लोगों में जागरूकता बढ़ाने और समझ पैदा करने की है आवश्यकता

आज हम ऐसे दौर में रह रहे हैं, जहां सूचनाओं का अंबार है और रोजमर्रा की बातचीत में 'पोस्ट ट्रूथ' जैसे शब्द शामिल हो गए हैं। जब कोई बात सत्य से परे हो, जब झूठ और सच में कोई अंतर न हो, जब सही और गलत का विचार तथ्य या ज्ञान से न हो, बल्कि भावनाओं के आधार पर हो, तो उसे पोस्ट ट्रूथ कहते हैं। ऐसे दौर में 'सूचनाओं' को लेकर लोगों में जागरूकता बढ़ानी होगी और समझ पैदा करनी होगी। अपने मतलब के लिए बातें गढ़ना और उनका प्रचार करना कोई नई बात नहीं है, लेकिन डिजिटल दुनिया में जिस तरह से राजनीतिक, आर्थिक और सामाजिक मुद्दों पर झूठी खबरें आ रही हैं, वह चिंता की बात है। सोशल मीडिया और मैसेजिंग नेटवर्क की वजह से बड़े पैमाने पर

## सच्ची-झूठी खबरों के बीच फर्क नहीं कर पाते मीडिया प्लेटफॉर्म का इस्तेमाल करने वाले 80 प्रतिशत छात्र

स्मार्टफोन और टैबलेट की संख्या बढ़ने से आज की पीढ़ी के छात्रों की सूचनाओं तक पहुंच काफी आसान हो गई है। वर्ष 2016 में स्टेनफोर्ड हिस्ट्री एजुकेशन ग्रुप की एक रिसर्च से ये पता चला कि अलग-अलग सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म का इस्तेमाल करने वाले छात्रों में से 80 प्रतिशत छात्र, विज्ञापन और खबरों के बीच फर्क नहीं कर पाते। इसका मतलब ये है कि छात्रों को जिस बड़े पैमाने पर सूचनाओं से जूझना पड़ रहा है, उसमें वे सच या झूठ का फर्क करने में खुद को मुश्किल स्थिति में पाते हैं। हालांकि, कुछ देशों ने इस दिक्कत को पहले ही समझ लिया था और वे पिछले कुछ वर्षों से इससे निपटने की कोशिश कर रहे हैं। ऐसा ही एक देश है फिनलैंड, जिसे दुनिया के बेहतरीन सरकारी स्कूलों वाला देश कहा जाता है। वर्ष 2014 के बाद से फिनलैंड में झूठी खबरों के खिलाफ एक अभियान शुरू किया गया, जिसका मकसद छात्रों में विश्लेषण की क्षमता और सूझ-बूझ को बढ़ाना है। वर्ष 2016 की 'इंटरनेशनल सिविक एंड सिटीजनशिप एजुकेशन स्टडी' के मुताबिक, फिनलैंड में 82 प्रतिशत शिक्षक 'छात्रों में विश्लेषणात्मक और स्वतंत्र सोच को बढ़ावा देने' को जरूरी काम मानते हैं। फेक्ट चेकिंग यानी सच्ची और झूठी खबरों का फर्क बताने वाले संस्थानों या जानकारों के साथ मिलकर फिनलैंड छात्रों को हुनरमंद बना रहा है, ताकि वे झूठी खबरों की पहचान कर सकें। इसके लिए छात्रों के साथ मौजूदा मुद्दों पर बातचीत की जाती है एवं सवाल पूछने के कल्चर को और विमर्श को बढ़ावा दिया जाता है। इसी तरह, सितंबर 2018 में अमेरिका के सरकारी स्कूलों में मीडिया साक्षरता बढ़ाने के लिए एक विधेयक लाया गया। इसके जरिये राज्य के शिक्षा विभाग के लिए मीडिया साक्षरता बढ़ाने और शिक्षकों को उसके मुताबिक ट्रेनिंग देने को अनिवार्य बनाया गया है।

सूचनाओं का प्रसार एलीट वर्ग या मीडिया तक सीमित नहीं रह गया है। इन नेटवर्क के चलते सूचनाओं के प्रवाह को रोकना नामुमकिन हो गया है। ऐसे माहौल में लोगों के पास ऐसे टूल्स होने चाहिए, जिससे वे उनका विश्लेषण और यहां तक कि उन सूचनाओं को खारिज भी कर सकें। इसके लिए हमें बहुत कम उम्र से ही जागरूकता बढ़ानी होगी, क्योंकि सूचनाओं की बमबारी बचपन की उम्र से ही शुरू हो गई है। इसके लिए हमें स्कूली कोर्स, पढ़ाने के तरीकों और शिक्षा व्यवस्था में बदलाव करने होंगे। ऐसे तरीके ढूंढने होंगे, जिनसे तथ्यों और काल्पनिक बातों में फर्क किया जा सके।

### भारत में मीडिया साक्षरता को कोर्स का हिस्सा बनाने की है आवश्यकता

भारत की स्कूली शिक्षा व्यवस्था काफी हद तक सिलेबस पूरा करने तक सीमित है। वह छात्रों को झूठी और सच्ची खबरों का फर्क सिखाने की बड़ी जिम्मेदारी के लिए तैयार नहीं है। पहली बात तो ये है कि अभी तक प्रशासनिक स्तर पर यह स्वीकार भी नहीं किया गया है कि झूठी खबरों की समस्या कितनी बड़ी है। अधिकतर शिक्षक डिजिटल टेक्नोलॉजी से अच्छी तरह वाकिफ नहीं हैं। इस अभियान में सबसे बड़ी बाधा तो यही है। हमारे यहां अखबारों में छपे हुए शब्दों को या टीवी पर कही गई बात को या वॉट्सऐप पर फॉरवर्ड संदेशों को आंख बंद करके सच मानने की एक सामाजिक संस्कृति है, जिसे बदलने के लिए हमें हर स्तर पर सुधार

करने होंगे। शिक्षा विभाग इसकी शुरुआत मीडिया साक्षरता को कोर्स का हिस्सा बनाने के साथ कर सकता है। इसके बाद इस विषय पर शिक्षकों का ट्रेनिंग मॉड्यूल तैयार करने के लिए जानकारों की समितियां बनाई जानी चाहिए। इन समितियों में इस क्षेत्र में काम करने वालों और फेक्ट चेकिंग संस्थानों को शामिल करना होगा, जो सूचनाओं की सच्चाई का पता लगाने का सिस्टम तैयार कर चुके हैं। ये समितियां, राज्य या क्षेत्र के आधार पर बनाई जानी चाहिए, ताकि वे अपने छात्रों को ध्यान में रखकर कारगर मॉड्यूल तैयार कर सकें। ट्रेनिंग मॉड्यूल भी

व्यापक होना चाहिए और सालाना आधार पर उसकी समीक्षा की जानी चाहिए, ताकि बदलती हुई जरूरतों के मुताबिक उसमें तब्दीली लाई जा सके।

### अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता के संरक्षण संग जरूरी है तथ्यों से खिलवाड़ रोकने वाले प्रावधान

बुद्धिजीवियों का एक बड़ा वर्ग ये मानता है कि आज के दौर में हम सभी 'नॉलेज सोसायटी' का हिस्सा हैं, जिसमें ज्ञान के एक बड़े हिस्से को समाज के सभी वर्गों तक पहुंचाने की महत्वपूर्ण जिम्मेदारी मीडिया पर है। मीडिया का रोल आधुनिक जीवन में इतना ज्यादा है कि दैनिक दिनचर्या में सुबह उठने से लेकर रात में सोने तक हम मीडिया के ही माध्यम से दुनिया को जीते और सुनते हैं। फिर चाहे वो टेलीविजन के माध्यम से हो, अखबार के माध्यम से हो या न्यू मीडिया के इस दौर में इंटरनेट के माध्यम से हों, जहां खबरों की बमबारी वैश्विक स्तर पर होती है। सोशल मीडिया के एक हिस्से में खबरों को अनावश्यक रूप से सनसनीखेज बनाने का रुझान दिखाई देता है और इसके लिये तथ्यों से खिलवाड़ भी होता रहता है। ऐसे में सोशल मीडिया पर अफवाहें फैलाने, झूठे समाचार प्रसारित करने वालों पर रोक लगाने के प्रावधानों का होना बहुत जरूरी है। इसके लिये कुछ मानदंड तय करने होंगे और इनमें संतुलन कायम करना होगा। ये मानदंड इतने लचर भी नहीं होने चाहिये कि लोगों को इनका भय ही न रहे और न ही इतने कठोर होने चाहिये कि जिनसे अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता पर आंच आती हो। इसके लिये ऐसी व्यवस्था बनानी होगी कि झूठी खबर प्रचारित-प्रसारित करने वालों में यह डर तो रहे, कि यदि ऐसा किया तो परिणाम अच्छा नहीं होगा। ●●

