



unesco



पत्रकारिता ~~गर्जी दृष्टव्य~~ और दुष्प्रचार

पत्रकारिता शिक्षा और प्रशिक्षण के लिए पुस्तिका

पत्रकारिता शिक्षा पर यूनेस्को श्रृंखला

संयुक्त राष्ट्र शैक्षणिक, वैज्ञानिक और सांस्कृतिक संगठन द्वारा प्रकाशित
7, प्लेस डी फोन्टेनोए, 75352 पेरिस 07 एसपी, फ्रांस

© यूनेस्को 2022

आईएसबीएन: 978-92-3-000170-4



यह प्रकाशन ऐट्रिब्यूशन-शेयरएलाइक 3.0 आईजीओ (सीसी-बीवाई-एसए 3.0 आईजीओ) लाइसेंस (<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/igo/>) के अंतर्गत सभी के लिए उपलब्ध है। इस प्रकाशन की सामग्री का प्रयोग करने पर इसका उपयोग करने वाला यूनेस्को के सर्व सुलभ संग्रह (<http://www.unesco.org/open-access/terms-use-ccbysa-en>) के इस्तेमाल की शर्तों को स्वीकार करने के लिए बाध्य होगा। इस पूरे प्रकाशन में संझाव और प्रस्तुत सामग्री का अर्थ किसी भी देश, प्रांत, शहर या क्षेत्र या उसके प्राधिकारियों की कानूनी स्थिति के बारे में, या इसकी सीमाओं या सरहद के दायरे में यूनेस्को की ओर से किसी भी राय को अभिव्यक्ति करना नहीं है।

मूल शीर्षक - Journalism, fake news & disinformation: handbook for journalism education and training

संयुक्त राष्ट्र शैक्षणिक, वैज्ञानिक और सांस्कृतिक संगठन द्वारा 2018 में प्रकाशित।

हिन्दी अनुवाद: कलरकाम एडवर्टाइजिंग

इस प्रकाशन में व्यक्त विचार और राय लेखकों के हैं; यह जरूरी नहीं कि ये अनिवार्य रूप से यूनेस्को के हों और संगठन को प्रतिबद्ध नहीं करते हैं।

संपादक: चेरीलिन इरेटन और जूली पोसेटी

योगदान लेखक: जूली पोसेटी, चेरीलिन इरेटन, क्लेयर वार्डल, होसैन देराखशान, एलिस मैथ्यू मगदा अबू-फादिल, टॉम ट्रेविनार्ड, फर्गस बेल, एलेक्सिओस मंत्जार्लिस

अतिरिक्त अनुसंधान: टॉम लॉ

ग्राफिक डिजाइन: श्री विलंटन

आवरण डिजाइन: श्री विलंटन

चित्र: यूनेस्को, फरस्ट ड्राफ्ट एंड पॉयंटर

टाइपसेट: यूनेस्को

मुद्रण: यूनेस्को

फ्रांस में मुद्रित

चेरीलिन इरेटन
और जूली पोसेट्टी

पत्रकारिता, ‘फर्जी एवबाए’ और दुष्प्रचार

पत्रकारिता शिक्षा और प्रशिक्षण के लिए पुस्तिका

विषय-सूची

प्राक्कथन गेय बर्जर द्वारा	6
प्रस्तावना चेरीलिन इरेटन और जूली पोसेट्टी द्वारा	13
इस पुस्तिका का एक मॉडल पाठ्यक्रम के रूप में उपयोग जूली पोसेट्टी द्वारा	25
मॉड्यूल 1: सत्य, विश्वास और पत्रकारिता: यह क्यों मायने रखती है	31
चेरीलिन इरेटन द्वारा	
विषय-संक्षेप	31
रूपरेखा	34
मॉड्यूल का लक्ष्य	40
अध्ययन का परिणाम	40
मॉड्यूल का प्रारूप	40
सुझाए गए कार्य	41
पठन	42
मॉड्यूल 2: 'भ्रामक सूचना' के बारे में सोच:	
गलत सूचना, दुष्प्रचार, और दुर्भावनापूर्ण-सूचना के प्रारूप	43
क्लेयर वार्डल और हुसैन डेराखशान द्वारा	
विषय-संक्षे	44
रूपरेखा	44
मॉड्यूल का लक्ष्य	51
अध्ययन का परिणाम	52
मॉड्यूल का प्रारूप	52
सुझाए गए कार्य	54
सामग्री	54
पठन	54
मॉड्यूल 3: समाचार उद्योग कायाकल्प: डिजिटल प्रौद्योगिकी, सोशल प्लेटफार्म तथा गलत सूचना और दुष्प्रचार का प्रसार	56
जूली पोसेट्टी द्वारा	
विषय-संक्षेप	57
रूपरेखा	59
मॉड्यूल का लक्ष्य	67
अध्ययन का परिणाम	67
मॉड्यूल का प्रारूप	68
सुझाए गए कार्य	69
पठन	70

मॉड्यूल 4: मीडिया और सूचना साक्षरता (एमआईएल) के माध्यम से दुष्प्रचार और गलत सूचना से निपटना

72

मगदा अबू-फ़डिल द्वारा

विषय-संक्षेप	73
रूपरेखा	74
मॉड्यूल का लक्ष्य	78
अध्ययन का परिणाम	79
मॉड्यूल का प्रारूप	79
सुझाए गए कार्य	82
सामग्री	82
पठन	82

मॉड्यूल 5: तथ्य-जांच 101

84

एलेक्सिओस मंज़ारलिस द्वारा

विषय-संक्षेप	85
रूपरेखा	85
मॉड्यूल का लक्ष्य	91
अध्ययन का परिणाम	92
मॉड्यूल का प्रारूप	92
सुझाए गए कार्य	96
पठन	97

मॉड्यूल 6: सोशल मीडिया सत्यापनः स्रोतों और दृश्य सामग्री का आकलन करना

99

टॉम ट्रेविनार्ड और फर्गस बेल द्वारा

रूपरेखा	100
मॉड्यूल का लक्ष्य	106
अध्ययन का परिणाम	106
मॉड्यूल का प्रारूप	107
सुझाए गए कार्य	108
सामग्री	108
पठन	108

मॉड्यूल 7: ऑनलाइन दुर्वर्यवहार से निपटना: जब पत्रकारों और उनके स्रोतों को निशाना बनाया जाता है

113

जूली पोसटी द्वारा

विषय-संक्षे	114
रूपरेखा	115
मॉड्यूल का लक्ष्य	121
अध्ययन का परिणाम	121
मॉड्यूल का प्रारूप	122
सुझाए गए कार्य	124
पठन	124

योगदानकर्ता फोटो श्रेय

126

126

प्राक्कथन

यूनेस्को पत्रकारिता शिक्षा को सशक्त करने के लिए काम करता है, और यह प्रकाशन अत्याधुनिक ज्ञान संसाधनों की शृंखला में नवीनतम पेशकश है।

यह "पत्रकारिता शिक्षा में उत्कृष्टता के लिए वैशिवक पहल" का हिस्सा है, जो यूनेस्को के अंतर्राष्ट्रीय संचार विकास कार्यक्रम (आईपीडीसी) का केंद्र-बिंदु है। इस पहल में अंतर्राष्ट्रीय अच्छी प्रथाओं को साझा करने के साथ-साथ दुनिया के नज़रिए से पत्रकारिता के अध्यापन, पेशी और शोध से जुड़ना है।

तदनुसार, यह पुस्तिका अंतरराष्ट्रीय स्तर पर एक प्रासंगिक मॉडल पाठ्यक्रम प्रस्तुत करना चाहती है, जो नए सिद्धांतों को अपनाए जाने या परिवर्तन करने को तैयार हो, दुनिया भर में दुष्प्रचार की उभरती समस्या से निपटे जिसका सामना आम तौर पर समाज, और विशेष रूप से पत्रकारिता को करना पड़ता है।

वह यह भी नहीं मानती कि 'फर्जी खबर' शब्द का सीधा या आमतौर पर समझा जाने वाला अर्थ है। इसीलिए 'खबर' का अर्थ है जनहित में सच्ची सूचना, और जो सूचना इन मानकों को पूरा नहीं करती, उसे खबर नहीं माना जा सकता है। तो इस अर्थ में, 'फर्जी खबर' विपरीत या विरोधी अर्थ वाली है जो खुद ही ऐसी सूचना की विश्वसनीयता को कम कर देती है जिसे वास्तव में सत्य और जनहित – अर्थात् असली खबर के बुनियादी सिद्धांत को पूरा करना चाहिए।¹

समाचार शैलियों की भाषा और परंपराओं का अनुचित लाभ उठाने के हेरफेर से जुड़े मामलों को बेहतर ढंग से समझाने के लिए, यह प्रकाशन धोखाधड़ी के इन कृत्यों को उजागर करता है कि इनका स्वरूप कैसा है – यह किस विशिष्ट श्रेणी की नकली जानकारी है, जिसमें दृश्य मीम जैसे मनोरंजन प्रारूप बनाकर दुष्प्रचार के विविध रूपों का व्यापक इस्तेमाल किया गया है।

इस प्रकाशन में, दुष्प्रचार को आम तौर पर जानबूझकर (प्रायः खंडों में जोड़कर) लोगों को भ्रमित करने या गलत जानकारी देकर हेरफेर करने का प्रयास करने का उल्लेख किया गया है। यह अक्सर एक-दूसरे के समानांतर चलती हैं और इसमें एक-दूसरे की जानकारी को काटने वाली रणनीति अपनाना तथा अन्य अनेक प्रकार की चालबाज़ी जैसे हैकिंग करना या व्यक्तियों से समझौता करना शामिल होता है। गलत सूचना का प्रयोग आम तौर पर भ्रामक सूचना देने के लिए किया जाता है जो बिना किसी जोड़-तोड़ या दुर्भावनापूर्ण इरादे के बनाई या प्रसारित की जाती है। दोनों ही समाजके लिए समस्याएं हैं, लेकिन दुष्प्रचार विशेष रूप से खतरनाक है क्योंकि यह अक्सर संगठित, अच्छी तरह सोच-समझकर बनाई गई, और स्वचालित तकनीक द्वारा प्रचालित की जाती है।

1 टैनडोक ई देखें; वी लिम, जेड और लिंग, आर (2018)। "परिभाषित 'फर्जी समाचार': विद्वानों की परिभाषाओं की टाइपोलॉजी" में डिजिटल पत्रकारिता (टेलर और फ्रांसिस) खंड 6, 2018 - अंक 2: 'विश्वास, विश्वसनीयता, फर्जी खबर'।

दुष्प्रचार के पैरोकार सूचना प्राप्त करने वालों की कमज़ोरी या कटूरपंथी विचारधारा को निशाना बनाते हैं जिन्हें वे कई गुण बढ़ा-चढ़ाकर बताने का प्रयास करते हैं। इस तरह, वे हमें विभिन्न कारणों से जानकारी साझा करने के लिए हमारे रुझान का शोषण करके अपने संदेशों का प्रचार-प्रसार करने के लिए उक्साना चाहते हैं। इसमें एक विशेष जोखिम यह है कि इस अर्थ में 'फर्जी खबर' आमतौर पर स्वतंत्र होती है - जिसका अर्थ है कि जो लोग उच्च कोटि की पत्रकारिता का मुल्य नहीं चुका सकते, या जिनके पास स्वतंत्र सार्वजनिक सेवा समाचार मीडिया का उपयोग करने की पहुंच नहीं होती, वे प्रायः विशेष रूप से दुष्प्रचार और गलत सूचना दोनों के झांसे में आ जाते हैं।

दुष्प्रचार और गलत सूचना का प्रसार काफी हद तक सामाजिक नेटवर्क और सामाजिक संदेश के माध्यम से संभव होता है, जो इन सेवाओं को प्रदान करने वाली कंपनियों के नियंत्रण और स्व-नियंत्रण के दायरे पर सवाल खड़े करता है। विषय-वस्तु के रचनाकारों की बजाय इनका स्वरूप मध्यस्थ मंचों का होने के कारण, ये व्यवसाय आज तक सामान्य तौर पर केवल मामूली विनियम (कॉपीराइट के क्षेत्र को छोड़कर) के अधीन हैं। उन पर बढ़ते दबावों, तथा साथ ही अत्यधिक नियंत्रण से उत्पन्न मुक्त अभिव्यक्ति के जोखिम को देखते हुए, खुद को नियंत्रित करने के विनियमों में वृद्धि हुई है - हालांकि ये उपाय नियमित नहीं हैं।² 2018 में, अभिव्यक्ति और राय की स्वतंत्रता पर संयुक्त राष्ट्र के विशेष दूत ने इस मुद्दे पर अपनी वार्षिक रिपोर्ट केंद्रित की, और इंटरनेट कंपनियों से समाचार मीडिया में खुद को नियंत्रित करने से सीखने और जानकारी प्रदान करने, तथा सूचना प्रदान करने, मांगने और प्राप्त करने के लिए अधिकार पर संयुक्त राष्ट्र के मानकों के साथ बेहतर तालमेल स्थापित करने का आग्रह किया। राज्यों और कंपनियों दोनों द्वारा किए गए उपायों के तीव्र विकास में पत्रकारों और समाचार मीडिया की बहुत अहम भूमिका है, जहां से यह प्रकाशन निकलता है।³

विचारशील मतभेद

दुष्प्रचार और गलत सूचना दोनों (गुणवत्ता) पत्रकारिता के पेशेवर मानकों और नैतिकता के अनुपालन से भिन्न हैं। इसके साथ ही वे कमज़ोर पत्रकारिता के मामलों से भी अलग हैं जो अपने वादे पर खरा नहीं उतरती। जिस पत्रकारिता में समस्या है, उदाहरण के लिए जो दोषपूर्ण (और गलत) है, वह घटिया शोध या सही से सत्यापन न करने के कारण उत्पन्न होती हैं। इसमें खबर को सनसनीखेज बनाना शामिल है जो प्रभाव को बढ़ा-चढ़ाकर और निष्पक्षता की कीमत पर तथ्यों को बेहद पक्षपातपूर्ण तरीके से पेश करता है।

2 मंजोओ, एफ (2018) फेसबुक पर क्या रहता है और क्या चला जाता है? सोशल नेटवर्क जवाब नहीं दे सकता। न्यूयॉर्क टाइम्स, 19 जुलाई, 2018. <https://www.nytimes.com/2018/07/19/technology/facebook-misinformation.html> [20/07/2018 को देखा गया]; <https://www.rt.com/usa/432604-youtube-invests-reputable-news/> [15/07/2018 को देखा गया]; <https://youtube.googleblog.com/> [15/07/2018 को देखा गया]; <https://sputniknews.com/asia/20180711066253096-whatsapp-seeks-help-fake-news/> [15/07/2018 को देखा गया]।

3 राय और अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता के अधिकार के संवर्धन और संरक्षण पर विशेष दूत की रिपोर्ट। संयुक्त राष्ट्र मानवाधिकार परिषद 6 अप्रैल 2018. A/HRC/38/35। <https://documents-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/G18/096/72/PDF/G1809672.pdf?OpenElement> [20/07/2018 को देखा गया]।

लेकिन इसे पत्रकारिता का आदर्श नहीं माना जाना चाहिए जिसमें सभी अंतर्निहित आख्यान और दृष्टिकोण को बढ़ा-चढ़ाकर बताया जाता है, और घटिया पत्रकारिता को विचारधारा का रंग दिया जाता है। बल्कि यह इस बात का संकेत है कि सभी पत्रकारिता में आख्यान शामिल हैं, और घटिया पत्रकारिता के साथ समस्या आख्यान के अस्तित्व को लेकर नहीं है, बल्कि पेशेवर का घटिया स्तर है। यही कारण है कि कमजोर पत्रकारिता अभी भी दुष्प्रचार या गलत जानकारी के समान नहीं है।

फिर भी, घटिया किस्म की पत्रकारिता कभी-कभी दुष्प्रचार और गलत सूचना को वास्तविक समाचार प्रणाली में मूल स्रोत के रूप में घुसपैठ करने का मौका दे देती है। लेकिन कमजोर पत्रकारिता के कारण और उपचार दुष्प्रचार और गलत सूचना के मामले से अलग हैं। इसके साथ ही, यह स्पष्ट है कि एक विकल्प के रूप में सशक्त नैतिक पत्रकारिता की जरूरत है, जो सूचना के क्षेत्र को दूषित होने से रोकने के लिए एक प्रतिरोधक के रूप में कार्य करे और समाचार को बड़े पैमाने पर तोड़-मरोड़कर पेश न करे।

आज, पत्रकार मात्र दर्शक नहीं हैं जो दुष्प्रचार और गलत सूचना को बाढ़ की तरह आता हुए देखें। वे खुद को भी बीच रास्ते में पाते हैं। इसका मतलब यह है कि:⁴

- पत्रकारिता पर इस कोलाहल में गुम हो जाने का खतरा है;
- पत्रकारों को जोखिम में डालने का जोड़-तोड़ ऐसे लोग करते हैं जो जनसंपर्क की नैतिकता से परे जाकर पत्रकारों को गुमराह करते हैं या दुष्प्रचार फैलाने का प्रयास करते हैं;⁵
- समाचार देने के रूप में पत्रकार जो "असहज सत्य" सहित सच को सामने लाने के लिए काम करते हैं, झूठ, अफवाहों और धोखे का निशाना बन सकते हैं जिसमें उन्हें डराने-धमकाने, उनकी साख पर बट्टा लगाने और उनकी पत्रकारिता को बदनाम करने की कोशिश हो सकती है, खासकर जब उनका काम ऐसे लोगों को बेनकाब करने का खतरा बन सकता है जो दुष्प्रचार करते हैं या उसके प्रति समर्पित रहते हैं।⁶

इसके अलावा, पत्रकारों को यह पहचानने की जरूरत है कि जहां दुष्प्रचार का प्रमुख क्षेत्र सोशल मीडिया है, वहीं आज शक्तिशाली लोग वास्तविक समाचार मीडिया पर शिकंजा कसने के लिए 'फर्जी समाचार' को बढ़ाने में महत्वपूर्ण भूमिका निभा रहे हैं। नए और कड़े कानून समाचार संस्थानों को बलि का बकरा बना रहे हैं जैसे कि वे इसके लेखक थे, या उन पर व्यापक नए कानून लादे जा रहे हैं जो सभी सूचना मंचों और गतिविधियों को अंधाधुंध प्रतिबंधित करते हैं। इस तरह के कानूनों में अक्सर अंतर्राष्ट्रीय सिद्धांतों के साथ कोई तालमेल नहीं होता है जिसमें यह आवश्यक होता है कि अभिव्यक्ति पर लगाए गए प्रतिबंध मुख्य रूप से आवश्यक, आनुपातिक और वैध उद्देश्य के लिए होने चाहिए। उनका प्रभाव वास्तविक समाचार मीडिया बनाना है, भले ही उनका इरादा हमेशा ऐसा न हो, यह "सत्य के पैरोकार मंत्रालय" के अधीन होता है जिसके पास विशुद्ध रूप से राजनीतिक कारणों से जानकारी को दबाने का अधिकार होता है।

⁴ खतरे के बावजूद, एक अध्ययन के अनुसार एक देश में दुष्प्रचार से निपटने के लिए न्यूज़रूम में कोई व्यवस्था, बजट और प्रशिक्षित कर्मचारी नहीं थे। देखें: पेनप्लसबाइट। 2018. घाना में फर्जी खबर पर मीडिया परिवर्त्य <http://penplusbytes.org/publications/4535/> [12/06/2018 को देखा गया]।

⁵ बटलर, पी. 2018. पत्रकार कैसे दुष्प्रचार फैलाने वालों के झांसे में आने से बच सकते हैं। <http://ijnet.org/en/blog/how-journalists-can-avoid-being-manipulated-trolls-seeking-spread-disinformation>. इस पुस्तिका का मॉड्यूल तीन देखें।

⁶ देखें मॉड्यूल सात

दुष्प्रचार और गलत सूचना के आज के संदर्भ में, सबसे बड़ा खतरा यह नहीं है कि पत्रकारिता सही नियमों के अधीन नहीं है, बल्कि यह है कि जनता का – पत्रकारिता सहित सभी सामग्री से विश्वास उठ जाएगा। ऐसी स्थिति में, लोगों को सोशल नेटवर्क पर जो कुछ भी डाला जाता है, जो कुछ उन्हें सही लगेगा या उनका मन जिसे सही मानेगा, वे उसका समर्थन करने लगेंगे, - और अपने दिमाग से सोचना छोड़ देंगे। हम पहले से ही स्वास्थ्य, विज्ञान, आंतरिक सांस्कृतिक समझ और प्रामाणिक विशेषज्ञता की स्थिति के बारे में आम लोगों की आस्था के नकारात्मक प्रभावों से दो-चार हो चुके हैं।

जनता पर यह प्रभाव भी विशेष रूप से चुनाव से संबंधित है, और लोकतंत्र की दृष्टि से यह एक मानवाधिकार है। दुष्प्रचार का विशेषकर चुनाव के दौरान क्या मकसद होता है, जरूरी नहीं कि इसके द्वारा जनता को यह समझाया जाता है कि इसकी विषय-वस्तु सही है, बल्कि यह एजेंडा को निर्धारित करने पर भी प्रभाव डालता है (यानी लोगों को कौन सी चीज अहम लगती है) और लोगों के मतदान विकल्पों में तर्कसंगत तथ्यों को नज़रअंदाज करने के लिए सूचना में हेरफेर किया जाता है।⁷ इसी तरह, पलायन, जलवायु परिवर्तन और अन्य मुद्दों को दुष्प्रचार और गलत सूचना की अनिश्चितता से अत्यधिक प्रभावित किया जा सकता है।

इसीलिए ये खतरे 'फर्जी खबरों' को बड़ा रहे हैं जो पत्रकारिता और पत्रकारिता शिक्षा के लिए अनिवार्य हैं। इसके साथ ही, ये खतरे समाचार मीडिया के महत्व को दोगुना करने का अवसर भी देते हैं। ये पेशेवर तरीके से जांच की जाने वाली सच्ची विविध जानकारी प्रदान करने का मौका भी प्रदान करते हैं और जन हित में सोचने का नज़रिया प्रदान करते हैं।⁸

पत्रकारिता को क्या करने की ज़रूरत है

इस संदर्भ में, अब समय आ गया है कि समाचार मीडिया पेशेवर मानकों और नैतिकता को अधिक सख्ती से अपनाए, बिना सत्यापित जानकारी के प्रकाशन से बचे, और ऐसी जानकारी से दूरी बनाए रखे जिसमें जनता का कुछ हित हो सकता है, लेकिन जो सार्वजनिक हित में नहीं है।

इसलिए यह प्रकाशन इस बात की भी याद दिलाता है कि सभी समाचार संस्थाओं और पत्रकारों को चाहे उनके राजनीतिक रुझान कोई भी क्यों न हों, को गलती से और गैर-जरूरी दुष्प्रचार और गलत सूचना फैलाने से बचना चाहिए। अधिकांश समाचार मीडिया में आज, अंदरूनी तथ्य की जांच प्रदान करने वाले पदों को समाप्त करने का स्थान काफी हद तक "पांचवीं संपदा" अर्थात् ब्लॉगर्स और अन्य बाहरी लोगों ने ले लिया है जो समाचारों के प्रकाशित होने के बाद पत्रकारों की गलतियां बताते हैं।

7 लिपसन, डी (2018) इंडोनेशिया के 'बजर' को चुनाव से पहले राजनीतिक अभिजात वर्ग द्वारा युद्ध स्तर पर प्रचार करने के लिए भुगतान किया गया, एबीसी समाचार: <http://mobile.abc.net.au/news/2018-08-13/indonesian-buzzers-paid-to-spread-propaganda-ahead-of-election/9928870?pfmredir=sm> [17/8/18 को देखा गया]।

8 यह भी देखें: नॉर्डिक मंत्रिपरिषद। 2018. फर्जी खबरों से लड़ना - नॉर्डिक के अंदाज में। कोपेनहेंगन: नॉर्डिक मंत्रिपरिषद। <http://www1.nordicom.gu.se/en/latest/news/fighting-fakes-nordic-way> [12/06/2018 को देखा गया]।

इस अप्रत्याशित घटना का समाचार मीडिया द्वारा सत्यापन की जा सकने वाली सूचना में समाज की आस्था फिर से बढ़ाने के रूप में स्वागत किया जा सकता है। पत्रकारों को वास्तविकता की जांच करने वाले स्वतंत्र समूहों के काम को व्यापक रूप से दर्शकों के सामने लाना चाहिए। लेकिन उन्हें यह पता होना चाहिए कि जहां बाहरी लोक किसी प्रकाशित समाचार में व्यवस्था की विफलता को उजागर करते हैं, तो यह समाचारों के पेशेवर स्रोत के रूप में कम से कम संबंधित संस्था की साख पर प्रश्न चिह्न लगाता है। मीडिया को सावधान रहना चाहिए कि बाहरी के बाद प्रकाशन सुधार गुणवत्ता नियंत्रण की आंतरिक प्रक्रियाओं के लिए एक विकल्प न बन जाए। पत्रकारों को बेहतर करना है और पहली बार में ही “यह सही हो” ध्यान रखना है, या वे मीडिया पर विश्वास करने की समाज की संभावना को समाप्त कर देंगे।

संक्षेप में, बाहरी लोगों द्वारा गलती को पकड़ने का खेल ऐसा नहीं है जिसमें पत्रकारिता विजेता हो जाता है। पत्रकार इसे तथ्य-जांचने वाले संगठनों पर नहीं छोड़ सकते कि वे स्रोत दर्शाते हुए संदिग्ध दावों को सत्यापित करने का पत्रकारिता संबंधी कार्य करें (भले मीडिया में ऐसे दावों की सूचना दी जाए, या क्या वे पत्रकारिता को दरकिनार कर उसे सीधे सोशल मीडिया में दे देते हैं)। समाचार लिखने वालों को “इसने कहा, उसने कहा,” पत्रकारिता की सोच से ऊपर उठना होगा, और उन लोगों द्वारा किए गए दावों की सत्यता की जांच करने के लिए मामले की जांच करनी होगी और उसमें सुधार करना होगा।

पत्रकारिता को भी नए मामलों और दुष्प्रचार के रूपों को उजागर करने का सक्रिय रूप से पता लगाने की ज़रूरत है। यह समाचार मीडिया के लिए महत्वपूर्ण मिशन है, और यह 'फर्जी खबर' को नियंत्रित करने के लिए एक विकल्प पैदा करता है। किसी ज्वलंत और साख बिगड़ने वाले मुद्दे पर तत्काल प्रतिक्रिया देने के लिए, यह पूरक की तरह काम करता है तथा ऐसी मीडिया और सूचना के सभी रूपों और अधिक मध्यम स्तरीय रणनीतियों को सुदृढ़ करता है जो दर्शकों को यह निर्णय लेने में सक्षम बनाता है कि समाचार, दुष्प्रचार और गलत सूचना में क्या अंतर है। दुष्प्रचार एक ज्वलंत मुद्दा है, और इसकी कवरेज जितनी व्यापक होगी समाज के लिए पत्रकारिता का दायित्व उतना ही सुदृढ़ होगा।

यह पुस्तिका इसलिए कार्रवाई करने का आह्वान करती है। यह पत्रकारों के लिए एक प्रोत्साहन भी है कि वे सामाजिक संवाद में शामिल हों कि कैसे बड़े पैमाने पर लोग विश्वसनीयता पर निर्णय लेते हैं और उनमें से कुछ बिना जांची जानकारी को क्यों साझा करते हैं। समाचार मीडिया, पत्रकारिता स्कूलों और उनके छात्रों, मीडिया प्रशिक्षकों और उनके शिक्षार्थियों के लिए, यह एक प्रमुख अवसर है कि वे दर्शकों के साथ मजबूत संबंध बनाएं। उदाहरण के लिए, यदि मीडिया को रडार की पकड़ से नीचे पनपने वाले सामाजिक संदेश या ईमेल पर फैले दुष्प्रचार को उजागर करना है तो 'जन-स्रोत' आवश्यक है।

यूनेस्को की भूमिका

यूनेस्को के अंतर्राष्ट्रीय संचार विकास कार्यक्रम (आईपीडीसी) द्वारा वित्त-पोषित, यह नया संसाधन ज्ञान और समझ के पूरक के रूप में व्यावहारिक कौशल निर्माण के साथ-साथ दुष्प्रचार के विभिन्न उतार-चढ़ाव का एक अनूठा और समग्र दृष्टिकोण प्रदान करता है। यह अभिव्यक्ति के दायरे की स्वतंत्रता में कथित समस्याओं से निपटने के लिए राज्य के हस्तक्षेप के जोखिमों के विकल्प के रूप में पत्रकारों द्वारा बेहतरीन प्रदर्शन करने और खुद को नियंत्रित करने को प्रोत्साहित करने के यूनेस्को के रिकॉर्ड का हिस्सा है।

प्रकाशन यूनेस्को के पहले दो कार्यों "सतत विकास के लिए पत्रकारिता शिक्षण: नया पाठ्यक्रम"⁹ (2015), और "पत्रकारिता शिक्षा के लिए मॉडल पाठ्यक्रम: नया पाठ्यक्रम का एक संग्रह" (2013) की एडी के तत्काल बाद हुआ है। इसके बाद इन प्रकाशनों के आधार पर यूनेस्को के मूल "पत्रकारिता शिक्षा पर मॉडल पाठ्यक्रम"¹⁰ को 2007 में नौ भाषाओं में एक के बाद एक प्रकाशित किया गया।

वर्तमान महत्व के अन्य प्रकाशनों तथा पत्रकारिता शिक्षा एवं प्रशिक्षण पर यूनेस्को के प्रासंगिक प्रकाशनों में निम्नलिखित शामिल हैं:¹¹

- पत्रकारों की सुरक्षा पर मॉडल पाठ्यक्रम (2017)¹²
- आतंकवाद और मीडिया: पत्रकारों के लिए एक पुस्तिका (2017)¹³
- अफ्रीका में जलवायु परिवर्तन: पत्रकारों के लिए एक मार्गदर्शिका (2013)¹⁴
- खोजी पत्रकारिता की वैश्विक केसबुक (2012)¹⁵
- कहानी आधारित जांच: खोजी पत्रकारों के लिए एक नियमावली (2009)¹⁶
- संघर्ष के प्रति संवेदनशील रिपोर्टिंग: अत्याधुनिक; पत्रकारों और पत्रकारिता शिक्षकों के लिए एक पाठ्यक्रम (2009)¹⁷

इन प्रकाशनों में से हरेक प्रकाशन दुनिया भर के अनेक देशों में बहुत उपयोगी साबित हुए हैं, जहां पत्रकारिता शिक्षकों और प्रशिक्षकों, साथ ही छात्रों और काम कर रहे पत्रकारों ने विभिन्न तरीकों से अपने कार्य में सुधार किया है। कुछ स्थानों पर, उन्हें नए ज्ञान और प्रेरणा के अनुरूप पूरे बहु-वर्षीय कार्यक्रमों को अपने अनुसार अपनाने की छूट मिली है; दूसरों ने, अपने मौजूदा पाठ्यक्रमों का यूनेस्को के पाठ्यक्रमों के घटकों से मिलान किया है। इस नए प्रकाशन की गुणवत्ता और सामंजस्य से पाठकों के लिए एक ही तरह का मूल्य सृजन होने की उम्मीद की जा सकती है।

चूंकि यूनेस्को एक अंतर-सरकारी संगठन है, इसलिए यह सूचना की होड़ में भू-राजनीति का पक्ष नहीं लेती है। जैसा कि सभी जानते हैं, दुष्प्रचार के बारे में अलग-अलग दावे और जवाबी दावे होते हैं। यह ज्ञान इस पाठ के पढ़ने के बारे में बताएगा, साथ ही पाठकों को विभिन्न मामलों के बारे में और अधिक सबूत इकट्ठा करने में मदद करने के लिए प्रेरित करेगा।

9 2017 में आईपीडीसी ब्लूरो की 61वीं बैठक में पत्रकारिता के लिए नए प्रमुख विषयों पर नए पाठ्यक्रम विकसित करने के लिए विशेष आवंटन करके पत्रकारिता शिक्षा में उत्कृष्टता के लिए वैश्विक पहल का समर्थन करने का निर्णय लिया गया। 2018 में आईपीडीसी ब्लूरो की 62वीं बैठक में प्रगति सूचित की गई, जिसने इस पाठ्यक्रम का समर्थन करने के लिए अतिरिक्त राशि आवंटित की।

10 <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/teaching-journalism-for-sustainable-development/> [12/06/2018 को देखा गया]।

11 <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/model-curricula-for-journalism-education/> [12/06/2018 को देखा गया]।

12 <https://en.unesco.org/news/unesco-releases-model-course-safety-journalists> [12/06/2018]।

13 <https://en.unesco.org/news/terrorism-and-media-handbook-journalists> [12/06/2018]

14 <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/climate-change-in-africa-a-guidebook-for-journalists/> [12/06/2018]।

15 <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/the-global-investigative-journalism-casebook/> [12/06/2018]।

16 <http://unesdoc.unesco.org/images/0019/001930/193078e.pdf> [12/06/2018]।

17 <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/conflict-sensitive-reporting-state-of-the-art-a-course-for-journalists-and-journalism-educators/> [12/06/2018]।

इस बीच, सही गलत के दृष्टिकोण से बचने के लिए यह पुस्तिका अपने पृष्ठों के भीतर दृढ़ता से मूल्यांकन और कार्रवाई करने के लिए ठोस आधार के रूप में निम्नलिखित दक्षताओं को शामिल किए हुए हैं:

1. पारदर्शी लोगों द्वारा जो जानकारी दी जाती है और जिसका सत्यापन किया जा सकता है – वह लोकतंत्र, विकास, विज्ञान, स्वास्थ्य और मानव प्रगति के लिए आवश्यक है,
2. मान्यता है कि दुष्प्रचार कोई साइड-शो नहीं है, और यह कि इससे निपटना समाचार मीडिया के लिए महत्वपूर्ण मिशन है,
3. जनता को शामिल करने की आवश्यकता के बारे में यह जानना कि पत्रकारिता को दुष्प्रचार से प्रभावित होने या पत्रकारों के खिलाफ दुष्प्रचार अभियानों को निर्देशित करने वाले दुर्भावनापूर्ण लोगों द्वारा निशाना बनाए जाने से पत्रकारिता को संजोना और बचाए रखना क्यों महत्वपूर्ण है।

कुल मिलाकर, इस प्रकाशन से लोगों को सरकारों, अंतरराष्ट्रीय संगठनों, मानवाधिकार रक्षकों, इंटरनेट कंपनियों तथा मीडिया और सूचना साक्षरता के समर्थकों सहित दुष्प्रचार की समस्या से निपटने के लिए सामाजिक प्रतिक्रियाओं की सीमा के बारे में अधिक जानकारी प्राप्त करने में मदद मिलेगी। यह विशेष रूप से इस बात पर प्रकाश डालता है कि पत्रकारों द्वारा स्वयं और उन्हें शिक्षित और प्रशिक्षित करने वाले लोगों द्वारा क्या किया जा सकता है।

हम आशा करते हैं कि, अपने सहज स्वरूप में, यह पुस्तिका उस आवश्यक योगदान को सुट्ट करने में मदद कर सकती है जो पत्रकारिता समाज के लिए – तथा "सूचना और मौलिक स्वतंत्रताओं तक सार्वजनिक पहुंच" की सतत विकास लक्ष्यों को प्राप्त करने के लिए जरूरी हैं। यूनेस्को इस प्रकाशन को वास्तविकता बनाने के लिए संपादकों और योगदानकर्ताओं को धन्यवाद देता है। इसलिए पाठकगण यह आपसे आपके विचार जानना चाहती है, और हम आपकी प्रतिक्रिया का स्वागत करते हैं।

गाए बर्जर

निदेशक, अभिव्यक्ति और मीडिया विकास स्वतंत्रता, आईपीडीसी के यूनेस्को सचिव

परिचय

चेरिलिन इरेटन और जूली पोसेटी¹

एक मॉडल पाठ्यक्रम के रूप में कार्य करते हुए, यह पुस्तिका पत्रकारिता शिक्षकों और प्रशिक्षकों के साथ-साथ, पत्रकारिता के छात्रों को एक ऐसी रूपरेखा और सबक प्रदान करने के उद्देश्य से तैयार की गई है जो 'फर्जी खबर' से जुड़े मुद्दों की खोज करने में मदद करती है। हम उम्मीद करते हैं कि यह पत्रकारिता का अभ्यास करने वाले पत्रकारों के लिए एक उपयोगी मार्गदर्शका साबित होगी।

यह प्रमुख अंतरराष्ट्रीय पत्रकारिता शिक्षकों, शोधकर्ताओं और विचारकों को एक मंच पर लाता है जो पत्रकारिता के तौर-तरीकों को अद्यतन करने तथा गलत सूचना और दुष्प्रचार की चुनौतियों से निपटने की प्रथाओं में सुधार करने में मदद कर रहे हैं। ये सबक प्रासंगिक, सैद्धांतिक और ऑनलाइन सत्यापन करने के मामले में अत्यंत व्यावहारिक हैं। इन्हें एक पाठ्यक्रम के रूप में, या स्वतंत्र रूप से एक साथ इस्तेमाल किया जा सकता है, ये मौजूदा शिक्षण मॉड्यूल को नए सिरे से बनाने या नया विकल्प बनाने में मदद कर सकते हैं। इस परिचय में एक मॉडल पाठ्यक्रम के रूप में इस पुस्तिका का उपयोग कैसे किया जाए, का सुझाव दिया गया है।

शीर्षक और सबक में 'फर्जी खबर' शब्दों के इस्तेमाल को लेकर बहस हुई।

'फर्जी खबर' आज झूठी और भ्रामक जानकारी के लिए एक लेबल से कहीं अधिक महत्वपूर्ण बन गई है, जिसे नकली खबर के रूप में प्रसारित किया जाता है। यह पत्रकारिता को कमज़ोर और बदनाम करने के लिए इस्तेमाल किया जाने वाला एक भावनात्मक, हथियार बन गया है। इस कारण से, वार्डल और डेराखशान² द्वारा सुझाए गए गलत सूचना, दुष्प्रचार और 'सूचना विकार', शब्दों को पसंद किया जाता है, लेकिन निर्धारित नहीं किया जाता है।^{3,4}

अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता और 'फर्जी खबर', दुष्प्रचार और प्रचार पर संयुक्त घोषणा

इस पुस्तिका को 'दुष्प्रचार युद्ध' के बारे में बढ़ती अंतरराष्ट्रीय चिंता के संदर्भ में तैयार किया गया है जिसमें पत्रकारिता और पत्रकार को प्रमुख रूप से लक्षित किया गया है। 2017 की शुरुआत में, जैसा कि इस परियोजना को यूनेस्को द्वारा शुरू किया जा रहा था, राय और अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता के संयुक्त राष्ट्र विशेष दूत, मीडिया की स्वतंत्रता पर ओएससीई के प्रतिनिधि, अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता पर अमेरिकी राज्यों के संगठन के विशेष दूत तथा अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता और सूचना तक पहुंच पर अफ्रिकी मानवाधिकार आयोग द्वारा एक प्रासंगिक संयुक्त वक्तव्य जारी किया गया था। घोषणापत्र में दुष्प्रचार और उसके प्रसार तथा 'फर्जी समाचार' के रूप में समाचार मीडिया पर आक्षेप लगाए जाने पर चिंता व्यक्त की गई थी। रिपोर्टरों और प्रतिनिधियों ने विशेष रूप से इससे पत्रकारों और पत्रकारिता पर पड़ने वाले प्रभावों को स्वीकार किया:

1 एबीसी ऑस्ट्रेलिया के एलिस मैथू और नैतिक पत्रकारिता नेटवर्क के टॉम लॉ ने अनुसंधान, विचारों और संसाधनों का योगदान दिया जो इस परिचय में दर्शाए गए हैं।

2 डेराखशान

3 'फर्जी खबर' शब्द के इस्तेमाल के खिलाफ तर्क खुद कई लेखकों और पत्रकारों ने दिया है, जिनमें बासन, ए. (2016) भी शामिल है। यदि यह नकली है, तो यह खबर नहीं है। <https://www.news24.com/Columnists/AdriaanBasson/lets-stop-talking-about-fake-news-20170706> [12/06/2018 को देखा गया]।

4 वार्डले, और अन्या (2018)। "सूचना विकार: आवश्यक शब्दावली"। शेरैस्टीन सेंटर, हार्वर्ड यूनिवर्सिटी। https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2018/07/_infoDisorder_glossary.pdf?x25702 पर उपलब्ध [21/07/2018 को देखा गया]।

“(हम) उन उदाहरणों पर चिंतित हैं, जिनमें सार्वजनिक प्राधिरियां मीडिया को बदनाम करती हैं, उन्हें डराते हैं और धमकाते हैं, जिसमें यह कहा जाता है कि मीडिया “विपक्ष” है या “झूठ बोल रहा है” और एक छिपा हुआ राजनीतिक एजेंडा है, जो पत्रकारों के खिलाफ खतरों और हिंसा के जोखिम को बढ़ाता है, सार्वजनिक निगरानी के रूप में पत्रकारिता में जनता की आस्था और विश्वास को नजरअंदाज करता है, और स्वतंत्र रूप से स्थापन योग्य तथ्यों वाले दुष्प्रचार और मीडिया उत्पादों के बीच की रेखाओं को धूंधला करके जनता को गुमराह कर सकता है।⁵

दुष्प्रचार एक पुरानी कहानी है, जिसमें नई तकनीक ने आग में धी का काम किया है

जानकारी जुटाने और उसमें हेरफेर करना आधुनिक पत्रकारिता के मानकों की स्थापना से काफी पहले इतिहास की एक विशेषता थी जो अखंडता के विशेष नियमों के आधार पर समाचारों को परिभाषित करती थी। ऐसा ही एक रिकॉर्ड प्राचीन रोम⁶ का है, जब एंटनी क्लियोपेट्रा से मिला और उनके राजनीतिक दुश्मन ऑक्टेवियन ने उनके खिलाफ “प्राचीन ट्रीट्स की शैली में सिक्कों पर लिखे गए छोटे, तीखे नारों”⁷ के माध्यम से बदनाम करने का एक अभियान शुरू किया। अपराधी पहला रोमन सम्राट बन गया और “फर्जी खबरों ने ऑक्टेवियन को रिपब्लिकन सिस्टम को हमेशा के लिए हैक करने की अनुमति दे दी थी”।⁸

लेकिन 21वीं सदी में सूचनाओं का अभूतपूर्व ढंग से एक हथियार के रूप में इस्तेमाल देखने को मिला है। शक्तिशाली नई तकनीक ने सामग्री के हेरफेर और उसे तैयार करने को आसान बना दिया है, और सामाजिक नेटवर्क नाटकीय रूप से राज्यों, लोकलुभावन राजनेताओं और बेर्झमान कॉर्पोरेट संस्थाओं द्वारा झूठ को हवा दी जाती है, और इसे सीधी-साधी जनता के बीच साझा किया जाता है। ये मंच आंकड़ों के जोड़-तोड़ का प्रचार करने⁹ 'ट्रॉलिंग करने'¹⁰ और 'ट्रॉल करने वाली सेनाओं'¹¹; 'ऑनलाइन झूठी पहचान' नेटवर्क¹², और 'स्पूफर्स'¹³ के लिए उपजाऊ जमीन बन गए हैं। इसके बाद चुनाव के आसपास 'ट्रॉल फार्म' यानी उकसाने वाले पोस्ट डालकर जनता के विचार को बदलने वाले मुनाफाखोर सक्रिय हो जाते हैं।¹⁴

5 ग्रौन/ओएससीई/ओएस/एसीएचपीआर (2017)। अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता और “फर्जी समाचार”, दुष्प्रचार, प्रचार पर संयुक्त घोषणा: <https://www.osce.org/fom/302796?download=true> [29/03/2017 को होस्ट किया गया]। यह भी देखें: केय, डी (2017) 24 अक्टूबर, 2017 को संयुक्त राष्ट्र महासभा में वक्तव्य: <https://www.ohchr.org/en/NewsEvents/Pages/DisplayNews.aspx?NewsID=22300&LangID=E> [20/08/18 को होस्ट किया गया]।

6 इंटरनेशनल सेंटर फॉर जर्नलिस्ट्स (आईसीएफजे) पोसेटी, जे एंड पैट्रिक, ए (2018) द्वारा प्रकाशित एक गाइड में - क्लियोपेट्रा के युग से वर्तमान तक ‘सूचना विकार’ की चयनित अभिव्यक्तियों की साजिश रचने वाली एक टाइमलाइन देखें: <https://www.icfj.org/news/short-guide-history-fake-news-and-disinformation-new-icfj-learning-module> [23/07/2018 को होस्ट किया गया]

7 काइनरका, आई. (2017)। प्राचीन रोम के सूचना युद्धों से फर्जी खबर पर एक सबक। फाइनेंशियल टाइम्स। <https://www.ft.com/content/aaf2bb08-dca2-11e6-86ac-f253db7791c6> [28/03/2018 को होस्ट किया गया]।

8 पूर्वोक्त

9 देखें: ऑक्सफोर्ड इंटरनेट संस्थान की कम्प्यूटेशनल प्रचार परियोजना: <http://comprop.ox.ac.uk/> [20/07/2018 को होस्ट किया गया]।

10 इन खतरों को दर्शनी वाली केस स्टडी के लिए इस पुस्तिका का मॉड्यूल सात देखें।

11 Rappler.com (2018) फिलीपीन्स में फर्जी खबर: प्रचार मशीन का विश्लेषण <https://www.rappler.com/newsbreak/rich-media/199895-fake-news-documentary-philippines-propaganda-machine> [20/07/2018 को होस्ट किया गया]।

12 जेट, ई. (2017)। उकसाने वाले होस्ट डालकर जनता के विचार को बदलने वालों जिस तरह से वे लिखते हैं और पोस्ट करते हैं, का पर्दाफाश। <https://www.newsscientist.com/article/2127107-sock-puppet-accounts-unmasked-by-the-way-they-write-and-post/> [19/07/2018 को होस्ट किया गया]।

13 ले रॅक्स, जे. (2017)। सोशल मीडिया को बदनाम करने के लिए पर्दे के पीछे के लोग। <https://mg.co.za/article/2017-01-27-00-hidden-hand-drives-social-media-smears> [19/07/2018 को होस्ट किया गया]।

14 सिल्वरमैन, सी एवं अन्य (2018) अमेरिकी कंजरवेटिव्स ने मकदूनियाई फर्जी खबर फैलाने में भूमिका निभाई 2016 बज़फीड <https://www.buzzfeednews.com/article/craigsilverman/american-conservatives-fake-news-macedonia-paris-wade-libert> [20/07/2018 को होस्ट किया गया]।

हालांकि समय और प्रौद्योगिकियां अलग-अलग रही हैं, इतिहास हमें 'भ्रामक सूचना' की समकालीन घटना के कारणों और परिणामों में झाँकने का एक अवसर दे सकता है जिसे इस पुस्तिका में दिया गया है। इस समस्या की गहन रिपोर्टिंग सुनिश्चित करने के लिए, पत्रकारों, पत्रकारिता प्रशिक्षकों और शिक्षकों (अपने छात्रों के साथ) को सूचना की ऐतिहासिक विशेषताओं के रूप में दुष्प्रचार, प्रचार, धोखा और व्यंग्य का वैज्ञानिक अध्ययन करने के लिए प्रोत्साहित किया जाता है।¹⁵

इसलिए दुष्प्रचार से निपटने के लिए पत्रकारिता रणनीति को इस ज्ञान के साथ बनाया जाना चाहिए कि सूचना में हेरफेर सदियों पुराना है, जबकि पत्रकारिता व्यावसायिकता का विकास तुलनात्मक रूप से हाल ही में हुआ है।¹⁶ समकालीन समाज में प्रामाणिक भूमिका को पूरा करने के लिए पत्रकारिता का विकास हुआ है, समाचार मीडिया छल-कपट और गुप्त हमले की दुनिया से दूर रह कर काम करने में सक्षम है, जिसे पत्रकारिता द्वारा संरक्षण प्राप्त है जो सच को उजागर करने के पेशेवर मानकों, सत्यापन के तरीकों को लागू करने, और जन हित की नैतिकता की आकांक्षा रखती है। पत्रकारिता इससे खुद को अलग करने के कई चरणों और पुनरावृत्तियों से गुजरी है। आज, विभिन्न प्रकार की पत्रकारिता के साथ भी, वास्तविक समाचारों में इसकी विविधता की पहचान करना अभी भी संभव है क्योंकि आम परिवार के लोग विशिष्ट नैतिकता आधारित सूचना चाहते हैं जो राजनीतिक और वाणिज्यिक हितों से स्वतंत्र हो। लेकिन इस तरह के मानकों के बनाए जाने से पहले, बड़े पैमाने पर सूचना का प्रसार करने लिए सूचना की सत्यनिष्ठा के बारे में कुछ नियम थे।

15वीं शताब्दी के मध्य से गुटेनबर्ग के प्रिंटिंग प्रेस का प्रसार पेशेवर पत्रकारिता के विकास के लिए बेहद जरूरी बन गया, लेकिन इस तकनीक ने प्रचार और अफवाहों को बढ़ाने में सक्षम बना दिया, जिसने कभी-कभार मीडिया संस्थानों को मुजरिम करार दे दिया।¹⁷ प्रसारण प्रचार, अफवाह और धोखाधड़ी की संभावनाओं को एक नए स्तर पर ले गया, जिसमें अन्य बातों के साथ-साथ, 1938 में प्रदर्शित कुख्यात दुनिया का युद्ध रेडियो ड्रामा शामिल है।¹⁸ अंतरराष्ट्रीय प्रसारण के उदय ने अक्सर सूचना को पेशेवर और स्वतंत्र समाचारों के मापदंडों से परे एक साधन के रूप में देखा, हालांकि विशुद्ध रूप से 'गढ़ी गई' कहानियां और सरासर झूठ आम तौर पर विभिन्न लोगों के बयानों में नियम से अधिक अपवाद रहा है।

15 पोसेटी, जे एंड मैथ्यू, ए (2018) 'फर्जी खबर' के इतिहास के लिए एक छोटी गाइड: पत्रकारों और पत्रकारिता शिक्षकों आईसीएफजे <https://www.icfj.org/news/short-guide-history-fake-news-and-disinformation-new-icfj-learning-module> के लिए एक सीखने मॉड्यूल [23/07/2018 को होस्ट किया गया]।

16 इस हैंडबुक का मॉड्यूल तीन देखें।

17 उदाहरण के लिए देखें, पहले बड़े पैमाने पर झूठे समाचार के लिए क्या कहा जाता है- 1835 का 'ग्रेट मून होक्स'। यहां विस्तृत: थॉर्नटन, बी. (2000)। मून होक्स: नैतिकता के बारे में बहस 1835 न्यूयॉर्क समाचार-पत्र, जर्नल ऑफ मास मीडिया एथिक्स 15(2), पृष्ठ 89-100 http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1207/S15327728JMME1502_3 [28/03/2018 को होस्ट किया गया]।

18 शार्टज, ए.बी. (2015)। कुख्यात "दुनिया का युद्ध" रेडियो प्रसारण एक शानदार संयोग था, द स्मिथसोनियन। <http://www.smithsonianmag.com/history/infamily-war-worlds-radio-broadcast-was-magnificent-fluke-180955180/#h2FAexeJmuCHIfSt.99> [28/03/2018 को प्राप्त किया गया]।

हम भी, ऐसे दुर्लभ पत्रकारों के साथ - 'अप्रैल फूल' के चुटकुलों में शामिल लोगों के लंबे इतिहास से बहुत कुछ सीख सकते हैं।¹⁹ आज भी, अक्सर ऐसा होता है कि समाचार व्यंग्य - जिसने जवाबदेही पत्रकारिता²⁰ की सेवा में अहम भूमिका निभाई है, को सोशल मीडिया का इस्तेमाल करने वालों द्वारा गलत समझा जाता है जो इसे सीधे समाचार के रूप में प्रसारित करते हैं।²¹²² कुछ मामलों में, ऐतिहासिक अभिव्यक्तियों की गंज परत दर परत होती है, जिसमें कथित व्यंग्य साइटें एक व्यापक नेटवर्क का हिस्सा होती हैं ताकि भोले-भाले उपभोक्ता इस पर क्लिक करके शेयर करें और उन्हें इंटरनेट विज्ञापन से मुनाफा हो सके। यह न केवल 'भ्रामक' सामग्री, बल्कि समाचारों की विश्वसनीयता को भी प्रभावित करती है²³ – यही कारण है कि पत्रकारों को यह सुनिश्चित करने के लिए संगठित प्रयास करने चाहिए कि उनकी रिपोर्टिंग पहली बार में ही सही हो। यह समाज के लिए एक ठोस तर्क भी है कि दर्शकों को मीडिया और सूचना साक्षरता की क्षमता से रुक़रु कराया जाए²⁴ ताकि लोगों को समाचार मीडिया, विज्ञापन, मनोरंजन और सोशल मीडिया में विकसित शैलियों और परिपाटियों की स्पष्ट और आलोचनात्मक जानकारी प्राप्त हो सके।

इतिहास भी हमें सिखाता है कि जरूरी नहीं कि दुष्प्रचार करने वाली ताकतें झूठे दावों की सच्चाई के बारे में पत्रकारों या बड़ी संख्या में दर्शकों को मनाने की उम्मीद करें, यहां तक कि यह पेशेवर समाचार देने वालों की सूचना को ही सच और झूठ के फेर में डाल देती हैं। इस भ्रम का मतलब है कि कई नए समाचार उपभोक्ता तुरंत इसमें से किसी एक को चुन लेंगे या अपना 'मंतब्य' बना लेंगे, कई बार नेता अपना उल्लू सीधा करने के लिए पर्दे के पीछे रहते हुए वैध समालोचना में आग में धी डालने का काम करेंगे।

अब तेजी से 2018 साल पर आते हैं जब शक्तिशाली नए तकनीकी उपकरणों का तेजी से प्रसार हुआ। इसने सोशल मीडिया और मैसेजिंग प्लेटफार्मों के मौजूदा स्वरूप के साथ, जिनके पास यह निर्धारित करने के लिए सीमित गुणवत्ता नियंत्रण मानक हैं कि समाचार क्या है, धोखाधड़ी को वास्तविक चीज की तरह दिखने के लिए नकली और नकल करना आसान बना दिया। अब तकनीक ने ऑडियो और वीडियो से जोड़-तोड़ करना इतना आसान बना दिया है कि किसी अमुक व्यक्ति ने किसी स्थान पर कुछ कहा या किसी जगह पर कुछ किया, से संबंधित असली समाचार का संपादन करके इस तरह से पेश किया जा सकता है कि यह एक प्रामाणिक रिकॉर्ड लगे²⁵, और जिसके प्रसार से यह सोशल मीडिया में वायरल हो सकता है।

19 लासकोवर्स्की, ए. (2009)। हाउ ए बूयू प्रो. अप्रैल-फूल्ड ए कंट्री: वेन द जोक वाज ऑन द एसोसिएटेड प्रेस, बीयू ट्रॉड। <https://www.bu.edu/today/2009/how-a-bu-prof-april-fooled-the-country/> [01/04/2018 को होस्ट किया गया]।

20 बायम, जी (2006)। द डेली शो: डिसकर्सिव इंटीग्रेशन एंड द रिड्नवेशन ऑफ पॉलिटिकल जर्नेलिस्म टेलर एंड फ्रांसिस खंड 22, 2005 में - अंक 3 पृष्ठ 259-276 <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10584600591006492> [20/07/2018 को होस्ट किया गया]

21 वूल्फ, एन. (2016)। एक फेक न्यूज टेक्स ओवर फेसबुक फीड्स, मेनी आर टेकिंग सैटायर एस फैक्ट, द गार्जियन। <https://www.theguardian.com/media/2016/nov/17/facebook-fake-news-satire> [01/04/2018 को होस्ट किया गया]

22 अबाद-सैन्तोस, ए. (2012)। द ऑनियन कन्विसेस एक्टुअल कायूनिटीज दैट किम जोग-उन इज एक्टुअली द सैविसएस्ट मैन एलाइव, द अटलांटिक। <https://www.theatlantic.com/entertainment/archive/2012/11/onion-convincing-actual-chinese-communists-kim-jong-un-actually-sexiest-man-alive/321126/> [28/03/2018 को होस्ट किया गया]।

23 इस विषय को विस्तार से जानने के लिए इस पुस्तिका का मॉड्यूल तीन देखें।

24 देखें मॉड्यूल चार

25 सोलोन, (2017)। नकली समाचार का भविष्य: आप जो कुछ भी देखते हैं, सुनते हैं या पढ़ते हैं, सब पर विश्वास न करें। द गार्जियन: <https://www.theguardian.com/technology/2017/jul/26/fake-news-obama-video-trump-face2face-doctored-content> [20/07/2018 को होस्ट किया गया]

आज सोशल मीडिया व्यक्तिगत से लेकर राजनीतिक तक कई तरह की विषय-वस्तु से प्रभावित होता है। ऐसे कई उदाहरण हैं जब सरकारों, और/या राजनीतिक या वाणिज्यिक कंपनियों ने एक अनुबंध के तहत जनसंपर्क कंपनी उद्योग द्वारा कई घटनाओं का खुलकर या गुप्त रूप से समर्थन किया है। परिणामस्वरूप, अनगिनत ब्लॉगर्स, इंस्टाग्राम 'इनफ्लुएंसर' और यूट्यूब स्टार्स उत्पादों का प्रसार करते हैं और राजनेता यह खुलासा नहीं करते कि उन्हें ऐसा करने के लिए भुगतान किया गया है। टिप्पणी करने वालों को (अक्सर झूठी पहचान के साथ) गुप्त भुगतान भी किया जाता है जो ऑनलाइन मंच से पुष्टि करते हैं, बदनाम करते हैं या डराते हैं। इन सबके बीच, पत्रकारिता अपना वजूद खो देती है, और खुद न केवल निष्पक्ष आलोचना का निशाना बन जाती है, बल्कि यह उसके अस्तित्व पर भी हमला होता है।

अब, खतरा पक्षपातपूर्ण समाचार संगठनों और सोशल मीडिया चैनलों के माध्यम से फैले राष्ट्रीय और अंतरराष्ट्रीय दुष्प्रचार में 'हथियारों की दौड़' के बढ़ने का है, जो हर तरफ से पक्षों के लिए सूचना के माहौल को इस तरह से दृष्टिकोण रखा है जो अंततः इसके बनाने वालों को ही परेशान कर सकता है।²⁶ जहां दुष्प्रचार अभियानों को उजागर किया गया है, वहां इसके परिणाम इसमें शामिल लोगों – अर्थात् लागू करने वाली एजेंसियों और उनके राजनीतिक ग्राहकों दोनों को व्यापक हानि पहुंचा सकते हैं (हाल के बेल-पोटिंगर^{27 28 29 30} और कैम्ब्रिज एनालिटिका मामलों को देखें^{31 32})।

इस सब का परिणाम यह रहा कि ध्रुवीकरण करने के लिए डिजिटल रूप से किए गए दुष्प्रचार ने पत्रकारिता की भूमिका को ग्रसने का जोखिम पैदा कर दिया। इससे भी अधिक महत्वपूर्ण बात यह है कि जन हित में साझा की गई सत्यापन की जाने वाली जानकारी – जिसे हाल की एक ऐतिहासिक उपलब्धि माना जाता है और जिसकी कोई गारंटी नहीं है - के आधार पर पत्रकारिता खुद बदनाम हो सकती है यदि इसका गलत इस्तेमाल होने से बचने के लिए सावधानी नहीं बरती जाती है।

जब पत्रकारिता दुष्प्रचार का जरिया बन जाती है, तो यह जनता के विश्वास को कम कर देती है और एक तरफ पत्रकारिता के भीतर विभिन्न रूपों और दूसरी और दुष्प्रचार के रूप के बीच कोई अंतर नहीं रह जाता है। यही कारण है कि सामग्री के विवादित उपयोग के आसपास का इतिहास, और इसके विभिन्न रूप जानकारी देने वाले हाते हैं। 21वीं सदी के बहुआयामी विकास की सराहना करते हुए 'प्रामक सूचना' को अभूतपूर्व वैश्विक खतरे के कारणों और परिणामों की बेहतर समझ में सहायता करनी चाहिए - एक ऐसा खतरा जो राज्य द्वारा समर्थित 'ट्रोल सेनाओं' द्वारा पत्रकारों के उत्तीर्ण से लेकर चुनावों में हेरफेर करने, सार्वजनिक स्वास्थ्य को नुकसान पहुंचाने और जलवायु परिवर्तन के जोखिमों को पहचानने में विफल रहता है।

26 विंसेक, डी (2008)। सूचना संचालन 'ब्लॉबैक': आतंकवाद के खिलाफ वैश्विक युद्ध में संचार, प्रचार और निगरानी। अंतर्राष्ट्रीय संचार राजपत्र 70(6), 419-441

27 द अफ्रिकन नेटवर्क ऑफ सेटर्स फॉर इन्वेसिगेटिव जर्नलिज्म, (2017)। गुप्ता, बेल पोटिंगर और नकली समाचार प्रचार मशीन, टाइमलाइव। [\[29/03/2018 को होस्ट किया गया\]](https://www.timeslive.co.za/news/south-africa/2017-09-04-the-guptas-bell-pottinger-and-the-fake-news-propaganda-machine/)।

28 कैमरून, जे. (2017)। डमी गाड़: बेल पोटिंगर - गुप्ता लंदन एजेंसी, डब्ल्यूएमसी के निर्माता, बिज़नेज़ [\[29/03/2018 को होस्ट किया गया\]](https://www.biznews.com/global-citizen/2017/08/07/dummys-guide-bell-pottinger-gupta-wmc)। सेगल, डी. (2018)। हाउ बेल पोटिंगर, पीआर फर्म फॉर डेस्पॉट्स एंड रोग्स, मेट इट्स एंड इन साउथ अफ्रिका, न्यूयॉर्क टाइम्स, 4 फरवरी 2018।

29 हफ़ज़ी, एफ. (2017)। फेरियल हफ़ज़ी: द गुप्ता फेक न्यूज़ फैक्ट्री एंड मी। हफ़पोस्ट दक्षिण अफ्रीका। [ऑनलाइन] [\[06/04/2018 को होस्ट किया गया\]](https://www.huffingtonpost.co.za/2017/06/05/ferial-haffajee-the-gupta-fake-news-factory-and-me_a_22126282/) पर उपलब्ध।

30 मॉड्यूल सात देखें।

31 ली, जी. (2018)। कैम्ब्रिज एनालिटिका प्रश्नोत्तर: अब तक के आरोप, खुलासा, फैक्टचेक, चैनल 4 न्यूज़। [\[29/03/2018 को होस्ट किया गया\]](https://www.channel4.com/news/factcheck/cambridge-analytica-the-allegations-so-far)।

32 कैसिडी, जे. (2018)। कैम्ब्रिज एनालिटिका हिसलब्लॉअर का दावा है कि धोखाधड़ी ने ब्रेक्सिट वोट को प्रभावित किया, द न्यू यॉर्कर। [\[29/03/18 को होस्ट किया गया\]](https://www.newyorker.com/news/our-columnists/a-cambridge-analytica-whistleblower-claims-that-cheating-swung-the-brexit-vote)।

दुष्प्रचार की समस्या से निपटने में मदद करने के लिए एक पुस्तिका

एक पाठ्यक्रम के रूप में, यह पुस्तिका के दो अलग-अलग भाग हैं: पहले तीन मॉड्यूल समस्या को बताते हैं और इसे संदर्भ देते हैं; अगले चार मॉड्यूल 'भ्रामक सूचना' और इसके परिणामों की प्रतिक्रियाओं पर ध्यान केंद्रित करते हैं।

मॉड्यूल एक, यह क्यों मायने रखता है: सत्य, विश्वास और पत्रकारिता³³ दुष्प्रचार और गलत सूचना के व्यापक महत्व और परिणामों के बारे में सोचने को प्रोत्साहित करेगा, और वे पत्रकारिता में विश्वास के संकट को कैसे निपटते हैं।

दूसरा मॉड्यूल, सूचना विकार के बारे में सोचना: गलत सूचना और दुष्प्रचार के प्रारूप समस्या का समाधान करते हैं और समस्या के आयामों को समझने के लिए एक ढांचा प्रदान करते हैं³⁴।

21वीं सदी में, दुनिया के अधिकांश भागों में, सोशल मीडिया प्लेटफार्मों के समाचार जगत में प्रवेश करने से पहले मीडिया में आस्था कम हो रही थी, मीडिया प्लेटफार्मों ने किसी के भी द्वारा जानकारी साझा करने के लिए स्पेस और टूल प्रदान किए।³⁵ इसके कारण विविध और जटिल हैं। 24/7 ऑनलाइन दुनिया ने न्यूजरूम कटबैक के युग में समाचार सामग्री हासिल करने की अपनी चाह ने पत्रकारिता के स्वरूप को बदल दिया है, जैसा कि मॉड्यूल तीन, समाचार उद्योग परिवर्तन: डिजिटल प्रौद्योगिकी, सामाजिक प्लेटफार्म तथा गलत सूचना और दुष्प्रचार का प्रसार में उल्लेख किया गया है।³⁶ अब, यह पूरी तरह पैमाना, व्यवसाय और धोखाधड़ी खबर बन गया है जिसे साझा किया जा रहा है। इसने पत्रकारिता के लिए एक नया संकट पैदा कर दिया है, जिसका असर पत्रकारों, मीडिया और समाज पर पड़ रहा है।³⁷

तो, शिक्षकों, चिकित्सकों और मीडिया नीति निर्माताओं सहित पत्रकारिता को बढ़ावा देने वालों को इससे कैसे निपटना चाहिए? मीडिया और सूचना साक्षरता के माध्यम से गलत सूचनाओं से निपटना³⁸ मॉड्यूल चार का विषय है।

अंत में, यह सत्यापन ही है जो पेशेवर पत्रकारिता को बाकी हिस्सों³⁹ से अलग करता है और मॉड्यूल पांच में इसी पर ध्यान केंद्रित किया गया है, सत्यापन: तथ्य-जांच⁴⁰ 101 ; मॉड्यूल छह, सोशल मीडिया सत्यापन: स्रोतों और वृश्य सामग्री का आकलन⁴¹ करना बहुत व्यावहारिक है, जो सत्यापन और साक्ष्य आधारित पत्रकारिता की चुनौतियों के बारे में बताता है जो डिजिटल प्रौद्योगिकी और सोशल मीडिया के द्वारा उत्पन्न हुई हैं।

33 मॉड्यूल एक देखें।

34 मॉड्यूल दो देखें।

35 एडेलमैन। (2017)। 2017 एडेलमैन ट्रस्ट बैरोमीटर- ग्लोबल रिजस्ट। <https://www.edelman.com/global-results/> [03/04/2018 को होस्ट किया गया] पर उपलब्ध।

36 मॉड्यूल तीन देखें।

37 वाइन, के। (2017)। संकट के समय में पत्रकारिता के लिए एक मिशन। [ऑनलाइन] द गार्डियन। <https://www.theguardian.com/news/2017/nov/16/a-mission-for-journalism-in-a-time-of-crisis> [03/04/2018 को होस्ट किया गया] पर उपलब्ध।

38 मॉड्यूल चार देखें।

39 कोवाच, बी. एंड रोसेनस्टिल, टी. (2014)। पत्रकारिता के तत्व: क्या समाचार देने वालों को क्या जानना चाहिए और जनता को क्या उमीद करनी चाहिए। न्यूयॉर्क: क्राउन पब्लिशर्स।

40 मॉड्यूल पांच देखें।

41 मॉड्यूल छह देखें।

सभी को समाचार प्रक्रिया का हिस्सा बनने में सक्षम बनाने के प्रयास में, सामाजिक वेब के कारण सूचना को नियंत्रित करने वाले लोग हट गए हैं।⁴² पत्रकारिता इसका खामियाजा भुगत रही है, लेकिन जैसा कि किसी भी तकनीक से जो समस्याएं उत्पन्न होती हैं, उसका आकलन, उपाय और प्रतिक्रिया देने में समय लगता है। खोजबीन और व्यवस्थित उत्कृष्ट प्रक्रिया के बनने से पहले निश्चित रूप से इससे निपटने के लिए कोई औपचारिक हल निकलेगा।

दुष्प्रचार वास्तव में एक वैश्विक समस्या है, जो राजनीतिक क्षेत्र से परे जलवायु परिवर्तन, मनोरंजन आदि सहित सूचना के सभी पहलुओं को प्रभावित करती है। हालांकि, आज तक, दस्तावेजी मामले के अध्ययन, प्रारंभिक प्रतिक्रियाओं तथा अनुसंधान और साधनों की शुरुआती फंडिंग अमेरिका से हुई है, जहां वैश्विक तकनीकी बड़ी कंपनियों का मुख्यालय हैं, और अमेरिकी राष्ट्रपति डोनाल्ड ट्रम्प का आरोप है कि मीडिया संस्थान और पत्रकार 'फर्जी खबर' के समर्थक हैं जो कार्रवाई और फंडिंग को प्रेरित किया है।

वैश्विक तस्वीर, विशेष रूप से व्यक्तिगत राज्यों से प्रतिक्रियाओं के साथ रोजाना बदल रही है जिनमें से कई समस्या से निपटने के लिए विनियम और कानून बनाने पर विचार कर रहे हैं।

तकनीकी बड़ी कंपनियों ने भी अपने मंचों से दुष्प्रचार और गलत सूचना से निपटने के प्रयास तेज कर दिए हैं।

हालांकि इस प्रकाशन का विकास किया जा रहा था, यूरोपीय आयोग ने इस बात को देखते हुए कि दुष्प्रचार और गलत सूचना पूरे समाज के लिए हानिकारक हैं, जांच⁴³ के आधार पर एक रिपोर्ट⁴⁴ पेश की⁴⁵। ऑस्ट्रेलिया से फिलीपींस, कनाडा, फ्रांस, ब्रिटेन, ब्राजील, भारत और इंडोनेशिया के लिए अलग-अलग देशों में राजनेता और सार्वजनिक नीति निकाय इस बात पर विचार कर रहे थे कि इससे निपटने के लिए क्या करें।⁴⁶ कानून के बारे में जर्मनी ने पहले डिजिटल प्लेटफार्मों पर यदि वे रिपोर्ट किए जाने के 24 घंटे के भीतर 'फर्जी खबर' और घृणा फैलाने वाले भाषण सहित 'अवैध सामग्री' को नहीं हटाते हैं, तो उन पर भारी जुर्माना लगाने के लिए एक नया कानून बनाया।⁴⁷ मलेशिया की संसद ने भी अप्रैल 2018 में एक फर्जी खबर विरोधी विधेयक पारित किया, लेकिन अगस्त में इसे निरस्त कर दिया गया।⁴⁸ पोयंटर द्वारा राज्य प्रतिक्रियाओं की एक अद्यतन सूची संकलित की गई है।⁴⁹

42 कोलन, ए (2017)। आप खबर के नए द्वारपाल हैं। [ऑनलाइन] द कनवर्सेशन। <https://theconversation.com/you-are-the-new-gatekeeper-of-the-news-71862> [03/04/2018 को होस्ट किया गया] पर उपलब्ध।

43 यूरोपीय आयोग (2017)। फर्जी खबरों के खिलाफ अगला कदम: आयोग ने उच्च स्तरीय विशेषज्ञ समूह का गठन किया और सार्वजनिक परामर्श शुरू किया [ऑनलाइन]। http://ec.europa.eu/rapid/press-release_IP-17-4481_en.htm [03/04/2018 को होस्ट किया गया] पर उपलब्ध।

44 यूरोपीय आयोग (2018)। फर्जी समाचार और ऑनलाइन दुष्प्रचार पर उच्च स्तरीय विशेषज्ञ समूह की अंतिम रिपोर्ट। http://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc_id=50271 [03/04/2018 को होस्ट किया गया]।

45 अंसिप, ए. (2017)। नफरत फैलाने वाला भाषण, लोकलुभावनवाद और सोशल मीडिया पर फर्जी खबरें - यूरोपीय संघ की प्रतिक्रिया के लिए। https://ec.europa.eu/commission/commissioners/2014-2019/ansip/announcements/statement-vice-president-ansip-european-parliament-strasbourg-plenary-debate-hate-speech-populism_en [03/04/2018 को होस्ट किया गया]

46 मैलॉय, डी. (2017)। दुनिया की सरकारें फर्जी खबरों से किस तरह लड़ रही हैं। [ऑनलाइन] ozy.com। <http://www.ozy.com/politics-and-power/how-the-worlds-governments-are-fighting-fake-news/> 80671 [03/04/2018 को होस्ट किया गया]।

47 संघीय न्याय और उपमोक्ता संरक्षण मंत्रालय। (2017)। सामाजिक नेटवर्क में कानून के प्रवर्तन में सुधार करने के लिए अधिनियम (नेटवर्क प्रवर्तन अधिनियम, netzdg)। [ऑनलाइन]। http://www.bmjv.de/DE/Themen/fokusthemen/netzdg/_documents/netzdg_englisch.html [03/04/2018 को होस्ट किया गया] पर उपलब्ध।

48 मलेशिया ने बोलने की स्वतंत्रता को दबाने के लिए 'फर्जी खबर' कानून को समाप्त कर दिया। द गार्जियन। <https://www.theguardian.com/world/2018/aug/17/malaysia-scaps-fake-news-law-used-to-stifle-free-speech> [18/08/2018 को होस्ट किया गया]।

49 फंक, डी. (2018)। दुनिया भर में गलत सूचना विरोधी कार्यों के लिए एक गाइड (पोयंटर)। <https://www.poynter.org/news/guide-anti-misinformation-actions-around-world> [13/07/2018 को होस्ट किया गया] पर उपलब्ध।

अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता के अधिकारियों को डर है कि इस कानून से सूचना और राय का लोकतंत्रिकरण प्रभावित होगा। कुछ देशों में, कानून का इस्तेमाल महत्वपूर्ण मीडिया को चुप करने के लिए किया जा सकता है।⁵⁰

कई पत्रकारों के लिए, जो अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता में दृढ़ता से विश्वास करते हैं और लंबे समय से खुद को लोकतांत्रिक समाज में एक अहम समर्थक के रूप में मानते हैं, 'भ्रामक सूचना' से कैसे निपटा जाए, यह एक जटिल मुद्दा है।⁵¹ यह भी व्यक्तिगत है: पत्रकारों, विशेष रूप से महिलाओं पर ऑनलाइन सभी आम बात है और कई मामलों में वे शारीरिक और मनोवैज्ञानिक खतरा पैदा करते हुए पत्रकारिता को भयावाह बताते हैं, जैसा कि मॉड्यूल सात "ऑनलाइन दुरुपयोग से निपटना: जब पत्रकारों और उनके स्रोतों को लक्षित किया जाता है", में दर्शाया गया है।⁵²

दुष्प्रचार और गलत सूचना पत्रकारों की प्रतिष्ठा और सुरक्षा को चुनौती देने से से भी कहीं अधिक प्रभाव डालती है। वे उनके उद्देश्य और प्रभावकारिता पर सवाल उठाते हैं, और वे जन बहस में पत्रकारिता के स्तर के गिरने को हानिकारक बताते हैं। मानकों और सामाजिक प्रासंगिकता में सुधार सभी भावी पत्रकारों और पूरे समाज के हित में है। इस पुस्तिका से शोधकर्ताओं, छात्रों और पेशेवरों को समान रूप से यह पता चलेगा कि कैसे पत्रकारिता बेहतर नए संदर्भ में खुले समाजों और लोकतांत्रिक देशों की सेवा कर सकती है क्योंकि:

“एक सक्रिय प्रेस और लोकतंत्र के लिए आलोचना, पारदर्शिता, और पत्रकारिता की गलतियों के परिणामों को जानना आवश्यक होता है। उनके लिए यह जानना भी आवश्यक होता है कि हम सामूहिक रूप से उन्हें झूठ और धोखे से अलग कर रहे हैं। अन्यथा...वास्तविक सूचना को नकली का रंग दे दिया जाएगा, और मनगढ़ंत (बातें) वास्तविकता के रूप में पेश कर दी जाएगी।” - क्रेग सिल्वरमैन⁵³

नैतिकता और स्व-नियंत्रण पर एक टिप्पणी

नैतिक और जवाबदेह पत्रकारिता के लिए पेशेवर मानक दुष्प्रचार और गलत सूचना से निपटने के लिए सबसे कारगर बचाव हैं। पत्रकारिता करने वाले लोगों को मार्गदर्शन प्रदान करने वाले मानदंड और मूल्य पत्रकारिता को उसका विशिष्ट मिशन और कार्यप्रणाली प्रदान करने के लिए वर्षों से विकसित हुए हैं। बदले में, ये जनहित में साझा की गई सत्यापन की जाने वाली जानकारी और सूचित टिप्पणी की सत्यता को बनाए रखते हैं। यह वे कारक हैं जो पत्रकारिता की विश्वसनीयता पर जोर देते हैं। इसलिए इन्हें इस पुस्तिका के ताने-बाने में बुना गया है।

इस संदर्भ में, लंदन स्कूल ऑफ इकोनोमिक्स के प्रोफेसर चार्ली बेकेट ने पत्रकारिता के लिए 'फर्जी खबर' समस्या का संभावित मूल्यांकन इन शब्दों में किया है:

50 नोसेल, एस. (2017)। फर्जी समाचार: धोखाधड़ी समाचार और सच्चाई के लिए लड़ाई। [ईबुक] पेन अमेरिका https://pen.org/wp-content/uploads/2017/10/PEN-America_Faking-News-Report_10-17.pdf [03/04/2018 को होस्ट किया गया] पर उपलब्ध।

51 एमसी नायर, बी. (2009)। पत्रकारिता और लोकतंत्र। के. वाहल-जोर्जेनसेन और टी हैनिजशच, संपादन., पत्रकारिता अध्ययन की पुस्तिका, छठा संस्करण [ऑनलाइन] न्यूयॉर्क: रूटलेज

52 सिल्वरमैन, सी. (2018)। मैंने "फर्जी खबर" शब्द को लोकप्रिय बनाने में मदद की और अब मैं हर बार जब इसे सुनती हूँ तो यह चापलूसी लगती है। बजफिड। <https://www.buzzfeed.com/craigsilverman/i-helped-popularize-the-term-fake-news-and-now-i-cringe> [03/04/2018 को होस्ट किया गया] पर उपलब्ध।

53 सिल्वरमैन, सी. (2018)। मैंने "फर्जी खबर" शब्द को लोकप्रिय बनाने में मदद की और अब मैं हर बार जब इसे सुनती हूँ तो यह चापलूसी लगती है। बजफिड। <https://www.buzzfeed.com/craigsilverman/i-helped-popularize-the-term-fake-news-and-now-i-cringe> [03/04/2018 को होस्ट किया गया] पर उपलब्ध।

“...फर्जी खबर की सबसे अच्छी बात यह है कि यह दशकों से होती रही है। यह स्थापित उच्च स्तरीय पत्रकारिता को मूल रूप से यह दर्शने का अवसर देती है कि इसमें विशेषज्ञता, नैतिकता, बचनबद्धता और मूल्य आधारित अनुभव है। यह अधिक पारदर्शी, प्रासंगिक होने और लोगों के जीवन में मूल्य जोड़ने के लिए एक चेतावनी है। यह तथ्य की जांच करने, मिथक को खत्म करने और आम तौर पर फर्जी खबर के बेहतर विकल्प के रूप में मिलकर कार्य करते हुए एक नया व्यापार मॉडल विकसित कर सकती है”⁵⁴

'सत्य-बताने वाला' बनने के लिए पत्रकार हमेशा 'सत्य' की गारंटी नहीं दे सकते। फिर भी, तथ्यों को सही हासिल करने का प्रयास करना, और ऐसी सामग्री जुटाना जो सही तथ्यों को दर्शाती है, पत्रकारिता के प्रमुख सिद्धांत हैं। लेकिन डिजिटल युग में नैतिक पत्रकारिता कैसी दिखती है?

नैतिक पत्रकारिता जो पारदर्शी प्रथाओं और जवाबदेही को महत्व देती है 'भ्रामक सूचना' के युग में तथ्यों और सच्चाई की रक्षा करने के लिए युद्ध में शस्त्रागार का एक अहम हिस्सा है। समाचार पत्रकारों की आवाज स्वतंत्र होनी चाहिए। इसका मतलब किन्हीं विशेष हितों को साधने के लिए औपचारिक या अनौपचारिक रूप से कार्य नहीं करना है। इसका अर्थ यह भी है कि सार्वजनिक रूप से ऐसा कुछ भी स्वीकार किया जाए या घोषणा की जाए, जिससे पारदर्शिता के हित में हितों का टकराव उत्पन्न हो सकता है। कोलंबिया विश्वविद्यालय में डिजिटल पत्रकारिता के लिए टो सेंटर के प्रोफेसर एमिली बेल ने प्रमुख पेशेवर पत्रकारिता मूल्यों के बारे में स्पष्ट किया है:

“यह सुनिश्चित करना कि खबर सही है, इसके लिए जवाबदेह रहना, यदि यह सही नहीं है, तो कहानियों और सूचना के स्रोत के बारे में पारदर्शी रहना, सरकारों, दबाव समूहों, वाणिज्यिक हितों, पुलिस का सामना करना, यदि वे आपको डराएं, धमकाएं या आपको सेंसर कर दें। गिरफ्तारी और खुलासे के खिलाफ अपने स्रोतों की रक्षा करना। यह जानते हुए कि आप के पास कानून तोड़ने के लिए एक ठोस पर्याप्त जनहित सुरक्षा है और अपनी कहानी और स्रोतों की रक्षा के लिए जेल जाने के लिए तैयार रहना। यह जानना कि कब किसी वस्तु को प्रकाशित करना अनैतिक है। जनहित के व्यापक अधिकार के साथ निजता के व्यक्तिगत अधिकारों में संतुलन बनाना।”⁵⁵

बेर्झमान राजनीति, 'भ्रामक सूचना' की समस्या, ऑनलाइन घृणा फैलाने, 'बाजार आकर्षित करने के लिए सामग्री' का प्रसार, विज्ञापन, और जनसंपर्क से अपना हित साधने को देखते हुए समाचार संगठनों और पत्रकारों को अभी भी नैतिक पत्रकारिता को एक स्थायी मॉडल के मूल स्तंभ के रूप में महत्व देना चाहिए – भले ही वे वित्तीय और विश्वास की समस्या से क्यों न जूझ रहे हों। लोकतंत्रों को भी पत्रकारिता की रक्षा करने तथा उनकी और उनके स्रोतों की रक्षा करने में भूमिका निभानी चाहिए जहां जनहित के औचित्य लागू होते हैं।⁵⁶

जनहित में जानकारी जुटाने और सत्यापन का समर्थन करने के लिए बनाए गए नैतिक कोड ही पत्रकारिता, और विशेष रूप से समाचार की रिपोर्टिंग करने को अन्य संचार से अलग करते हैं। डिजिटल युग में इसका महत्व बढ़ गया है, जहां केवल सूचना को ही सार्वजनिक नहीं किया जाता है, बल्कि दुष्प्रचार, गलत सूचना, झूठ और दुर्व्यवहार का निरंतर प्रवाह भी रहता है। इस संदर्भ में, पत्रकारिता के मॉडल स्थापित करने के लिए एक ढांचे के रूप में नैतिक पत्रकारिता और भी महत्वपूर्ण है जो दर्शकों के साथ सार्थक संबंध बनाते हुए विश्वास और जवाबदेही का समर्थन करती है।

54 बेकेट, सी. (2017) 'फर्जी खबर': पोलिस में पत्रकारिता के लिए सबसे अच्छी बात हुई। <http://blogs.lse.ac.uk/polis/2017/03/11/fake-news-the-best-thing-thats-happened-to-journalism/> [04/03/2018 को होस्ट किया गया]।

55 बेल, ई. (2015)। हूग कुडलिप व्याख्यान (पूर्ण पाठ), गार्जियन <https://www.theguardian.com/media/2015/jan/28/emily-bells-2015-hugh-cudlipp-lecture-full-text> [01/04/2018 को होस्ट किया गया]।

56 उदाहरण के लिए, ऑस्ट्रेलियाई मीडिया, मनोरंजन और कला गठबंधन के 'जर्नलिस्ट कोड ऑफ एथिक्स' देखें। <https://www.meaa.org/meaa-media/code-of-ethics/> [04/03/2018 को होस्ट किया गया] पर उपलब्ध।

दर्शकों का विश्वास जीतने के लिए यह आवश्यक है कि रिपोर्टिंग स्टीक, जवाबदेह और स्वतंत्र हो, और इससे एक सामान्य सार्वजनिक क्षेत्र बनना चाहिए जिसमें साझा तथ्यों के आधार पर बहस हो सकती हो। जानकार दर्शक जो इस बहस में भाग लेते हैं, विश्वसनीय सामग्री साझा करते हैं, वे दुष्प्रचार और गलत सूचना के प्रसार पर लगाम लगा सकते हैं।

बदलते मीडिया परिवेश में इन मूल मूल्यों को शामिल और लागू करने के लिए, न्यूजरूम और मीडिया संगठन आचार संहिता को अपनाते हैं और उसके अनुसार कार्य करते हैं तथा जनता के लिए उन्हें जिम्मेदार ठहराने के लिए ढांचा बनाते हैं - प्रेस परिषदें, पाठकों के संपादक, संपादकीय नीतियां, और आंतरिक लोकपाल इन स्व-नियंत्रण ढांचों की विशेषताएं हैं।

ये ढांचे पेशेवर सहकर्मी-समीक्षा के संदर्भ में गलतियों की पहचान करने में मदद करते हैं, वे गलतियों को सार्वजनिक रूप से स्वीकार करने और उनमें सुधार करने की सुविधा प्रदान कर सकते हैं, और वे सार्वजनिक हित में प्रकाशन के मानक से संबंधित पेशेवर मानदंडों को लागू करने में मदद करते हैं। हालांकि अक्सर समाचार मीडिया के बाहरी नियम का पक्ष लेने वाले आलोचकों द्वारा इसका 'दंतहीन बाधों' के रूप में उपहास किया जाता है, ये ढांचे दुष्प्रचार समस्या के संदर्भ में एक महत्वपूर्ण उद्देश्य पूरा करते हैं: वे पेशेवर जवाबदेही और पारदर्शिता को मजबूत करने में मदद करते हैं और इस तरह पत्रकारिता में सामुदायिक विश्वास को सुट्ट कर सकते हैं। वे पत्रकारिता की विशिष्ट विशेषताओं का पता लगाने में भी मदद करते हैं जो सटीकता और विश्वसनीयता प्राप्त करने के लिए सत्यापन का सहारा लेती हैं, जो इसे दुष्प्रचार, प्रचार, विज्ञापन और जनसंपर्क से अलग करती हैं।⁵⁷

'पत्रकार' से पत्रकारिता तक

वे दिन जब पत्रकारिता नैतिकता किसी कैरियर या व्यवसाय/पेशे तक ही सीमित थी (यदि हमेशा पूरी तरह से सम्मानित नहीं होती है) अब इतिहास बन चुके हैं। इसे व्यापक रूप से संयुक्त राष्ट्र सहित मान्यता दी गई है, जैसे पत्रकारों की सुरक्षा पर महासचिव की 2017 रिपोर्ट का पैरा ए/72/290, जिसमें लिखा गया है कि:

'पत्रकार' शब्द में पत्रकार और अन्य मीडिया कर्मी शामिल हैं। पत्रकारिता को दस्तावेज सीसीपीआर/सी/जीसी/34, पैरा.44 में 'एक पेशेवर पूर्णकालिक रिपोर्टर और विशेषकों सहित कार्यकर्ताओं की एक विस्तृत श्रृंखला द्वारा किए गए साझा कार्य, तथा साथ ही ब्लॉगर्स और अन्य जो इंटरनेट पर या कहीं और खुद के प्रकाशनों को प्रिंट करते हैं, के रूप में परिभाषित किया गया है।"⁵⁸

इसी भावना के साथ, यूनेस्को का महासम्मेलन "पत्रकारों, मीडिया कार्यकर्ताओं और सोशल मीडिया निर्माताओं के संदर्भ में है जो बड़ी मात्रा में ऑनलाइन और ऑफलाइन पत्रकारिता करते हैं" (संकल्प 39, नवंबर 2017)⁵⁹। पत्रकारों की सुरक्षा पर संयुक्त राष्ट्र की कार्य-योजना और 2012 में संयुक्त राष्ट्र के मुख्य कार्यकारी बोर्ड द्वारा समर्थित दण्ड माफि के मुद्दे पर, यह नोट किया गया है: "पत्रकारों की सुरक्षा औपचारिक रूप से पत्रकारों के रूप में मान्यता-प्राप्त लोगों तक सीमित नहीं होनी चाहिए, बल्कि इसमें सामुदायिक मीडिया कार्यकर्ताओं सहित अन्य लोग भी शामिल होने चाहिए।"⁶⁰

57 पर उपलब्ध <https://digilibRARY.un.org/record/1304392?ln=en> [एक 16/06/2018 को सीसीएसएस किया गया]।

58 संयुक्त राष्ट्र दस्तावेज का ए/एचआरसी/20/17, पैरा. 3-5 भी देखें, ए/एचआरसी/20/22 और कोर 1, पैरा.26, ए/एचआरसी/24/23, पैरा 9, ए/एचआरसी/27/35, पैरा 9, ए/69/268, पैरा 4, और ए/एचआरसी/16/44 और कोर 1, पैरा 47

59 महासम्मेलन के रिकॉर्ड 39वां सत्र। पेरिस, 30 अक्टूबर- 14 नवंबर 2017. <http://unesdoc.unesco.org/images/0026/002608/260889e.pdf> [02/07/2018 को होस्ट किया गया]।

60 पत्रकारों की सुरक्षा और दण्ड माफि के मुद्दे पर संयुक्त राष्ट्र की कार्य-योजना। [ICI-12/CONF.202/6 https://en.unesco.org/sites/default/files/un-plan-on-safety-journalists_en.pdf](http://en.unesco.org/sites/default/files/un-plan-on-safety-journalists_en.pdf) [03/11/2017 को होस्ट किया गया]।

सटीक, निष्पक्ष, पेशेवर और स्वतंत्र पत्रकारिता के रूप में गिना जाता है। क्या मायने रखती है औपचारिक या दावा की स्थिति के रूप में सामग्री के चरित्र के रूप में ज्यादा नहीं है का उत्पादन किया जा रहा है।

इस संदर्भ में पत्रकारिता को जनहित में साझा की गई सत्यापन योग्य जानकारी के नैतिक मानकों द्वारा निर्देशित गतिविधि के रूप में देखा जा सकता है। जो लोग पत्रकारिता करने का दावा करते हैं, वे उन लोगों की तुलना में इसका व्यापक प्रयोग कर सकते हैं जो व्यावसायिक अर्थों में पत्रकार हैं, जबकि जो लोग नौकरी पेशा हैं, या जो पत्रकारों के रूप में पहचानते जाते हैं, वे कभी-कभार या व्यवस्थित रूप से ऐसी सामग्री का सृजन करने से पिछड़ सकते हैं जिसे जनहित में सटीक, निष्पक्ष, पेशेवर और स्वतंत्र पत्रकारिता के रूप में माना जाता है। जो मायने रखता है वह औपचारिक या दावा की गई स्थिति नहीं है बल्कि लिखी जा रही विषय-वस्तु का स्वरूप है।

जबकि पत्रकारिता अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता पर आधारित है, जो हर व्यक्ति का अधिकार है, यह एक विशेष प्रक्रिया है जो विशिष्ट मानकों का पालन करने के रूप में खुद को निर्धारित करता है जो इसे अभिव्यक्ति के अन्य रूपों (जैसे कविता, जनसंपर्क, विज्ञापन, दुष्प्रचार आदि) से चिह्नित करता है। ये मानक पेशेवर पत्रकारिता करने की नैतिकता के साथ गहराई से जुड़े हैं।

क्या पारदर्शिता नई वस्तुनिष्ठता है?

वस्तुनिष्ठता के कई अर्थ हो सकते हैं। व्यक्तिप्रकृता से दूरी के अर्थ में, यह पेशेवर पत्रकारिता में एक विवादास्पद विषय है। इसके लिए प्रयास किया जा सकता है, लेकिन यह शायद ही कभी संभव हो, और क्रूरता या अमानवता को देखते हुए इसे हमेशा प्राप्त नहीं किया जा सकता (उदाहरण के लिए, निष्पक्ष और स्वतंत्र रिपोर्टिंग उन लोगों को वह नैतिक महत्व नहीं देगी जिन्हें युद्ध अपराध करने का दोषी ठहराया गया है और जो इससे बच गए हैं - हालांकि बचने वालों की सत्यता की भी जांच होनी चाहिए)। लेकिन निष्पक्षता, स्वतंत्रता, सटीकता, प्रासंगिकता, पारदर्शिता, गोपनीय स्रोतों की सुरक्षा और रिपोर्टिंग में **सूक्ष्मदर्शिता**⁶¹ विश्वास, विश्वसनीयता और विश्वास का निर्माण करती है।

2009 में, हार्वर्ड विश्वविद्यालय के शोधकर्ता डॉ. डेविड वेनबर्जर ने घोषणा की कि, "पारदर्शिता नई वस्तुनिष्ठता है"।⁶² उसी साल बीबीसी के ग्लोबल न्यूज डिवीजन के पूर्व निदेशक रिचर्ड सैम्ब्रुक ने स्पष्ट किया कि पारदर्शिता, वस्तुनिष्ठता नहीं है, बल्कि यह 'नए मीडिया युग' में विश्वास पैदा कर रही थी:

“... समाचार आज भी सटीक और निष्पक्ष होना चाहिए, लेकिन पाठकों, श्रोताओं और दर्शकों के लिए यह देखना उतना ही महत्वपूर्ण है कि समाचार कैसे तैयार किया जाता है, जानकारी कहां से आती है, और यह कैसे काम करती है। समाचारों का उद्धव उतना ही महत्वपूर्ण है, जितना कि समाचारों का वितरण।”⁶³

मतभेद के बिंदु

ऊपर पेशेवर पत्रकारिता के मुख्य घटकों का मतलब यह नहीं है कि पत्रकारिता का सिर्फ एक ही रूप है। इन उद्देश्यों को पत्रकारिता शैलियों और कहानियों की एक श्रृंखला में पूरा किया जा सकता है, प्रत्येक के बयान करने का तरीका अलग-अलग हो सकता है जो विभिन्न मूल्यों तथा निष्पक्षता, प्रासंगिकता, संगत तथ्यों आदि के विविध नजरिए पर आधारित हो सकते हैं। उदाहरण के लिए, मीडिया किसी एक समाचार कहानी को 'सूचना के संकलन' के दायरे से

61 अगले अध्याय में 'मूल सिद्धांत' देखें

62 वेनबर्जर, डॉ. (2009)। पारदर्शिता नई वस्तुनिष्ठता है। <http://www.hyperorg.com/blogger/2009/07/19/transparency-is-the-new-objectivity/> [28/03/2018 को होस्ट किया गया]

63 बंज, एम. (2009)। सोशल नेटवर्किंग पत्रकारिता को कैसे बदल रही है। <https://www.theguardian.com/media/pda/2009/sep/18/oxford-social-media-convention-2009-journalism-blogs> [28/03/2018 को होस्ट किया गया]

बाहर जाए बिना, जिसमें दुष्प्रचार और गलत सूचना भी शामिल है, अलग-अलग तरीके से लेता है (कुछ इसकी परवाह नहीं करते), (अगले अध्याय को इस पुस्तिका का उपयोग एक मॉडल पाठ्यक्रम और मॉड्यूल 1, 2 और 3 के रूप में करते हुए देखें)। हालांकि, जब सामग्री वास्तव में पत्रकारिता सिद्धांत को अनदेखा कर देती है, और जब यह अभी भी समाचार के रूप में सामने आती है कि हम पत्रकारिता पर नहीं बल्कि एक विशेष प्रकार के दुष्प्रचार पर काम कर रहे हैं।

इस परिचय अध्याय ने 'फर्जी खबर' बहस से उत्पन्न कई मुद्दों को उजागर किया है, जो व्याख्या, विश्लेषण और सीखने के तरीके के लिए संदर्भ प्रदान करता है।

इस पुस्तिका का उपयोग एक मॉडल पाठ्यक्रम के रूप में करना

जूली पोसेट्टी

इस पाठ्यक्रम में खोज करने में सहायक एक शैक्षणिक मॉडल¹ को अपनाया गया है, जिसका अर्थ है कि इसका उपयोग करने वालों को इस प्रक्रिया में अपने अनुभवों को शामिल करने के लिए प्रोत्साहित किया जाता है। इन सबक का इरादा आदेश देना नहीं है; बल्कि इन्हें विशेष रूप से राष्ट्रीय, सांस्कृतिक, संस्थागत, और शिक्षण और सीखने के उद्देश्य से अपनाया जाना चाहिए। हालांकि यह सुनिश्चित करने के प्रयास किए गए हैं कि उनका दृष्टिकोण वैश्विक है, लेकिन सीमाएं अभी भी बनी हुई हैं। लेखक दृढ़ता से शिक्षकों, प्रशिक्षकों और प्रतिभागियों को मामले का अध्ययन करने के लिए प्रोत्साहित करते हैं, इसके लिए उनके क्षेत्रों में, उनकी अपनी भाषा में उदाहरण और स्रोत सहित अनुभव प्रस्तुत किए गए हैं।

इस बात को ध्यान में रखते हुए, पुस्तिका का उपयोग निम्नलिखित प्रकार से किया जा सकता है:

- ▷ पत्रकारिता, संचार, डिजिटल मीडिया या मीडिया अध्ययन में मौजूदा उच्च शिक्षा डिग्री/प्रमुख के लिए शुरू किए गए एक व्यापक पाठ्यक्रम/विषय के रूप में। इसकी मीडिया और संचार के विषयों को शामिल करते हुए राजनीति और समाजशास्त्र के पाठ्यक्रमों में एक वैकल्पिक विषय के रूप में पेशकश की जा सकती है।
- ▷ एक संसाधन के रूप में किसी मौजूदा पाठ्यक्रम के पूरक/विषय के रूप में (जैसे मीडिया इतिहास; मीडिया नैतिकता; स्रोत और सत्यापित समाचार; मीडिया आलोचना; डिजिटल मीडिया अभ्यास; सामाजिक पत्रकारिता)। मामला अध्ययन, व्याख्यान सामग्री और सुझाई गई अनेक पाठ्य सामग्री को तेजी से उभरती दुष्प्रचार समस्या से निपटने के लिए सामग्री को अद्यतन करने के एक साधन के रूप में मौजूदा पाठ्यक्रमों/विषयों में शामिल किया जा सकता है। समाचार संगठनों, उद्योग निकायों, या मीडिया विकास एजेंसियों द्वारा पत्रकारों, मानव अधिकारों के रक्षकों और अन्य पत्रकारिता पेशेवरों के लिए पृथक विषयों पर या एक समेकित पाठ्यक्रम का प्रस्ताव।
- ▷ एक प्रशिक्षण नियमावली के रूप में: पत्रकारों के लक्षित समूहों को संसाधनों में बेहतर ढंग से शामिल करने के लिए सिफारिश किए गए पाठ्यक्रम और केस स्टडी की सूची को ध्यान में रखते हुए पत्रकारिता प्रशिक्षक अपने खुद के इस्तेमाल के लिए इन मॉड्यूलों को अपना सकते हैं।
- ▷ ज्ञान साझा करने के प्रयास के भाग के रूप में उद्योग संगठनों, मीडिया आउटलेट, या मीडिया विकास एजेंसियों द्वारा डाले गए ब्लॉग पोस्ट श्रृंखला से प्रेरणा लेने के लिए।

1 बांदा, एफ (एड) 2015 सतत विकास के लिए शिक्षण पत्रकारिता: नया पाठ्यक्रम (यूनेस्को, पेरिस <http://unesdoc.unesco.org/images/0023/002338/233878e.pdf>) [28/03/2018 को होस्ट किया गया]

- ▷ पेशेवर पत्रकारों के बौद्धिक और व्यावसायिक विकास के लिए पढ़ने की सामग्री के रूप में। उदाहरण के लिए, जांची गई कई तकनीकों को 'खुद से सीखकर' रिपोर्टिंग करते समय इस्तेमाल किया जा सकता है। कुछ केस स्टडी को अधिक बेहतर ढंग से रिपोर्टिंग करने के लिए प्रेरणा के रूप में लिया जा सकता है, मामले से संबंधित अधिक जटिल पहलुओं को समझने के लिए स्थानीय कहानी के विचारों का पता लगाया जा सकता है (उदाहरण के लिए स्थानीय पत्रकारों को बेवकूफ बनाने वाली अफवाह से संबंधित एक कहानी को अंतरराष्ट्रीय स्तर की पिछली अफवाहों का संदर्भ देते हुए रिपोर्ट किया जा सकता है, तथा सोशल मीडिया के माध्यम से दुष्प्रचार और गलत सूचना के वायरल होने की हाल की घटनाओं का उल्लेख किया जा सकता है)।
- ▷ इस उभरते क्षेत्र में विस्तार को देखते हुए पठन सामग्री के संग्रह, संसाधनों और अनुसंधान के आधार पर विकसित उपकरणों के रूप में।

मूल सिद्धांत

प्रोसेस करने की पारदर्शिता और स्पष्ट नैतिक मानकों के इस्तेमाल से, आज पत्रकारिता की विशिष्ट भूमिका स्पष्टता के साथ अभिव्यक्त करने और सत्यापित सामग्री पर विश्वास बनाने की क्षमता पर निर्भर करती है। निम्नलिखित सात सिद्धांत, जो नैतिकता के बारे में अलग-अलग विचार प्रस्तुत करते हैं, को इस पाठ्यक्रम में बताया जाना चाहिए, और अभ्यास, चर्चा और मूल्यांकन का मार्गदर्शन करना चाहिए:²

- ▷ **सटीकता:** पत्रकार हमेशा 'सत्य' की गरंटी नहीं दे सकते, लेकिन सही रहना और सही तथ्य जुटाना पत्रकारिता का एक प्रमुख सिद्धांत बना हुआ है।
- ▷ **स्वतंत्रता:** पत्रकारों की आवाज स्वतंत्र होनी चाहिए। इसका अर्थ है कि किन्हीं विशेष हितों की ओर से औपचारिक या अनौपचारिक रूप से कार्य न करना और पारदर्शिता के हित में ऐसी कोई घोषणा न करना जिससे हितों के टकराव हो।
- ▷ **निष्पक्षता:** सूचना, घटनाओं, स्रोतों और उनकी कहानियों की निष्पक्ष रिपोर्टिंग में खुले दिमाग से और स्पष्ट रूप से जानकारी का उपयोग और मूल्यांकन करना शामिल है। मामले का संदर्भ प्रदान करने और प्रतिस्पर्धी वृष्टिकोणों की एक शृंखला पेश करने से रिपोर्टिंग में विश्वास और आस्था कायम होती है।
- ▷ **गोपनीयता:** खोजी पत्रकारिता के मूलभूत सिद्धांतों में से एक गोपनीय स्रोतों का संरक्षण है (जिसमें अपवादों की कम से कम गुंजाइश हो)। यह सूचना स्रोतों (क्षिसल ब्लॉअर्स सहित) के विश्वास को बनाए रखने और कुछ मामलों में उन स्रोतों की सुरक्षा सुनिश्चित करने के लिए आवश्यक है।³

2 टिप्पण: इन सात सिद्धांतों में से पांच सिद्धांत, नैतिक पत्रकारिता नेटवर्क के 'पत्रकारिता के पांच मूल सिद्धांतों' पर आधारित हैं। <http://ethicaljournalismnetwork.org/who-we-are/5-principles-of-journalism> [22/4/2018 को देखा गया]। हालांकि, 'निष्पक्षता की गुणवत्ता' की तुलना में 'निष्पक्षता के स्वभाव' को अधिक महत्व दिया जाता है, क्योंकि निष्पक्षता की गुणवत्ता अक्सर वस्तुनिष्ठता के साथ जुड़ी होती है, और इसे प्रायः सभी स्रोतों और तथ्यों को समान रूप से देखने की आवश्यकता के रूप में गलत समझा जाता है। इसी कारण से यह एक समस्याग्रस्त अवधारणा है कि 'वस्तुनिष्ठता' अब पत्रकारिता में एक विवादास्पद विचार है।

3 पोसेटी, जे (2017)। डिजिटल युग में पत्रकारिता के स्रोतों की रक्षा (यूनेस्को) <http://unesdoc.unesco.org/images/0024/002480/248054E.pdf> [28/03/2018 को देखा गया]।

- ▷ **मानवता:** पत्रकार जो भी प्रकाशित या प्रसारण करते हैं वह किसी के लिए निश्चित तौर पर नुकसानदायक हो सकता है (जैसे किसी भ्रष्ट राजनेता को अच्छी खोजी पत्रकारिता द्वारा उजागर करने से उसके द्वारा अपमान महसूस करना), फिर भी दूसरों के जीवन पर पत्रकारिता से पड़ने वाले प्रभाव पर विचार किया जाना चाहिए। यहां जनहित मार्गदर्शक सिद्धांत है।⁴ मानवता का अर्थ वंचित समूहों के सामने आने वाली समस्याओं पर भी विचार करना है, भले ही यह जरूरी न हो, उदाहरण के लिए, पत्रकारिता की लगातार सामाजिक-न्याय करने वाली शैली अपनाने के रूप में।
- ▷ **जवाबदेही** व्यावसायिकता और नैतिक पत्रकारिता का एक निश्चित संकेत है⁵; गलतियों को तुरंत, प्रमुखता से और ईमानदारी से ठीक करना; दर्शकों की समस्याओं को सुनना⁶ और उनका जवाब देना। इस तरह की प्रथाएं समाचार संगठनों की मार्गदर्शी टिप्पणियों और स्व विनियामक निकायों में शामिल की जा सकती हैं जो स्वैच्छिक पेशेवर आचार संहिता के आधार पर पत्रकारिता को जवाबदेह बनाएंगी।
- ▷ **व्यवहार में पारदर्शिता** जवाबदेही का समर्थन करती है और पत्रकारिता में विश्वास बनाने और रखरखाव में सहायता करती है।⁷

इस संदर्भ में, और पत्रकारिता की स्वतंत्रता के साथ-साथ मीडिया की स्वतंत्रता और बहुलवाद के मुद्दे भी महत्वपूर्ण हैं। यदि लोकतंत्र और खुले समाजों को बनाए रखने के लिए पत्रकारिता द्वारा समग्र रूप से योगदान दिया जाना है तो संस्थाओं के बहुलवाद के साथ-साथ कर्मचारियों, स्रोतों और अनुसंधान सामग्रियों में विविधता होना आवश्यक है। सामुदायिक रेडियो और सोशल मीडिया जैसे भागीदारी मीडिया भी यह सुनिश्चित करने के लिए महत्वपूर्ण हैं कि उपेक्षित या वंचित समूहों की आवाज समाचार बनाते समय हाशिए पर न हों। बहुलवाद का अर्थ दुष्प्रचार, प्रचार और अन्य प्रकार की सामग्री, जो पेशेवर मानकों से बाहर से आती है, की पहचान करते हुए नैतिक पत्रकारिता के तहत सूचना के अनेक पहलुओं को स्वीकार करना है। (मॉड्यूल 1, 2 और 3 देखें)।

विचार के लिए प्रश्न

एक ऐसी दुनिया में नैतिक पत्रकारिता करने के बारे में कोई चर्चा, जहां दुष्प्रचार, गलत सूचना और प्रचार वायरल हो जाते हैं, के तहत निम्नलिखित सवालों पर विचार करने से मदद मिल सकती है:

- ▷ जिटल युग में पत्रकारिता वास्तव में क्या है? (यह ऐसा प्रश्न है जो 'पत्रकार कौन है?' से लेकर समकालीन पत्रकारिता की और अधिक गहरी समझ के बारे में बहस छेड़ देता है)
- ▷ सामग्री (विज्ञापन, विपणन, जनसंपर्क, दुष्प्रचार और गलत सूचना सहित) के ऑनलाइन और ऑफलाइन व्यापक सृजन और प्रकाशन से पत्रकारिता किस तरह से भिन्न है?
- ▷ पत्रकार को किसके हित में सेवा करनी चाहिए?
- ▷ क्या पत्रकार को उसके द्वारा प्रस्तुत/ प्रकाशित सामग्री के लिए जवाबदेह ठहराया जाना चाहिए? यदि हां, तो क्यों, और किसके द्वारा? यदि नहीं, तो क्यों नहीं?

⁴ डिजिटल युग में सामंजस्य लागू करने वाले एक नए नैतिक मॉडल के लिए देखें: शेल्टन, ए.जी., पियर्सन, एम. एंड सुगथ, एस. (2017) डिजिटल युग में जागरूक पत्रकारिता और समाचार नैतिकता: एक बौद्ध दृष्टिकोण। रूटलेज, लंदन। <https://www.crcpress.com/Mindful-Journalism-and-News-Ethics-in-the-Digital-Era-A-Buddhist-Approach/Gunaratne-Pearson-Senarath/p/book/9781138306066> [01/04/2018 को देखा गया]।

⁵ देखें: <http://ethicaljournalismnetwork.org/what-we-do/accountable-journalism> [22/4/2018 को देखा गया]।

⁶ लॉकर, के. एंड कंग, ए. (2018)। ध्यानपूर्वक सुनने से पत्रकारिता के विश्वास की समस्या का समाधान करने में मदद मिल सकती है, अमेरिकी प्रेस संस्थान में। <https://www.americanpressinstitute.org/publications/focused-listening-trust/> [28/03/2018 को देखा गया]।

⁷ अरोनसन-रथ, आर. (2017)। पारदर्शिता फर्जी खबर से निपटने का उपाय है: नीमनलैब, दिसंबर 2017 <http://www.niemanlab.org/2017/12/transparency-is-the-antidote-to-fake-news/> [15/06/2018 को देखा गया]।

- ▷ पत्रकार को अपने स्रोतों, विषयों और दर्शकों के प्रति किन नैतिक दायित्वों का पालन करना चाहिए?
- ▷ आज 'भ्रामक सूचना' के संदर्भ में पत्रकारों द्वारा किन नई नैतिक दुविधाओं पर विचार करने की जरूरत है?

मूल्यांकन मानदंड

इस प्रकाशन का सबसे महत्वपूर्ण पहलू अहम विचारधारा पर गहराई से विचार करना है और छात्र पत्रकारों, पेशेवर पत्रकारों और अन्य लोगों को सुरक्षा प्रदान करना है जो 'पत्रकारिता के पेशे' से जुड़े हैं। सटीकता और सत्यापन मानकों के साथ-साथ मूल नैतिक मूल्यों का पालन, अनुसंधान द्वारा गहन और महत्वपूर्ण विश्लेषण प्रमुख मूल्यांकन मानदंड के रूप से प्रदर्शित होना चाहिए:

सैद्धांतिक कार्यों के लिए सुझाए गए मूल्यांकन मानदंड:

- ▷ सटीकता और सत्यापन (उदाहरण के लिए, क्या उद्घृत स्रोतों को सही रूप से उद्घृत किया गया है; क्या उचित सत्यापन तरीके अपनाए गए हैं?)
- ▷ अनुसंधान की ताकत (उदाहरण के लिए, प्रतिभागी ने अपने तर्कों/ निष्कर्षों के समर्थन में किस हद तक ठोस, प्रासंगिक डेटा/ स्रोत का पता लगाने का प्रयास किया है?)
- ▷ अनुसंधान की ताकत (उदाहरण के लिए, प्रतिभागी ने अपने तर्कों/ निष्कर्षों के समर्थन में किस हद तक ठोस, प्रासंगिक डेटा/ स्रोत का पता लगाने का प्रयास किया है?)
- ▷ लिखित अभिव्यक्ति (वर्तनी, व्याकरण, विराम चिह्न, संरचना)
- ▷ निबंध/ रिपोर्ट कितने प्रभावी ढंग से मॉड्यूल सीखने के परिणाम का प्रदर्शन करती है?

व्यावहारिक/ पत्रकारिता संबंधी कार्यों के लिए सुझाए गए मूल्यांकन मानदंड:

- ▷ सटीकता और सत्यापन (उदाहरण के लिए, क्या दिए गए स्रोतों को सटीक रूप से उद्घृत किया गया है; क्या उचित सत्यापन तरीके अपनाए गए हैं?)
- ▷ अनुसंधान की ताकत (उदाहरण के लिए, प्रतिभागी ने अपने तर्कों/ निष्कर्षों के समर्थन में किस हद तक ठोस, प्रासंगिक डेटा/ स्रोत का पता लगाने का प्रयास किया है?)
- ▷ आलोचनात्मक विश्लेषण (उदाहरण के लिए, प्रतिभागी ने दर्शकों के लिए महत्वपूर्ण मुद्दों पर कितनी सोच-समझकर पूछताछ की है?)
- ▷ मौलिकता
- ▷ वर्णन करने की क्षमता (जैसे पाठकों/ दर्शकों/ श्रोताओं पर कहानी/ प्रस्तुति का कितना प्रभाव पड़ा है?)
- ▷ प्रस्तुति का महत्व (उदाहरण के लिए, ऑडियो/वीडियो संपादन और मल्टीमीडिया घटकों का प्रभाव)
- ▷ लिखित अभिव्यक्ति (वर्तनी, व्याकरण, विराम चिह्न, संरचना)
- ▷ पेशेवर संहिता में व्यक्त मूल नैतिक मूल्यों का पालन।

डिलीवरी मोड

इन मॉड्यूल को या तो आमने-सामने या ऑनलाइन सिखाने की विष्टि से तैयार किया गया है। कई पाठों को पढ़ाते समय, प्रतिभागियों को ऑनलाइन (मूडल जैसे सीखने के प्लेटफार्म द्वारा, या उदाहरण के लिए फेसबुक समूहों के उपयोग द्वारा) या आमने-सामने किसी सहयोगी से सीखने के माहौल का लाभ मिलेगा।

अधिकांश पाठ किसी मॉडल को दो भागों में पढ़ाते हैं, सैद्धांतिक शिक्षा (उदाहरण के लिए, सेमिनार, पढ़ने या व्याख्यान-आधारित प्रस्तुतियों का उपयोग करके), व्यावहारिक अभ्यास द्वारा (उदाहरण के लिए, कार्य समूहों को सौंपा गया सत्यापन अभ्यास)। आम तौर पर, इसमें 60-90 मिनट सैद्धांतिक घटक, और 90 मिनट-दो घंटे की कार्यशाला या ट्यूटोरियल शामिल होता है। इन सत्रों को संबंधित संस्था के शिक्षण/सीखने के ढांचे के आधार पर कई दिनों में विस्तार किया जा सकता है, अनुबंधित या बांटा जा सकता है। प्रत्येक मॉड्यूल के लिए एक कार्य करने का सुझाव दिया जाता है।

जहां भी संभव हो, व्याख्याताओं और प्रशिक्षकों को उद्योग पेशेवरों और विशेषज्ञों को परस्पर चर्चा और मंचों में शामिल होने के लिए प्रोत्साहित किया जाता है, और यह सुनिश्चित किया जाता है कि पाठ्यक्रम में वर्तमान केस स्टडी, मुद्रों और बहस को शामिल किया जाए।

इसके अतिरिक्त, पाठ्यक्रम डिजाइनर व्याख्याताओं/ प्रशिक्षकों को स्थानीय/ क्षेत्रीय, भाषाई और सांस्कृतिक रूप से प्रासंगिक सामग्रियों और उदाहरणों को सबक में शामिल करने के लिए प्रोत्साहित करते हैं।

सामग्री और संसाधन

प्रशिक्षकों और प्रतिभागियों के पास इंटरनेट कनेक्टिविटी होनी चाहिए जिससे उसे शैक्षिक डेटाबेस और/या गूगल स्कॉलर तक पहुंच बनाने में मदद मिलेगी।

सीखने के समग्र परिणामों के व्यावहारिक पक्ष से जुड़े सीखने के अतिरिक्त संसाधनों के लिए प्राथमिक साइट पहला ड्राफ्ट समाचार होता है।⁸

कृपया नोट करें: इस पुस्तिका में प्रदान की गई सामग्री और संसाधनों का श्रेय उचित रूप से पाठ्यक्रम के संपादकों और योगदान देने वाले लेखकों को दिया जाना चाहिए।

शैक्षणिक विष्टि

यह विशेष मॉडल पाठ्यक्रम यूनेस्को द्वारा पत्रकारिता शिक्षा के लिए कई मॉडल पाठ्यक्रम⁹ के प्रकाशन के बाद, 2007 में शुरू हुआ। शैक्षणिक विष्टि शिक्षकों के लिए यूनेस्को के मीडिया और सूचना साक्षरता पाठ्यक्रम¹⁰ और पत्रकार की सुरक्षा पर मॉडल पाठ्यक्रम¹¹ पर भी प्रकाश डालती है जिसके माध्यम से प्रशिक्षक निम्नलिखित को प्रोत्साहित और लागू करते हैं:

8 <https://firstdraftnews.com/> [28/03/2018 को देखा गया]।

9 पत्रकारिता शिक्षा के लिए यूनेस्को का मॉडल पाठ्यक्रम (2007)। <http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001512/151209E.pdf> [28/03/2018 को देखा गया]। पत्रकारिता शिक्षा के लिए यूनेस्को का मॉडल पाठ्यक्रम भी देखें: नए पाठ्यक्रम का एक संग्रह (2013)। [28/03/2018 को देखा गया: <http://unesdoc.unesco.org/images/0022/002211/221199E.pdf>; सतत विकास के लिए पत्रकारिता शिक्षण: नया पाठ्यक्रम (2015)। <http://unesdoc.unesco.org/images/0023/002338/233878e.pdf> [28/03/2018 को देखा गया]]।

10 विल्सन, सी., ग्रिजल, ए., तुमज़ॉन, आर., अकीम्पोंग, के. और चेंग, सी. (2011)। शिक्षकों के लिए मीडिया और सूचना साक्षरता पाठ्यक्रम। [ईबुक] पेरिस: यूनेस्को। <http://unesdoc.unesco.org/images/0019/001929/192971e.pdf> [28/03/2018 को देखा गया]।

11 यूनेस्को (2017) पत्रकारों की सुरक्षा पर मॉडल पाठ्यक्रम: अरब राज्यों में पत्रकारिता शिक्षकों के लिए एक गाइड़। <http://unesdoc.unesco.org/images/0024/002482/248297e.pdf> [28/03/2018 को देखा गया]।

- ▷ मुद्दा-जांच वृष्टिकोण
- ▷ समस्या के आधार पर सीखना (पीबीएल)
- ▷ वैज्ञानिक जांच
- ▷ केस स्टडी
- ▷ सहयोग से सीखना
- ▷ पाठ का विश्लेषण
- ▷ संदर्भ का विश्लेषण
- ▷ अनुवाद
- ▷ अनुकरण
- ▷ उत्पादन

इसके अतिरिक्त, इस पाठ्यक्रम को सीखाने वाले प्रशिक्षकों को पत्रकारिता 'परियोजना के आधार पर सीखने' की अवधारणा का पता लगाने के लिए प्रोत्साहित किया जाता है¹² - एक ऐसा वृष्टिकोण जो पत्रकारिता सामग्री तैयार करने के दौरान कौशल के प्रयोग और परीक्षण द्वारा सीखने के तरीकों का विकास करता है। शिक्षार्थियों को भी दुष्क्राचार करने के त्वरित, तेज़ और वायरल काउंटरों के तैयार किए जाने की क्षमता के बारे में पता होना चाहिए, और इस तरीके को व्यवहार में लाने का अवसर दिया जाना चाहिए।¹³

¹² पोएस्टी, जे एंड मैकचुग, एस (2017) ट्रांसफार्मिंग लीगेसी प्रिंट जर्नलीज़म इनटू ए सक्सेसफुल पोडकास्ट फार्मेट: एन एथनोग्राफिक स्टडी ऑफ द एजेस फोएबेस फॉल। सहकर्मी द्वारा समीक्षा किए गए सम्मेलन-पत्र को कार्टजेना, कॉलंबिया में मीडिया और संचार शोधकर्ताओं की इंटरनेशनल एसोसिएशन में 18/07/2017 को प्रस्तुत किया गया।

¹³ एक दिलचस्प उदाहरण यह विलप है हमारी कहानियों से हैशटैग: <https://www.facebook.com/hashtagoursa/videos/679504652440492/> [15/06/2018 को देखा गया]।

सत्य, विश्वास और प्रकारिता: यह क्यों मायने देती है

चेरिलिन इरेटन



माझ्युल 1

सारांश

सोशल मीडिया के आने से पहले दुनिया के कई हिस्सों में मीडिया और पत्रकारिता पर लोगों की बहुत अधिक आस्था नहीं थी¹। यह रुझान उन संस्थानों में विश्वास के घटने से भिन्न नहीं है जहां कई समाजों में यह आम बात रही है। हालांकि, केवल मात्रा के आधार पर तथा दुष्प्रचार और गलत सूचना को खबर बनाकर सोशल मीडिया के माध्यम से वितरित करना एक छूत के रोग की तरह है जो पत्रकारिता की साख के लिए खतरा है। इसने पत्रकारों, समाचार मीडिया, नागरिकों और खुले समाजों को प्रभावित किया है²।

सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म और इंटरनेट पर तेज गति से आने वाली सूचना की सभी तक पहुंच होने से हर कोई प्रकाशक हो सकता है। परिणामस्वरूप, नागरिक यह पहचानने के लिए संघर्ष करते रहते हैं कि क्या सच है और क्या झूठा। संदेह और अविश्वास का बोलबाला रहता है। चरमपंथी विचारधारा, षड्यंत्र के सिद्धांतों और लोकलुभावनवाद के पनपने और इन्हें एक बार स्वीकार किए जाने पर सत्य और संस्थाओं पर सवाल उठाया जाता है। इस दुनिया में, न्यूजरूम उन द्वारपालों की तरह अपनी ऐतिहासिक भूमिका का दावा करने और प्रदर्शन करने की जंग लड़ते हैं जिनकी सामग्री सच्चाई को स्थापित करने में मदद कर सकती है। इसके साथ ही, सक्रिय दुष्प्रचार और गलत-सूचना सहित "रणनीतिक संचार" और "सूचना संचालन" के बाजार विकसित होने से सूचना इकोसिस्टम का एक अहम हिस्सा बन गया है।^{3,4}

चूंकि समाज में 'भ्रामक सूचना' के पैमाने और परिणामों ने मूर्त रूप लेना शुरू कर दिया है, इसलिए सोशल मीडिया के पैरोकार भी चिंतित हैं। फेसबुक के उत्पाद प्रबंधक सिविक एंगेजमेंट, समिध चक्रवर्ती का कहना है: "यदि लोकतंत्र पर सोशल मीडिया के प्रभाव के बारे में कोई बुनियादी सच है, तो वह यह है कि यह इंसान की भावना – चाहे अच्छी हो या बुरी, को उड़ान के लिए पंख देता है। अपने सबसे अच्छे रूप में, यह हमें खुद को व्यक्त करने और कार्रवाई करने में समर्थ बनाता है। अपने सबसे बुरे रूप में, यह लोगों को गलत सूचना फैलाने और लोकतंत्र को बदनाम करने में सक्षम बनाता है।"⁵

यह स्पष्ट हो गया है कि समस्या से निपटने के लिए बड़े और छोटे दोनों तरह के हस्तक्षेपों की जरूरत है। एक रास्ता कानून द्वारा समस्या को ठीक करने की कोशिश है, और कई देशों ने इस रास्ते को चुना है,⁶ लेकिन अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता की हिमायत करने वालों ने चेतावनी दी है कि यह खुलेपन और भागीदारी को नुकसान पहुंचा सकता है जिसमें नई प्रौद्योगिकियां सक्षम हैं⁷।

1 एडेलमैन। (2017) एडेलमैन ट्रस्ट बैरोमीटर-ग्लोबल रिजल्ट्स। [ऑनलाइन]। <https://www.edelman.com/global-results/> पर उपलब्ध [03/04/2018 को देखा गया]।

2 वाइनर, के. (2017)। संकट के समय में पत्रकारिता के लिए एक मिशन। [ऑनलाइन]। <https://www.theguardian.com/news/2017/nov/16/a-mission-for-journalism-in-a-time-of-crisis> पर उपलब्ध [03/04/2018 को देखा गया]।

3 सिंगर, जे. (2013)। उपयोगकर्ता-जनित दृश्यता: साझा मीडिया सेस में माध्यमिक द्वारपाल। न्यू मीडिया एंड सोसायटी, [ऑनलाइन]। 16(1), पृष्ठ.55-73 <https://pdfs.semanticscholar.org/0d59/6a002c26a74cd45e15fbc20e64173cf2f912.pdf> पर उपलब्ध [03/04/2018 को देखा गया]।

4 उदाहरण के लिए गु, एल में वर्णित मामलों को देखें; क्रोपेटोव, वी और यारेकिन, एफ (एनडी)। फर्जी समाचार मशीन कैसे प्रचारक इंटरनेट का दुरुपयोग करते हैं और जनता को बेवकूफ बनाते हैं। https://documents.trendmicro.com/assets/white_papers/wp-fake-news-machine-how-propagandists-abuse-the-internet.pdf [16/06/2018 को देखा गया]। एक अन्य अध्ययन डेटा एंड सोसाइटी रिसर्च इंस्टीट्यूट, न्यूयॉर्क (2017) मीडिया मैनिपुलेशन एंड डिसइनफॉर्मेशन ऑनलाइन द्वारा प्रकाशित किया गया है <https://datasociety.net/output/media-manipulation-and-disinfo-online/> [15/06/2018 को देखा गया]।

5 चक्रवर्ती, एस. (2018)। मुशिकल सवाल: सोशल मीडिया का लोकतंत्र पर क्या प्रभाव पड़ा है? फेसबुक न्यूजरूम। [ऑनलाइन]। fb.com. <https://newsroom.fb.com/news/2018/01/effect-social-media-democracy/> पर उपलब्ध [03/04/2018 को देखा गया]।

6 फुनके, डी. (2018)। वर्ल्ड पोर्टर में गलत सूचना रोधी कार्यों के लिए एक गाइड <https://www.poynter.org/news/guide-anti-misinformation-actions-around-world> [22/05/2018 को प्राप्त किया गया]।

7 नोसेल, एस. (2017)। फर्जी खबर: धोखाधड़ी समाचार और सच्चाई के लिए लड़ाई। [ईबुक] पेन अमेरिका। https://pen.org/wp-content/uploads/2017/10/PEN-America_Faking-News-Report_10-17.pdf [03/04/2018 को देखा गया]। पर उपलब्ध।

विशेष रूप से यदि सत्तावादी विचारधारा वाले नेता कार्यालय में आते हैं, तो उन्हें यह तय करने के लिए हाथ में एक शक्तिशाली और तैयार कानूनी हथियार मिलेगा कि "नकली" क्या है और उनके प्रदर्शन के किसी भी महत्वपूर्ण कवरेज के बारे में क्या नहीं है।

सिविल सोसायटी और कंपनी ने एक अन्य विकल्प का प्रस्ताव किया है कि दर्शकों को रक्षक बनाया जाए और उनसे उन्हें प्राप्त होने वाली जानकारी की व्याख्या और मूल्यांकन करने का अधिकार दिया जाए। दक्षिण अफ्रीका से⁸ मैक्सिको तक⁹, ऐसे उदाहरण भरे पड़े हैं। तथ्यों की जांच करने वाले संगठन तेजी से बढ़ रहे हैं (जैसा कि इस पुस्तिका में स्पष्ट किया गया है)।

इस संदर्भ में पत्रकारों और छात्र पत्रकारों को ऐसी पहलों के बारे में जानने की जरूरत है - और वे इसमें क्या पूरक भूमिका निभा सकते हैं। इसीलिए यह पुस्तिका है।

पत्रकारों के लिए, जो लंबे समय से खुद को लोकतंत्र और खुले समाज का हिमायती मानते हैं, दुष्प्रचार और गलत सूचना उनकी प्रतिष्ठा के लिए एक बड़ी चुनौती बन गई है। 'भ्रामक सूचना' उनके उद्देश्य और प्रभावकारिता पर सवाल उठाता है। यह पत्रकारिता की स्वतंत्रता और उच्च पेशेवर मानकों की आवश्यकता के मौलिक महत्व पर प्रकाश डालता है। यह नहीं माना जाना चाहिए कि पत्रकारिता प्रमुख विचारधारा या जेंडर, जातीयता, भाषाई समूह, वर्ग आदि या इसका उत्पादन करने वालों की पृष्ठभूमि से पैदा होने वाले पूर्वाग्रह से मुक्त है। और न ही यह स्वामित्व, व्यापार मॉडल, दर्शकों के हितों, उम्मीद के मुताबिक नौकरशाही और जनसंपर्क स्रोतों के "वास्तविक" समाचार आदि के संस्थागत संदर्भों के प्रभाव के प्रणालीगत मुद्दों की अनदेखी करता है। हालांकि, यह कवरेज के लिए एक प्रकाश-स्तंभ के रूप में संपादकीय नैतिकता के महत्व को बनाए रखने, और अपने वैशिक विचारों और संदर्भों के बारे में पत्रकारों द्वारा खुद का मूल्यांकन करने के लिए है। इससे यह संकेत देना है कि पत्रकारिता "किसी का दृष्टिकोण" नहीं है, बल्कि यह एक अभ्यास है जिसमें पारदर्शिता की जरूरत है यदि जनता को यह विश्वास हो जाए कि इसमें सत्यापन और सार्वजनिक हित के व्यापक मानकों का पालन किया गया है, और ऐसा करने के लिए भले ही इसमें कितने विषय और दृष्टिकोण शामिल किए गए हों।¹⁰

इस पाठ में, प्रशिक्षकों द्वारा प्रतिभागियों को इस बात पर गंभीर रूप से विचार करने के लिए प्रोत्साहित करना चाहिए कि पत्रकारिता समाज और लोकतंत्र की सेवा कैसे कर सकती है; कैसे 'विकृत सूचना' लोगों को प्रभावित कर रही है - और इसका जोखिम आगे - लोकतंत्र और खुले समाजों को प्रभावित कर रहा है; पत्रकारिता इसे कैसे बेहतर बना सकती है और, इस प्रक्रिया में, यह विश्वास फिर से कायम कर सकती है कि वास्तव में इसके तरीके और मानक सार्वजनिक हित में सत्यापन योग्य सूचना प्रदान करने के लिए विशिष्ट रूप से सबसे भिन्न हैं। यह पत्रकारिता पर आंख मूंदकर विश्वास करने के बारे में नहीं है, बल्कि उसके स्वरूप और विशिष्टता को पहचानने, तथा जनहित में सत्यापित जानकारी की प्रक्रियाओं और मानकों के साथ तालमेल बनाने की इच्छा रखने, और तदनुसार उनका मूल्यांकन करने के बारे में है। इसका तात्पर्य है स्वार्थ से ऊपर उठकर, संदेह को भी महत्व देना है, और लोगों को पेशेवर पत्रकारिता का मुखौटा धारण करने वालों, और जो वास्तव में पत्रकारिता करने का प्रयास करते हैं, के बीच अंतर को पहचानना है, (और जो अपेक्षित पारदर्शिता, नियमों से बंधी खुद की जवाबदेही और इससे जुड़ी गुणवत्तापरक प्रतिष्ठा को व्यक्त करते हैं)। पत्रकारों और पत्रकारिता के छात्रों के लिए इसका मतलब बदलते सूचना परिवेश को समझना है तथा चुनौतियोंका किस तरह से जवाब देना है।

⁸ #KnowNews दक्षिण अफ्रीका के मीडिया मॉनिटरिंग अफ्रीका एनजीओ द्वारा विकसित एक वेब ब्राउज़र एक्सटेंशन है, जो दर्शकों को यह पहचानने में मदद करना चाहता है कि वे जिस साइट को ब्राउज़ कर रहे हैं उसमें सही समाचार है: <https://chrome.google.com/webstore/search/KnowNews> [15/06/2018 को देखा गया]।

⁹ e <https://verificado.mx/> वेबसाइट देखें जो 2018 के मैक्सिकन चुनाव के दोरान लड़े गए चुनाव के सत्यापन पर ध्यान केंद्रित करते हुए 60 मीडिया, सिविल समाज और विश्वविद्यालय संस्थानों के गठबंधन को दर्शाता है। [15/06/2018 को देखा गया]; <https://knightcenter.utexas.edu/blog/00-19906-media-collaboration-and-citizen-input-fueled-verificado-2018-fact-checking-mexican-ele> [04/07/2018 को देखा गया]।

¹⁰ देखें रोसेन, जे. (2010)। द ब्यूफ्राम नोव्हेयर: व्हेसचन एंड आनसर्स। प्रेस थिंक। देखें रोसेन, जे. (2010)। कहीं से भी दृश्य: प्रश्न और उत्तर।



रूपरेखा

पत्रकारों के लिए 'भ्रामक सूचना' के परिणामों को समझने के लिए, और जिस समाज की वे सेवा करते हैं, यह महत्वपूर्ण है कि प्रतिभागी पत्रकारिता और विरासत मीडिया के संबंध में ढांचागत, सांस्कृतिक और प्रामाणिक स्तर पर व्यापक परिवर्तन पर विचार करें, जो डिजिटल प्रोटोग्राफिकी और इंटरनेट समर्थित व्यक्तिगत उपकरणों को तेजी से अपना रहे हैं। सबसे महत्वपूर्ण पत्रकारिता में विश्वास की लगातार बढ़ती समस्या और सोशल मीडिया के साथ जुड़ाव के बीच संबंध है।¹¹

सोशल मीडिया पर पत्रकारिता की सभी समस्याओं को दोष देना गलत होगा। विश्वास सीधे तौर पर पत्रकारिता की क्षमता से जुड़ा है - और दुनिया के कई हिस्सों में सरकारों, व्यापार और संस्थानों में घटते विश्वास को लेकर भी एक संबंध है।¹²

जिस तरह से समाचार जुटाया और पेश किया जाता है के ढांचागत परिवर्तन, और पुरानी समाचार कंपनियों के मुख्य व्यापार मॉडल के पतन ने न्यूजरूम में पत्रकारिता क्षमता के समाचार उद्योग को बेनाब कर दिया है, जिसने समाचार कवरेज की गहराई, व्यापकता और गुणवत्ता को प्रभावित किया है।¹³ सार्वजनिक मीडिया न्यूजरूम की घटती धनराशि और इस क्षेत्र के अधिकांश हिस्सों में सरकारी नियंत्रण जारी रहने से भी समाचार देने वाले कमजोर हो गए हैं।

जबकि डिजिटल परिवर्तन से कहानी कहने के नए अंदाज और समाचार प्रक्रिया में दर्शकों की अधिक से अधिक भागीदारी सुनिश्चित की है, लेकिन साथ ही, इसने पहले से कमजोर पुराने समाचार प्रदाताओं के सामने अधिक से अधिक चुनौतियां खड़ी कर दी हैं। केवल डिजिटल आधारित समाचार संगठनों ने आम तौर पर, पत्रकारिता के घटते स्तर पर अंकुश लगाने के लिए अभी तक पत्रकारिता जन मीडिया विकसित नहीं किया है।¹⁴

लोकतंत्र में, जहां सूचना पारिस्थितिकी तंत्र अधिक विविध होता है, न केवल पत्रकारिता से जुड़े लोगों के लिए, बल्कि पूरे समाज के लिए दुष्प्रचार और गलत सूचना के हानिकारक प्रभावों को रोकना एक चुनौती साबित हो रहा है।¹⁵

डिजिटल से पहले की पत्रकारिता और पद्धति में पेशेवर मानक, और समाचार की सटीकता, गुणवत्ता और निष्पक्षता का प्रबंधन करने के लिए केंद्रीकृत जांच और नियंत्रण प्रणाली के कई स्तर शामिल थे।

समाचारों की सटीकता, गुणवत्ता और निष्पक्षता का प्रबंधन करने के लिए केंद्रीकृत जांच और नियंत्रण की। फिल्ड रिपोर्टरों को एक न्यूजरूम टीम का समर्थन प्राप्त होता था, जो सामग्री को प्रकाशित करने से पहले उसका सत्यापन करता था। इस 'द्वारपाल' मॉडल ने पत्रकारों में व्यावसायिकता की भावना पैदा की।¹⁶

11 मॉक्यूल तीन देखें

12 ईडेलमैन (2017) ओपी सीआईटी

13 मॉक्यूल तीन देखें

14 ग्रीनस्पॉन, ई. (2017)। द शैटर्ड मिरर: न्यूज, डेमोक्रेसी एंड ट्रस्ट इन द डिजीटलएहम [ईबुक] ओटोवा: सार्वजनिक नीति फोरम, कनाडा। <https://shatteredmirror.ca/download-report/> [03/04/2018 को देखा गया] पर उपलब्ध।

15 अंसिप, ए. (2017)। नफरत भाषण, लोकलुभावनवाद और सोशल मीडिया पर फर्जी खबरें-यूरोपीय संघ की प्रतिक्रिया। <https://ec.europa.eu/commission/commissioners/2014-2019/ansip/announcements/statement-vice-president-ansip-european-parliament-strasbourg-plenary-debate-hate-speech-populism> [03/04/2018 को देखा गया]।

16 कोवाच, बी और रोसेनस्टिल, टी (2010)। धूंथला: सूचना की भीड़ के युग में सच क्या है कैसे पता करें। पहला संस्करण, न्यूयॉर्क: ब्लूमसबरी, पृष्ठ.171-184.

सार्वजनिक मामलों और समुदाय के मुद्दों, जांच, समीक्षा और विश्लेषण की कवरेज के माध्यम से, पत्रकारों के हाथ में नेताओं और अधिकारियों को जवाबदेह बनाने के लिए कागरगर साधन थे। उन्होंने नागरिकों को इस बारे में विकल्प प्रदान करने में मदद की कि वे कैसे शासित और शासन कर रहे थे। यकीन मानिए, कुछ न्यूज मीडिया संस्थान पत्रकारिता के आदर्शों और मानकों पर खरे नहीं उतरे हैं। लेकिन, आम तौर पर, उनका कार्य असली खबर पर केंद्रित रहा है, जिसे एक चुनिंदा और वास्तव में एक विशेष दिलचस्प कहानी के रूप में प्रस्तुत किया है, लेकिन जो राजनीतिक, वाणिज्यिक या मनोरंजन प्रयोजनों के लिए मनगढ़त तथ्यों से परे थे।

सांस्कृतिक स्तर पर, दूसरे लोगों को सोशल मीडिया चैनलों पर समाचार को देखने, रिकॉर्ड करने, टिप्पणी करने और प्रकाशित करने का अधिकार देने से न केवल केंद्रीकृत मॉडल में – बल्कि सार्वजनिक वर्ग को बहस के तरीके में भी परिवर्तन हुआ है।¹⁷ सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म अब सार्वजनिक और राजनीतिक बहस के लिए प्रमुख बुनियादी ढांचा हैं। कुछ का तर्क है कि इससे लोकतंत्र और खुले समाज का 'लोकतांत्रिक स्तर घटा' है।¹⁸

इस बात पर जोर देते हुए कि वे समाचार प्रकाशक नहीं हैं, प्रौद्योगिकी कंपनियों और सामाजिक प्लेटफार्मों ने उन प्रामाणिक दायित्वों से किनारा कर लिया है जिनके लिए पत्रकारों और प्रकाशकों को जवाबदेह ठहराया जाता है। हालांकि ऐसे लोग समाचार हासिल करने के लिए पत्रकारों को नियुक्त नहीं करते हैं, लेकिन उनका समाचार चुनने और उसका संपादन करने का महत्व उन्हें 'केवल सूचना प्रदाता एजेंसियों' या 'केवल बिचौलियों' की भूमिका से तेजी से दूर कर रहा है। को जवाबदेह ठहराया जाता है। हालांकि ऐसे लोग समाचार हासिल करने के लिए पत्रकारों को नियुक्त नहीं करते हैं, लेकिन उनका समाचार चुनने और उसका संपादन करने का महत्व उन्हें 'केवल सूचना प्रदाता एजेंसियों' या 'केवल बिचौलियों' की भूमिका से तेजी से दूर कर रहा है।¹⁹

ऑक्सफोर्ड इंस्टीट्यूट फॉर कम्प्यूटेशनल साइंस ने दुष्प्रचार और गलत सूचना, या "जंक" को सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म और सर्च इंजन को आंकड़ों के जोड़-तोड़ की संज्ञा दी है। उपयोग करने वालों के परिवार और दोस्तों के नेटवर्क का इस्तेमाल करके, वे दुष्प्रचार और गलत सूचना के लिए ढांचा और वैधता प्रदान करते हैं।²⁰

इस प्रकार, इन प्लेटफार्मों पर जानबूझकर भ्रामक सामग्री फैलाने से नागरिकों की वास्तविकता²¹ की पहचान करने में मुश्किल हो रही है जो उनके विश्वास, सूचित संवाद, वास्तविकता की साझा भावना, पारस्परिक सहमति और भागीदारी को कम कर रहा है। अन्य तरीकों, जिनसे सोशल मीडिया पर लोकतंत्र की अनदेखी करने का आरोप है, में निम्नलिखित शामिल हैं:²²

- इको चैम्बर्स, ध्रुवीकरण और अति-पक्षपात करना।
- लोकप्रियता को वैधता में परिवर्तित करना।
- लोकतुभावन नेताओं, सरकारों और बाहरी लोगों को हेरफेर करने की अनुमति देना।

17 नोसेल, एस. (2017)। फर्जी खबर: धोखाधड़ी समाचार और सच के लिए लड़ाई। [ईबुक] पैन अमेरिका https://pen.org/wp-content/uploads/2017/10/PEN-America_Faking-News-Report_10-17.pdf [03/04/2018 को देखा गया] पर उपलब्ध।

18 हावर्ड, पी. (2017) पूर्वोक्त

19 हावर्ड, पी. (2017) पूर्वोक्त। मॉड्यूल तीन भी देखें

20 पेरिसर, ई. (2011)। द फिल्टर बबल: इंटरनेट आप से क्या छुपा रहा है। लंदन, वाइकिंग/पेंगुइन प्रेस।

21 यूरोपीय आयोग (2017)। फर्जी खबर के खिलाफ अगला कदम: आयोग द्वारा उच्च स्तरीय विशेषज्ञ समूह की स्थापना और सार्वजनिक परामर्श की शुरूआत की। [ऑनलाइन] http://europa.eu/rapid/press-release_IP-17-4481_en.htm [13/06/2018 को देखा गया] पर उपलब्ध।

22 देब, ए, डोनोहू, एस एंड ग्लैसियर, टी (2017)। क्या सोशल मीडिया लोकतंत्र के लिए खतरा है? [ईबुक] ओमिड्यार ग्रुप। <https://www.omidyargroup.com/wp-content/uploads/2017/10/Social-Media-and-Democracy-October-5-2017.pdf> [03/04/2018 को देखा गया] पर उपलब्ध।

- ▶ व्यक्तिगत डेटा लेने और लक्षित गहन संदेशों/ विज्ञापनों के लिए प्रोत्साहित करना जिनका पता न लगाया जा सकता हो²³।
- ▶ सार्वजनिक मंच को बाधित करना।²⁴।

यह इस तरह से नहीं होना चाहिए। सोशल मीडिया समाज को पत्रकारिता से जोड़ने और मानवाधिकारों, सांस्कृतिक विविधता, विज्ञान, ज्ञान और तर्कसंगत निर्णय लेने को मजबूत करने वाले माहौल में बहस, नागरिक मूल्यों और लोकतांत्रिक भागीदारी को बढ़ावा देने का एक प्रमुख मंच हो सकता है। इस उद्देश्य के लिए, पत्रकारिता - किसी भी मंच पर - उदाहरण के लिए, वैज्ञानिक सटीकता से समझौता किए बिना और संदर्भ को सरल बनाए बिना, जिनसे जनता गुमराह हो सकती है, आम जनता को जटिल मुद्दों के बारे में बताना चाहिए। विशेष रूप से उन्नत चिकित्सा उपचार (जैसे क्लोनिंग) और नए वैज्ञानिक विकास (जैसे कृत्रिम बौद्धिकता) के क्षेत्र में, पत्रकारों के लिए चुनौतियां सटीकता को सत्यापित करना, सनसनी फैलाने से बचना, भविष्य के प्रभाव की रिपोर्टिंग के बारे में सतर्क रहना, और विश्वसनीय विशेषज्ञों के विभिन्न विचारों या निष्कर्षों को आत्मसात करने और संतुलित बनाने में सक्षम होना है।

और ऐसे कई तरीके हैं जिनके द्वारा पत्रकारिता सीधे दुष्प्रचार और गलत सूचना से निपट सकती है। इनमें हेरफेर का विरोध करना, जांच के द्वारा और दुष्प्रचार अभियानों को प्रत्यक्ष रूप से उजागर करना शामिल है। लेकिन इनके साथ सामान्य रूप से पत्रकारिता में सुधार के लिए प्रमुख प्रयास किए जाने चाहिए (नीचे देखें)।

'भ्रामक सूचना' और सोशल मीडिया प्लेटफार्मों द्वारा प्रस्तुत चुनौतियों के लिए सामाजिक प्रतिक्रियाएं भिन्न होती हैं और कई स्तरों पर होती हैं। समाधान विकसित हो रहे हैं - कुछ में बहुत तेजी से। इनमें से कई अमेरिका में उत्पन्न हुए हैं, जहां सोशल मीडिया कंपनियों और गुगल का मुख्यालय है। गलत सूचना से निपटने के लिए तकनीक से संबंधित कुछ पहलों में निम्नलिखित शामिल हैं:

- ▶ खोज के परिणामों और प्राप्त समाचारों के लिए प्रतिबद्धता जिसे कंपनी (विवाद के बिना नहीं) धोखे वाली खबर समझे।^{25 26 27}
- ▶ क्लिक करके विज्ञापन से पैसा कमाने के भूखे दुष्प्रचार प्रदाता।²⁸
- ▶ डिजिटल सामग्री और छवियों को सत्यापित करने के लिए तकनीक-आधारित समाधान प्रदान करना।²⁹

23 कैडवलाइडर, सी. और ग्राहम-हैरिसन, ई. (2018)। कैसे कैबिनेट एनालिटिका ने फेसबुक के 'लाइक्स' को एक फायदेमंद राजनीतिक साधन में बदल दिया। द गार्जियन। [ऑनलाइन] <https://www.theguardian.com/technology/2018/mar/2017/facebook-cambridge-analytica-kogan-data-algorithm> [03/04/2018 को देखा गया] पर उपलब्ध।

24 देब, ए, डोनोहू, एस. एंड ग्रैसियर, टी. (2017) पूर्वोक्त।

25 लिंग, जे. (2017)। एरिक श्मिट सेस गुगल न्यूज विल 'इंजीनियर' रशियन प्रोपेंगंडा आउट ऑफ कीड। Motherboard Vice.com. [ऑनलाइन] https://motherboard.vice.com/en_us/article/pa39vv/eric-schmidt-says-google-news-will-delist-rt-sputnik-russia-fake-news?utm_campaign=buffer&utm_content=buffer41cba&utm_medium=social&utm_source=facebook.com+Motherboard [03/04/2018 को देखा गया]; <https://www.rt.com/news/411081-google-russia-answer-rt/>

26 मोसेरी, ए. (2018). विश्वसनीय स्रोतों से फेसबुक पर समाचार सुनिश्चित करने में सहायता करना। फेसबुक। [https://newsroom.fb.com/news/2018/01/trusted-sources/\[03/04/2018 को देखा गया\]](https://newsroom.fb.com/news/2018/01/trusted-sources/[03/04/2018 को देखा गया])।

27 स्टैमोस, ए. (2018) प्रामाणिकता मायने रखती है: आईआरए का फेसबुक पर कोई स्थान क्यों नहीं है। फेसबुक। [https://newsroom.fb.com/news/2018/04/authenticity-matters/\[03/04/2018 को देखा गया\]](https://newsroom.fb.com/news/2018/04/authenticity-matters/[03/04/2018 को देखा गया])।

28 लव, जे. एंड कुक, सी. (2017)। गूगल, फेसबुक ने फर्जी समाचार साइटों पर विज्ञापनों को प्रतिबंधित करने के लिए उठाए कदम। रायटर। [ऑनलाइन] <https://www.reuters.com/article/us-alphabet-advertising/google-facebook-move-to-restrict-ads-on-fake-news-sites-idUSKBN1392MM> पर उपलब्ध [15/06/2018 को देखा गया]।

29 देखें मॉड्यूल छह। एक उदाहरण <http://www.truly.media/> पर है [15/06/2018 को देखा गया]।

- ▶ सहायक पत्रकारिता पहल के लिए वित्तपोषण जो पत्रकारिता, प्रौद्योगिकी और शैक्षिक शोध के चौराहे पर है।³⁰
- ▶ उपभोक्ताओं (और एल्गोरिदम) को विश्वसनीय समाचार एजेंसियों की पहचान करने में मदद करने के लिए तकनीकी मानकों, या विश्वास संकेतों का विकास और उपयोग करना।³¹

2018 की शुरुआत में लिखने के समय, समाचार संगठनों के लिए तकनीकी मानकों की पहलों में से एक ट्रस्ट प्रोजेक्ट था, यह एक परिसंघ था, जो बड़े खोज इंजनों, सोशल मीडिया प्लेटफार्मों और दुनिया भर की 70 से अधिक मीडिया कंपनियों के साथ काम करता है। इसका मिशन जनता के लिए खबर को आसान बनाना है जो "सटीक, जवाबदेह और नैतिकता से लिखी गई हो" जिससे उनका विश्वास कायम रह सके। इसने आठ प्रारंभिक तकनीकी मानक³² बनाए हैं जिनके प्रति एक समाचार प्रदाता को संतुष्ट होना चाहिए और अपने ऑनलाइन डिजाइन क्षेत्र में आसानी से पहचाना जाना चाहिए। ट्रस्ट प्रोजेक्ट के ट्रस्ट संकेतक³³ हैं:

- ▶ **सर्वोत्तम प्रथाएं:**
 - > आपके मानक क्या हैं?
 - > समाचार आउटलेट के लिए धनराशि कौन देता है?
 - > आउटलेट का मिशन क्या है?
 - > नैतिकता, विविध व्याख्यान, सटीकता, सुधार करने और अन्य मानकों के लिए प्रतिबद्धताएं।
- ▶ **लेखक/ रिपोर्टर विशेषज्ञता:** यह किसने बनाया? पत्रकार के बारे में विवरण, जिसमें उनकी विशेषज्ञता और अन्य कहानियां शामिल हैं, जिन पर उन्होंने काम किया है।
- ▶ **काम का प्रकार:** यह क्या है? समाचार रिपोर्ट से राय, विश्लेषण और विज्ञापनदाता (या प्रायोजित/'देशी') सामग्री को अलग करने के लिए लेबल।
- ▶ **उदाहरण और संदर्भ:** खोजी या गूढ़ कहानियों के लिए, तथ्यों और कथनों के पीछे स्रोतों तक पहुंच।
- ▶ **तरीके:** इसके अलावा, गूढ़ कहानियों के संबंध में यह जानकारी देना कि पत्रकार क्यों एक कहानी पर काम करने के लिए उसे चुनते हैं और कैसे वे इस पर कार्य करते हैं (यह पारदर्शिता लाता है)।
- ▶ **स्थानीय स्रोत?** आपको यह जानें कि क्या कहानी का मूल स्रोत स्थानीय है या विशेषज्ञता वाला है। क्या रिपोर्टिंग स्थानीय स्थिति या समुदाय के बारे में गहरी जानकारी के साथ की गई थी?
- ▶ **विविध व्याख्यान:** न्यूजरूम का प्रयास और प्रतिबद्धता विविध दृष्टिकोण प्राप्त करना है। (पाठक/ दर्शक/ श्रोता यह नोटिस करते हैं कि कहां कुछ लिंक, परस्पर संबंध, या राजनीतिक धारणाएं गुम हैं)
- ▶ **कार्रवाई योग्य प्रतिक्रिया:** न्यूजरूम द्वारा कवरेज की प्राथमिकता निर्धारित करने में जनता की मदद लेना, रिपोर्टिंग प्रक्रिया में योगदान देना, सटीकता और अन्य चीजें सुनिश्चित करने के लिए प्रयास करना। पाठकों/ दर्शकों/ श्रोताओं के भाग लेने और जानकारी देने से कि कहानी का स्वरूप बदल सकता है या उसका विस्तार हो सकता है।

30 देखें मॉड्यूल पाँच

31 द ट्रस्ट प्रोजेक्ट (2017)। ट्रस्ट परियोजना – सत्यनिष्ठा के साथ समाचार। [ऑनलाइन] <https://thetrustproject.org/?nr=0> पर उपलब्ध। [03/04/2018 को देखा गया]।

32 ट्रस्ट प्रोजेक्ट (2017)। पूर्वोक्त

33 ट्रस्ट प्रोजेक्ट (2017)। पूर्वोक्त

पत्रकारिता के काम में विश्वास भी पत्रकारों के लिए उपलब्ध स्रोतों की संख्या, विविधता, और गुणवत्ता बढ़ाने में मदद करता है, जिसका प्रभाव दर्शकों पर पड़ता है।

सरकारों, नागरिक समाज और शिक्षकों की प्रतिक्रिया में मीडिया और सूचना साक्षरता पर अधिक ध्यान केंद्रित करना शामिल है, जिनका बाद के पाठ में अधिक विस्तार से उल्लेख किया गया है³⁴।

इन बातों को विश्व संपादक मंच द्वारा 2017 में भी उठाया गया था, जिसके अध्यक्ष मार्सेलो रेच ने प्रस्ताव किया था कि दुनिया भर में संपादक निम्नलिखित पांच सिद्धांतों को अपनाएः³⁵:

- ▶ सूचना प्रधान युग में, विश्वसनीयता, स्वतंत्रता, सटीकता, पेशेवर नैतिकता, पारदर्शिता और बहुलवाद ऐसे मूल्य हैं जो जनता के साथ **विश्वास के रिश्ते** को कायम रखेंगे।
- ▶ अगले स्तर की पत्रकारिता को सोशल मीडिया पर उपलब्ध सामग्री का सर्वकृता तथा गहन **पूछताछ** और **सत्यापन** द्वारा अन्य सामग्री से अंतर किया जाता है। यह आगे तथ्य की जांच के लिए और पेशेवर सामग्री का लाभ उठाने के लिए एक मंच के रूप में जानकारी के एक स्रोत के रूप में सामाजिक मीडिया को स्वीकार करता है।
- ▶ इस अगले स्तर पर पत्रकारिता का **मिशन** उच्च गुणवत्ता वाली सत्यापित जानकारी प्रदान करना तथा सामग्री का मूल विश्वसनीय प्रमाण देकर समाचार ब्रांडों की स्थापना द्वारा समाज की सेवा करना है।
- ▶ अगले स्तर की पत्रकारिता की एक **आवश्यकता** यह है कि यह **बुनियादी तथ्यों** से परे चला जाता है तथा विश्वेषण, प्रासंगिक और खोजी रिपोर्टिंग को प्रोत्साहित करता है, तथा राय की सूचित अभिव्यक्ति, समाचार के द्वारा ज्ञान बढ़ाने में मदद करता है।
- ▶ अगले स्तर की पत्रकारिता विश्वास और **सामाजिक प्रासंगिकता, वैध हित और सत्यवादिता** के मार्गदर्शी सिद्धांतों से प्रेरित होनी चाहिए।

पत्रकारों और न्यूजरूम के लिए, गुणवत्ता को बढ़ावा देने के लिए सुधार पर अधिक ध्यान दिया जाता है:

- ▶ जवाबदेह, नैतिक पत्रकारिता प्रथाओं और सबूत आधारित रिपोर्टिंग।³⁶
- ▶ तथ्य की जांच और दुष्प्रचार और गलत सूचना से सख्ती से निपटना।³⁷
- ▶ डेटा, स्रोत, डिजिटल छवियों का सत्यापन करना।³⁸
- ▶ उन समुदायों के साथ संबंध स्थापित करना जिनसे पत्रकार जुड़ा है और समाज की जरूरतों के अनुसार समाचार एजेंडा सुनिश्चित करना।³⁹

34 देखें मॉड्यूल चार

35 इरेटन, सी. (2016)। वर्ल्ड एडिटर्स फोरम ने संपादकों से विश्वास बनाने के लिए 5 सिद्धांतों को अपनाने को कहा <https://blog.wan-ifra.org/2016/06/14/world-editors-forum-asks-editors-to-embrace-5-principles-to-build-trust> [15/06/2018 को देखा गया]।

36 वेल्स, जे. (2017)। सबूत आधारित पत्रकारिता से हमारा क्या तात्पर्य है? विकिट्रिब्यून। <https://medium.com/wikitribune/what-do-we-mean-by-evidence-based-journalism-3fd7113102d3> [03/04/2018 को देखा गया]।

37 देखें मॉड्यूल पांच

38 बेल, एफ. (2018)। डेटा-पत्रकारिता के युग में सत्यापन सबसे जटिल है। उदाहरण के लिए, बड़े पैमाने पर डेटा जमा होने के मामलों में यह संभावना है कि न सिर्फ गलत जानकारी मौजूद है, बल्कि यह भी कि इस बात की पूरी संभावना है कि इसमें जानबूझकर योजना बनाकर दुष्प्रचार रिकोर्ड शामिल किया गया हो सकता है। इस पाठ्यक्रम का मॉड्यूल छह भी देखें।

39 बटसेल, जे. (2015)। व्यस्त पत्रकारिता: डिजिटल रूप से सशक्त समाचार दर्शकों के साथ जोड़ते हुए। न्यूयार्क। कोलंबिया विश्वविद्यालय प्रेस।

उपर्युक्त अंतिम बिंदु पर, मेन मीडिया और उनकी जनता के बीच ब्रिटेन में चुनाव और अमेरिका के 2016 के चुनाव के दौरान, यूरोपीय संघ, ब्रेकिस्ट को छोड़ने को लेकर मतभेद होने के साक्ष्य को उजागर किया गया था। सोशल मीडिया के संचार की ताकत प्रत्यक्ष प्रभाव डालती है। प्रशिक्षकों का पता लगाना चाहिए कि कैसे मीडिया बेहतर ढंग से अपने दर्शकों की सेवा कर सकता है और इस तरह व्यापक समुदाय के साथ विश्वास का निर्माण करके अपने रिश्ते को सुदृढ़ बना सकता है।

न्यूज लोकतंत्र⁴⁰ के लिए शुडसन के छह या सात सूत्र चर्चा के लिए बेहतर ढांचा पैदा कर सकते हैं:

1. सूचना: निष्पक्ष और पूरी जानकारी प्रदान करें ताकि नागरिक ठोस राजनीतिक विकल्प बना सकें;
2. जांच: सत्ता के केंद्रित स्रोतों, विशेष रूप से सरकारी अधिकारों की जांच करें;
3. विश्लेषण: नागरिकों को इस जटिल दुनिया को समझने में मदद करने के लिए व्याख्या के स्पष्ट ढांचे प्रदान करें;
4. सामाजिक सहानुभूति: लोगों को अपने समाज और अपनी दुनिया में दूसरों के बारे में बताएं ताकि वे दूसरे लोगों के दृष्टिकोण और जीवन की सराहना कर सकें, विशेष रूप से उन लोगों के बारे में जो बेहतर स्थिति में नहीं हैं;
5. सार्वजनिक मंच: मुद्दों के लिए बहुलवादी और अंतःविषयक दृष्टिकोण के माध्यम से नागरिकों के बीच संवाद के लिए एक मंच प्रदान करें, और समाज में विभिन्न समूहों के दृष्टिकोण के एक आम वाहक के रूप में सेवा करें;
6. लामबंदी: राजनीतिक कार्यक्रमों और दृष्टिकोणों के लिए अधिकता के रूप में (जहां वांछित हो) सेवा करें तथा सत्यापन मानकों और जनहित से समझौता किए बिना, इन कार्यक्रमों के समर्थन में कार्य करने के लिए लोगों को जुटाएं।



मॉड्यूल के लक्ष्य

- ▷ प्रतिभागियों को पत्रकारिता और सामाजिक मीडिया के बारे में गंभीर रूप से सोचने के लिए प्रोत्साहित करना।
- ▷ प्रतिभागियों को 'भ्रामक सूचना' परिस्थितिकी तंत्र के भीतर अपनी जगह का आकलन करने के लिए प्रोत्साहित करना।
- ▷ प्रतिभागियों को समाज पर 'भ्रामक सूचना' के प्रभाव के बारे में गंभीर रूप से सोचने में मदद करना।

40 शुडसन, एम. (2008)। क्यों लोकतंत्र को एक निष्कृत प्रेस की जरूरत है। राजनीति। अध्याय दो: छह या सात बातें समाचार लोकतंत्र के लिए कर सकते हैं। https://books.google.co.uk/books?id=hmYGMe9ecKUC&printsec=frontcover&dq=schduson+micahel+6+or+seven+ways&hl=en&sa=X&ved=0ah_UKEwju_ZGI6ozZAhWELsAKHc0vBlUQ6AEIKTAA - v=onepage&q&f=false पर उपलब्ध [03/04/2018 की देखा गया]।



सीखने के परिणाम

इस मॉड्यूल के अंत में, प्रतिभागियों को निम्नलिखित की जानकारी होगी:

- उनमें यह गहरी समझ विकसित होगी कि कैसे पत्रकारिता लोकतंत्र और खुले समाजों की बेहतर ढंग से व्यापक विस्तारित मीडिया के माहौल में सेवा कर सकती है, और लोकतंत्र के लिए 'भ्रामक सूचना' के जोखिम क्या हैं।
- उन तथ्यों के बारे में जानेंगे जो पत्रकारिता में विश्वास पैदा करते हैं और इस तरह के विश्वास को कैसे बनाए रखा जा सकता है या फिर से बनाया जा सकता है।
- किसी को यह समझाने में सक्षम बनेंगे कि पत्रकारिता क्या मायने रखती है।



मॉड्यूल का प्रारूप

इस मॉड्यूल की रूपरेखा में जानकारी 30 मिनट के व्याख्यान के साथ 30 मिनट का ट्यूटोरियल या गोलमेज चर्चा इस बात का आधार बन सकी है कि पत्रकारिता क्या मायने रखती है और यह कैसे जनता की सेवा करती है। 90 मिनट का व्यावहारिक अभ्यास, एक सार्थक वार्ता के माध्यम से यह बताएगी कि पत्रकारिता पर भरोसा न करने वाले संशयवादियों को कैसे मनाया जा सकता है कि सभी जानकारी समान रूप से अविश्वसनीय नहीं है; एक समाचार माध्यम सोशल मीडिया के माहौल के भीतर अपने मामले को विश्वसनीय बनाने के लिए क्या कर सकता है जहां सभी जानकारी एक जैसी लग सकती है?

सीखने के परिणाम से संबद्ध योजना

क. सैद्धांतिक

मॉड्यूल योजना	घंटों की संख्या	सीखने के परिणाम
सत्य और विश्वास पर व्याख्यान और परस्पर चर्चा	30 मिनट	1, 2
क्यों पत्रकारिता मायने रखती है और यह कैसे जनता की सेवा करती है पर गोलमेज चर्चा	30 मिनट	1, 2, 3



ख. अभ्यास

मॉड्यूल योजना	घंटों की संख्या	लर्निंग परिणाम
व्यावहारिक अभ्यास	90 mins	3

सुझाए गए कार्य

कार्य के तीन घटक हैं और प्रतिभागियों को जोड़े में या छोटे समूहों में काम करने की आवश्यकता होती है:

- प्रतिभागियों से (छोटे समूहों या जोड़े में कार्य करते हुए) किसी समाचार उपभोक्ता का साक्षात्कार लेने के लिए कहें और उनसे स्थानीय या राष्ट्रीय समाचार और नागरिक जानकारी के उनके सबसे विश्वसनीय स्रोतों की पहचान का पता लगाने के लिए कहें। समाचार लोकतंत्र पर शुड्सन के "छह या सात सूत्र लोकतंत्र के लिए क्या कर सकते हैं" का एक ढांचे के रूप में प्रयोग करते हुए, उन्हें प्रकाशन, या नामित मीडिया में विषयगत कहानियों के एक पाठ का अध्ययन करना चाहिए, उसका पता लगाने और विश्लेषण करना चाहिए कि ये अपनी पत्रकारिता के माध्यम से अपने समुदाय की सेवा कितने प्रभावी ढंग से कर रहे हैं। इस दृष्टिकोण के लिए सामग्री विश्लेषण तकनीक एक उपयोगी कार्यप्रणाली होगी। दूसरे, ट्रस्ट प्रोजेक्ट के आठ विश्वसनीय संकेतओं का पता लगाना हो सकता है। तीसरे, निष्कर्ष एक समाचार रिपोर्ट या संपादकीय टिप्पणी के लिए आधार बन सकता है - लिखित में, या एक लघु वीडियो या ऑडियो कहानी के यप में, जो यह मामला बनाएगी कि पत्रकारिता क्यों मायने रखती है।



पढ़ें

देब, ए., डोनोहू, एस. एंड ग्लैसियर, टी. (2017)। क्या सोशल मीडिया लोकतंत्र के लिए खतरा है? [ईबुक] ओमिड्यार ग्रुप। <https://www.omidyargroup.com/wp-content/uploads/2017/10/Social-Media-and-Democracy-October-5-2017.pdf> पर उपलब्ध।

एडेलमैन। (2017)। 2017 एडेलमैन ट्रस्ट बैरोमीटर - वैश्विक परिणाम। [ऑनलाइन] <https://www.edelman.com/global-results/> पर उपलब्ध।

हावर्ड, पी. (2017) क्या सोशल मीडिया लोकतंत्र की हत्या कर रहा है? ऑक्सफोर्ड। <https://www.ox.ac.uk/videos/is-social-media-killing-democracy-computational-propaganda-algorithms-automation-and-public-life/> पर उपलब्ध।

नोसेल, एस. (2017)। फर्जी समाचार: धोखाधड़ी समाचार और सच्चाई के लिए लड़ाई। [ईबुक]

पेन अमेरिका। https://pen.org/wp-content/uploads/2017/10/PEN-America_Faking-News-Report_10-17.pdf पर उपलब्ध।

शुड्सन, एम. (2008)। क्यों लोकतंत्र को एक निष्ठुर प्रेस की जरूरत है। पोलिटी। अध्याय 5: समाचार छह या सात

बातें लोकतंत्र के लिए कर सकते हैं https://books.google.co.uk/books?id=hmYGMes9ecKUC&printsec=frontcover&dq=schduson+michael+6+or+sev-en+ways&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwju_ZGI6ozZAhWELsAKHc0vBIUQ6AEIKTAA-v=onepage&q&f=false पर उपलब्ध।

विनेर, के. (2017)। संकट के समय में पत्रकारिता के लिए एक मिशन। [ऑनलाइन] द गार्जियन। पर उपलब्ध: <https://www.theguardian.com/news/2017/nov/16/a-mission-for-journalism-in-a-time-of-crisis>

'आमक सूचना' के बाटे में लोचः गलत सूचना, दुष्प्रचार, और दुर्भवनापूर्ण-सूचना के प्रारूप

क्लेयर वार्डल और हुसैन डेराखशान

मॉड्यूल 2

सारांश

रिपोर्टिंग का वर्णन करने के लिए 'फर्जी खबर' और यहां तक कि 'फर्जी मीडिया' शब्द के कई उपयोग किए गए हैं, जिसके साथ दावेदार सहमत नहीं होता। एक गूगल रुझान मानचित्र से पता चलता है कि लोगों ने 2016 की दूसरी छमाही में बड़े पैमाने पर इस शब्द की खोज शुरू की। इस मॉड्यूल में प्रतिभागी सीखेंगे कि क्यों यह शब्द क) झूठी सूचना के पैमाने को समझाने के लिए अपर्याप्त है, और ख) क्यों यह शब्द इतना संदेहास्पद हो गया है कि हमें इसका इस्तेमाल करने से बचना चाहिए।

दुर्भाग्य से, यह वाक्यांश सहज रूप से इतना कमजोर है कि इसका राजनीतिकरण किया जा रहा है और समाचार उद्योग के खिलाफ एक हथियार के रूप में इस्तेमाल किया जा रहा है, ताकि सत्ता में बैठे लोगों को रिपोर्टिंग में जो पसंद नहीं है उसे दरकिनार किया जा सके। इसके बजाय, गलत सूचना¹ और दुष्प्रचार शब्दों का उपयोग करने की सिफारिश की जाती है। यह मॉड्यूल मौजूदा विभिन्न प्रकारों की जांच करेगा और ये प्रकार 'भ्रामक सूचना' के आयाम में कहां बैठते हैं।

इसमें व्यंग्य और हास्य व्यंग्य, क्लिक-प्रलोभन सुर्खियां, और शीर्षक, दृश्यों या आंकड़ों के भ्रामक उपयोग के साथ-साथ बिना संदर्भ, धोखा देने वाली सामग्री (जब किसी पत्रकार का नाम या न्यूजरूम लोगों का उपयोग लोगों द्वारा किया जाता है, जिसके साथ उनका कोई संबंध नहीं होता), और हेरफेर करके और मनगढ़ंत सामग्री को साझा किया जाना शामिल है। इन सब से यह उभर कर सामने आता है कि यह संकट 'फर्जी खबर' शब्द से कहीं अधिक जटिल है।

यदि हम अपने सोशल मीडिया स्रोत को दृष्टि करने वाली इस प्रकार की सूचनाओं से निपटने और उन्हें पारंपरिक मीडिया आउटपुट में जाने से रोकने के बारे में सोचना चाहते हैं, तो हमें समस्या के बारे में और अधिक सावधानी से सोचना शुरू करना होगा। हमें उन लोगों के बारे में भी सोचने की जरूरत है जो इस प्रकार की सामग्री बना रहे हैं, और उन्हें ऐसा करने के लिए क्या चीज़ प्रेरित कर रही है। वे किस प्रकार की सामग्री का सृजन कर रहे हैं, और उन्हें दर्शकों द्वारा किस रूप में लिया जा रहा है? और जब वही दर्शक उन पोस्ट को फिर से साझा करने का निर्णय लेते हैं, तो उन्हें ऐसा करने के लिए क्या प्रेरित कर रहा है? इस मुद्दे के कई पहलू हैं, और कई बहस में इस जटिल मुद्दे पर विचार नहीं किया जा रहा है। इस मॉड्यूल के अंत तक, शिक्षार्थी ऐसी शब्दावली और परिभाषाओं का उपयोग करने में खुद को सक्षम महसूस करने लगेंगे जो 'भ्रामक सूचना' से जुड़ी समस्याओं पर चर्चा करने के लिए उपयुक्त हैं।

रूपरेखा

इस पुस्तिका में आम तौर पर जन हित में सत्यापन की जा सकने वाली सूचना के विपरीत "दुष्प्रचार" और "गलत सूचना" जैसे शब्दों का प्रयोग किया गया है, जिसे प्रामाणिक पत्रकारिता प्रोत्साहित करती है। इस मॉड्यूल में, दुष्प्रचार की विशिष्टता पर ध्यान दिया गया है।

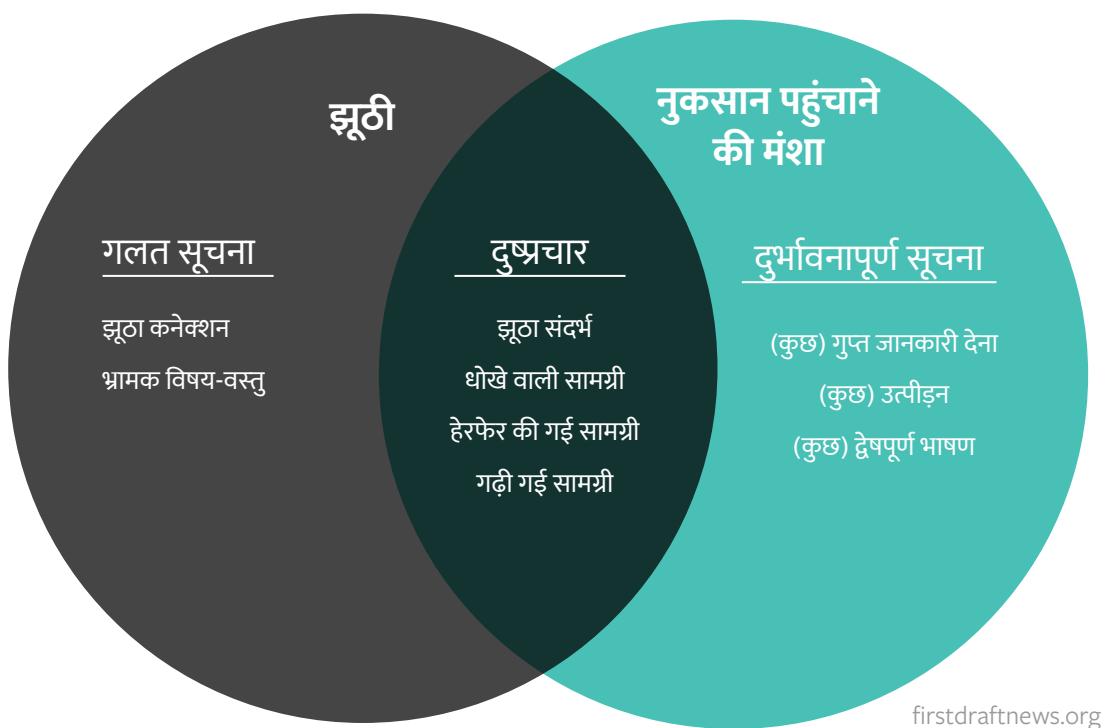
'फर्जी खबर' पर अधिकांश चर्चा दो धारणाओं: गलत सूचना और दुष्प्रचार पर आधारित होती है। हालांकि, यह प्रस्ताव करने के लिए उपयोगी हो सकता है कि गलत सूचना वह जानकारी है जो झूठी है, लेकिन जो व्यक्ति इसका प्रसार कर रहा है, उसका मानना है कि यह सच है। दुष्प्रचार ऐसी जानकारी है जो झूठी है, और जो व्यक्ति इसका प्रसार कर रहा है, वह जानता है कि यह झूठी है। यह जानबूझकर, सोच-समझकर बोला जाने वाला झूठ है, और यह उन लोगों को लक्षित करता है जिन्हें दुर्भावनापूर्ण इरादे से लोगों द्वारा सतत रूप से गलत जानकारी दी जा रही है।²

¹ फर्जी खबर शब्द का गूगल रुझान मानचित्र <https://trends.google.com/trends/explore?date=today%205y&q=fake%20news> [06/04/2018 को देखा गया]।

² परिभाषाओं पर आगे विस्तृत जानकारी कार्लोवा और फिशर (2012) के अध्ययन में प्राप्त की जा सकती है।

एक तीसरी श्रेणी को दुर्भावना से प्रेरित सूचना कहा जा सकता है; ऐसी सूचना, जो वास्तविकता पर आधारित है, लेकिन उसका इस्तेमाल किसी व्यक्ति, संगठन या देश को नुकसान पहुंचाने के लिए किया जाता है। उदाहरण के लिए एक रिपोर्ट है जो किसी व्यक्ति के यौन संबंधों को उजागर करती है जिसका जनहित की वृष्टि से कोई औचित्य नहीं है। कौन से संदेश सच्चे हैं और कौन से झूठे, में अंतर करना महत्वपूर्ण है, लेकिन जो सच्चे भी हैं (और वे संदेश जिनमें कुछ सच्चाई है), लेकिन जिन्हें "एजेंटों" द्वारा गढ़कर पेश किया जाता है या बांटा जाता है, इनकी मंशा जनहित सेवा के बजाय नुकसान पहुंचाने की होती है। सच्ची जानकारी लगाने जैसी ऐसी दुर्भावनापूर्ण सूचना - जो जन हित के औचित्य के बिना किसी व्यक्ति की निजता का उल्लंघन करती है - पत्रकारिता के मानकों और नैतिकता के खिलाफ है।

उपर्युक्त अंतर के बावजूद, सूचना परिवेश और समाज पर इसके परिणाम समान हो सकते हैं (उदाहरण के लिए लोकतांत्रिक प्रक्रिया की अखंडता को भ्रष्ट करना, हस्तक्षेप दर को कम करना)। इसके अलावा, विशेष मामलों में इन तीनों अवधारणाओं का मिला-जुला स्वरूप दिखाई दे सकता है, और इस बात के सबूत हैं कि विशेष लोगों द्वारा व्यापक सूचना रणनीति के भाग के रूप में कोई व्यक्तिगत उदाहरण अक्सर दूसरों के साथ (उदाहरण के विभिन्न प्लेटफार्मों पर या किसी क्रम में) मेल खा सकते हैं। फिर भी, इस अंतर को ध्यान में रखना मददगार होता है क्योंकि इसके अनुसार कारण, तकनीक और उपचार भिन्न-भिन्न हो सकते हैं।



चित्र 1: 'भ्रामक सूचना'

उदाहरण के तौर पर 2017 के फ्रांसीसी राष्ट्रपति चुनाव सभी तीनों प्रकार की 'भ्रामक सूचना' दर्शते हैं।

1. दुष्प्रचार के उदाहरणः

फ्रांसीसी चुनाव अभियान के दौरान एक अफवाह में बेल्जियम के अखबार ले सोइर³ का एक डुप्लिकेट संस्करण एक झूठे लेख के साथ प्रकाशित किया गया जिसमें यह दावा किया गया है कि राष्ट्रपति पद के उम्मीदवार इमैनुएल मैक्रों को सऊदी अरब द्वारा वित्त-पोषित किया जा रहा था। एक अन्य उदाहरण ऑनलाइन दस्तावेजों का परिचालन करके यह झूठा दावा किया गया कि उन्होंने बाहमास में एक ऑफशोर बैंक खाता खोला था।⁴ और अंत में, 'ट्रिटर रेड्स' के माध्यम से दुष्प्रचार किया गया जिसमें व्यक्तिगत मुक्त कनेक्टेड नेटवर्क का इस्तेमाल एक साथ समान हैशटैग और संदेशों द्वारा उम्मीदवार के निजी जीवन के बारे में अफवाहें फैलाने के लिए किया गया।

2. गलत सूचना के उदाहरणः

20 अप्रैल 2017 को पेरिस में चैम्प्स एलिसीस पर हुए आतंकी हमले ने बड़े पैमाने पर गलत सूचना⁵ दी जैसा कि यह लगभग सभी ब्रेकिंग न्यूज स्थितियों का मामला है। सोशल मीडिया पर व्यक्तियों ने अनजाने में कई अफवाहें प्रकाशित कीं, जिनमें उदाहरण के लिए एक खबर यह भी शामिल थी कि एक दूसरे पुलिसकर्मी की हत्या कर दी गई है। इस प्रकार की सामग्री साझा करने वाले लोग संभवतः किसी को नुकसान पहुंचाने के लिए ऐसा नहीं कर रहे थे। बल्कि, वे उस पल का हिस्सा बन रहे थे, मदद करने की कोशिश कर रहे थे, लेकिन वे जो कुछ साझा कर रहे थे, उसका पर्याप्त रूप से निरीक्षण और सत्यापन करने में विफल रहे।

3. दुर्भावनापूर्ण सूचना के उदाहरणः

दुर्भावनापूर्ण सूचना का एक विचित्र मामला तब सामने आया जब 7 मई को रन-ऑफ वोट से ठीक पहले इमैनुएल मैक्रोन के ईमेल लीक हो गए। ईमेल को वास्तविक माना गया। हालांकि, मतदान से ठीक पहले किसी भी कवरेज पर चुनाव संहिता के प्रतिबंध से चंद मिनट पहले सार्वनिक मंच पर निजी जानकारी साझा करके इस लीक को मैक्रोन अभियान को अधिक से अधिक नुकसान पहुंचाने के लिए बनाया गया था।

प्रचार शब्द, दुष्प्रचार का पर्याय नहीं है, हालांकि दुष्प्रचार प्रचार के हित साध सकता है। लेकिन प्रचार आम तौर पर दुष्प्रचार की तुलना में अधिक हेर-फेर वाला होता है, क्योंकि आमतौर पर यह सूचनापरक संदेश के बजाय भावनात्मक असर पैदा करता है।⁶

इस मॉड्यूल में, हम गलत सूचना और विशेष रूप से दुष्प्रचार पर ध्यान केंद्रित करेंगे, और आगे विभिन्न प्रकार के कुछ उदाहरण साझा करेंगे।

ऊपर दी गई दुष्प्रचार, गलत सूचना और दुर्भावनापूर्ण सूचना की श्रेणियों को वास्तविक समाचार आख्यान में विभिन्न रुझानों के साथ मिलाया नहीं जाना चाहिए।

3 क्रॉसचेक, 2017. क्या फ्रांसीसी राष्ट्रपति पद के लिए मैक्रों का अभियान सऊदी अरब द्वारा वित्त-पोषित था ? <https://crosscheck.firstdraftnews.org/checked-french/macrons-campaign-french-presidency-financed-saudi-arabia/> पर उपलब्ध [03/04/2018 को देखा गया]।

4 क्रॉसचेक, 2017. क्या इमैनुएल मैक्रों ने एक ऑफशोर अकाउंट खोला ? क्रॉसचेक, <https://crosscheck.firstdraftnews.org/checked-french/emmanuel-macron-open-offshore-account/> पर उपलब्ध [03/04/2018 को देखा गया]।

5 एक उदाहरण यह अफवाह थी कि ब्रिटेन में मुसलमानों ने इस हमले का जश्न मनाया। इसे क्रॉसचेक प्रोजेक्ट द्वारा खारिज कर दिया गया था: क्रॉसचेक, (22 अप्रैल, 2017) क्या लंदन के मुसलमानों ने चैम्प्स-ईलाईसीज पर आतंकवादी हमला किया? क्रॉसचेक, <https://crosscheck.firstdraftnews.com/checked-french/london-muslims-celebrate-terrorist-attack-champs-elysees/> पर उपलब्ध [03/04/2018 को देखा गया]।

6 नेआले, एस. (1977)। प्रचार। स्क्रीन 18-3, पृष्ठ 9-40

उदाहरण के लिए, एक पत्रकार लिख सकता है, "जबकि बर्नी मैडोफ के लीग को नहीं, लेकिन इस नए मामले में कथित धोखाधड़ी से छोटे निवेशकों को काफी अधिक नुकसान हुआ है।" एक अन्य लेखक वैध तरीके से इसे दूसरी तरह से लिख सकता है: "इस नए मामले में कथित धोखाधड़ी ने छोटे निवेशकों का काफी अधिक नुकसान किया है, लेकिन यह बर्नी मैडोफ के लीग में नहीं है।" दूसरा वाक्यांश नए मामले के तुलनात्मक महत्व को अधिक कम करता है। इन उदाहरणों में अलग-अलग ढंग से जोर देने का मामला वास्तव में गलत सूचना या दुष्प्रचार के तहत नहीं आता है। ये एक ही स्थिति की व्याख्या दो वैध तरीकों से करते हैं।

मुद्दा यह है कि कहानी समाचारों में मौजूद है, साथ ही दुष्प्रचार, गलत सूचना और दुर्भावनापूर्ण सूचना भी मौजूद है। इस प्रकार कहानी इस तरह से लिखी गई है कि खबर में मुख्य रूप से किन तथ्यों को चुना जाता है (या ये तथ्य किस तरह से बनाए गए हैं या घातक सूचना देने के लिए संदर्भ के बाहर से लिए गए हैं)। किसी अपराध पर कोई समाचार रिपोर्ट दुष्प्रचार नहीं है या उसके चर्चे भाई इसे अपराधी और पीड़ित की तथाकथित जाति या राष्ट्रीयता के उल्लेख को प्रासंगिक तौर पर देख सकते हैं। एक तथ्य यह है कि एक कथित लुटेरा एक प्रवासी और एक पुरुष है, और उसकी स्पष्ट शिकार एक नागरिक है, जो महिला हो सकती है; क्या वास्तव में कहानी के लिए यह बात कोई महत्व रखती है, लेकिन, यह पत्रकार की छानबीन का एक पहलू है, और विशेष रूप से विचारधारा, परिप्रेक्ष्य और महत्व और कारण से जुड़े संबंध कहानी का हिस्सा हैं जो रिपोर्ट जाने-अनजाने में 'प्रस्तुत' करता है। यह एक कारण है कि "तथ्य-जांच" को "कहानी का खुलासा करने" के साथ सहायक के तौर पर पेश किया जा सकता है – यानी अर्थ के स्वरूप की जांच करना जिसके तहत तथ्य और गैर-तथ्य विशेष उद्देश्यों के लिए जुटाए जाते हैं। वैध पत्रकारिता के तहत आख्यान भिन्न-भिन्न हो सकते हैं, और उनके होने का मतलब यह नहीं है कि यदि संचार के अन्य रूपों में कहानी की तुलना की जाए तो पत्रकारिता अपनी विशेषता खो देगी, जैसा कि नीचे सात सूत्रों में दर्शाया गया है:

1. व्यंग्य और हास्य व्यंग्य

दुष्प्रचार और गलत सूचना के बारे में सामान्य रूप में व्यंग्य को शामिल करना शायद आश्वर्य की बात है। व्यंग्य और हास्य व्यंग्य को कला का एक रूप माना जा सकता है। हालांकि, एक ऐसी दुनिया में जहाँ लोग अपने सोशल फ़िड के माध्यम से तुरंत जानकारी प्राप्त करते हैं, वहाँ भ्रम की स्थिति तब उत्पन्न हो जाती है जब वे यह नहीं समझ पाते कि कोई साइट एक व्यंग्य है। इसका एक उदाहरण खबरिस्तान टाइम्स का है, जो एक व्यंग्य संतंभ और साइट है जो न्यूज़ साइट पाकिस्तान टूडे का हिस्सा था⁷ 7 जनवरी 2017 को, पाकिस्तान में साइट को ब्लॉक कर दिया गया था और इसलिए प्रकाशन बंद कर दिया⁸।

2. झूठा कनेक्शन

जब सुर्खियां, दृश्य या शीर्षक सामग्री से मेल नहीं खाते हैं, तो यह झूठे कनेक्शन का एक उदाहरण है। इस प्रकार की सामग्री का सबसे आम उदाहरण क्लिक-प्रलोभन सुर्खियां हैं। दर्शकों का ध्यान आकर्षित करने की बढ़ती प्रतिस्पर्धा के साथ, संपादकों को सुर्खियों इस तरह से लिखनी पड़ती हैं कि लोग प्रलोभन में पड़कर उसे कर दें, लेकिन जब लोग लेख पढ़ते हैं तो उन्हें लगता है कि उन्हें धोखा दिया गया है। इसका एक जबरदस्त उदाहरण द पोलिटिकल इनसाइडर

⁷ पाकिस्तान टूडे (2018)। मानविज्ञानी दूर-दराज अलग-थलग रहने वाले आदिवासियों से संपर्क करते हैं, और आज भी राहील शरीफ का शुक्रिया अदा करते हैं। [ऑनलाइन] पी.खबरिस्तान टूडे। <https://www.pakistantoday.com.pk/2017/01/11/anthropologists-make-contact-with-remote-cut-off-tribe-still-thanking-raheel-sharif/> पर उपलब्ध [06/04/2018 को देखा गया]।

⁸ यहाँ परामर्श के लिए संसाधनों में से एक पुस्तक सह-संपादक, जूली पोसेटी के साथ ऐलिस मैथ्यूज द्वारा लिखी गई है, (टीबीए) पर उपलब्ध।

वेबसाइट पर देखा जा सकता है⁹। यह तब भी हो सकता है जब दृश्यों या शीर्षक का उपयोग किया जाता है, विशेष रूप से फेसबुक जैसी साइटों पर, एक निश्चित छाप छोड़ने के लिए, जिसके साथ पढ़ने के लिए कोई सामग्री नहीं होती है। लेकिन जब लोग लेखों पर क्लिक किए बिना (जो अक्सर होता है) के माध्यम से अपने सोशल एकाउंट पर फ़िट के माध्यम से स्कॉल करते हैं, तो भ्रामक दृश्य और शीर्षक विशेष रूप से धोखा देने वाले सकते हैं।

3. भ्रामक सामग्री

इस प्रकार की सामग्री तब होती है जब फ़ोटो को क्रॉप करके, या चुनिंदा उद्धरण या आंकड़ों को चुनकर कुछ तरीकों से मुद्दों या व्यक्तियों को निशाना बनाने के लिए जानकारी का भ्रामक उपयोग किया जाता है। इसे फ्रेमिंग थोरी¹⁰ कहा जाता है। कुछ उदाहरण Rappler.com पर दिए गए हैं।¹¹ दृश्य भ्रामक जानकारी का प्रसार करने के लिए सबसे शक्तिशाली वाहक होते हैं, क्योंकि हमारे दिमाग में दृश्यों की आलोचना करने की गुंजाइश बहुत कम होती है।¹² संपादकीय सामग्री की नकल करने वाले "देशी" या भुगतान किए गए विज्ञापन भी इस श्रेणी में आते हैं जब इनकी कुछ रूप में प्रायोजित के रूप में पहचानी की जाती है।¹³

4. झूठा संदर्भ

'फर्जी खबर' शब्द के इतना अधिक असहाय होने का एक कारण यह है कि अक्सर ऐसा देखा जाता है कि वास्तविक सामग्री को उसके मूल संदर्भ से लेकर फिर से परिचालित कर दिया जाता है। उदाहरण के लिए, 2007 में वियतनाम से खींची गई एक तस्वीर, को सात वर्ष बाद फिर से यह कहते हुए साझा कर दिया गया था कि यह नेपाल में 2015 में आए भूकंप के बाद की एक तस्वीर है।¹⁴

5. धोखा देने वाली सामग्री

पत्रकारों के साथ सबसे बड़ी समस्या यह है कि उनके नाम से लेख लिख दिए जाते हैं जबकि उन्होंने इन्हें लिखा ही नहीं होता है, या उनके संगठन का लोगो उन वीडियो या तस्वीरों में उपयोग कर दिया जाता है जो उन्होंने नहीं बनाए होते। उदाहरण के लिए, 2017 में केन्याई चुनावों से पहले, बीबीसी अफ्रीका को पता चला कि किसी ने फोटोशॉप्ट बीबीसी लोगो और स्ट्रैप लाइन के साथ एक वीडियो बना दिया था, और यह व्हाट्सएप पर घूम रहा था।¹⁵ इसलिए उन्हें एक वीडियो बनाना पड़ा जिसे उन्होंने सोशल मीडिया पर शेयर करते हुए लोगों को मनगढ़त वीडियो से बेवकूफ न बनाने की चेतावनी दी।

9 पॉलिटिकल इनसाइडर (2015)। पहली बार वोटर ने जीत का स्वाद चखने के लिए 92 साल इंतजार किया... आगे जो हुआ वह हैरतअंगेज है! [ऑनलाइन] <https://thepoliticalinsider.com/first-time-voter-waited-92-years-to-meet-trump-what-happened-next-is-amazing/> [accessed 06/04/2018] पर उपलब्ध। [06/04/2018 को देखा गया]।

10 एंटरप्रैन, आर., मैथेस, जे. और पेलिकनो, एल. (2009)। समाचार तैयार करने की प्रकृति, स्रोत और प्रभाव। इन: के. वाह-जोर्जेन्सन और टी. हनीत्स्चो (योगदानकर्ता), संपादन., हैंडबुक ऑफ जनलिज्म स्टडीज। [ऑनलाइन] न्यूयॉर्क: रूटलेज, पृष्ठ.196-211, <https://centreforjournalism.co.uk/sites/default/files/richardpendry/Handbook%20of%20Journalism%20Studies.pdf> पर उपलब्ध। [03/04/2018 को देखा गया]।

11 पुंगबायन, जे. (2017)। क्या वास्तव में परिवर्तन आया है? भ्रामक ग्राफ और उनका कैसे पता लगाए। Rappler.com। [ऑनलाइन] <https://www.rappler.com/thought-leaders/20177731-duterte-change-fake-news-graphs-spot> पर उपलब्ध। [06/04/2018 को देखा गया]।

12 इस पाठ के अपेक्षित अध्ययन खंड में हन्नाह गे का लेख देखें

13 मॉब्यूल तीन देखें

14 फाम, एन. (2018)। वियतनाम से भयावाह नेपाल भूकंप पीड़ितों फोटो। बीबीसी। [ऑनलाइन] <http://www.bbc.co.uk/news/world-asia-32579598> <https://www.rappler.com/thought-leaders/20177731-duterte-change-fake-news-graphs-spot> पर उपलब्ध [06/04/2018 को देखा गया]

15 बीबीसी (2017)। केन्या चुनाव: नकली सीएनएन और बीबीसी समाचार रिपोर्ट प्रसारित। [ऑनलाइन] <http://www.bbc.co.uk/news/world-africa-40762796> पर यहां उपलब्ध। [06/04/2018 को देखा गया]।

6. छेड़छाड़ की गई सामग्री

छेड़छाड़ की गई सामग्री वह होती है जब धोखा देने के लिए वास्तविक सामग्री से छेड़छाड़ की जाती है। दक्षिण अफ्रीका का एक उदाहरण देखिए, जब हफपोस्ट एडिटर-एट-लार्ज फेरियल हफकाजी को छेड़छाड़ की गई एक तस्वीर में उन्हें व्यापारी जोहान रूपर्ट की गोद में बैठा दिखाया गया – जिसके द्वारा उनका व्यापारी के साथ व्यक्तिगत रिश्ते का आरोप लगाया गया था।¹⁶

7. मनगढ़ंत सामग्री

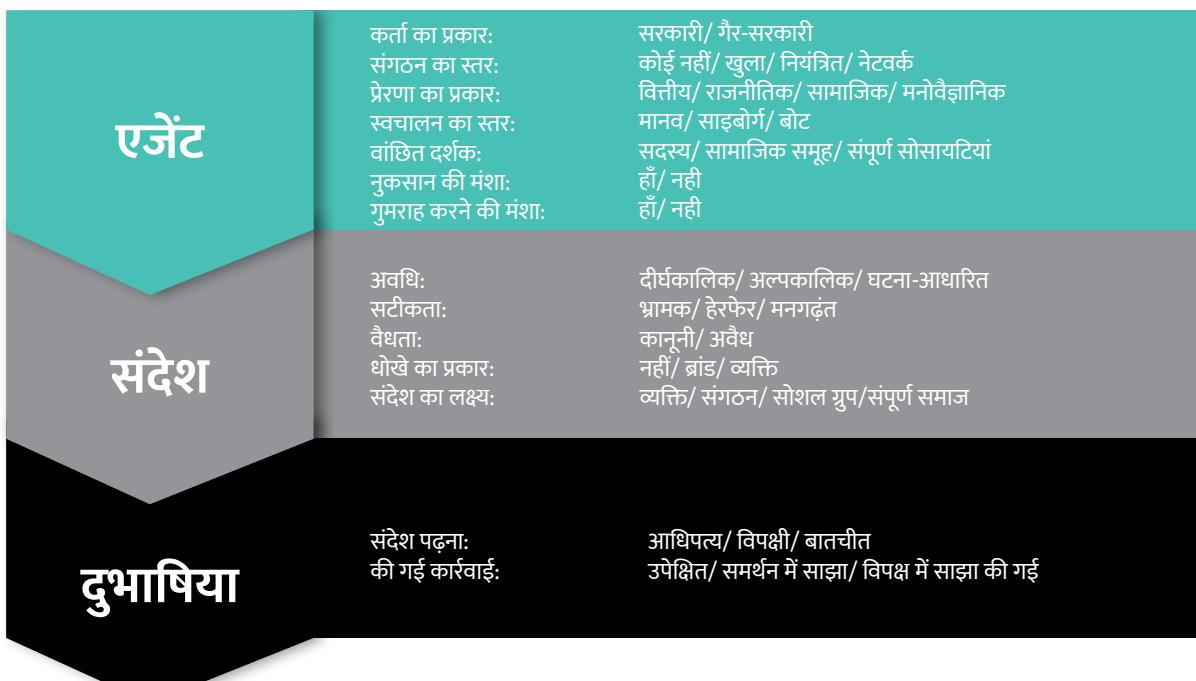
इस प्रकार की सामग्री पाठ का प्रारूप हो सकती है, जैसे पूरी तरह से मनगढ़ंत 'समाचार साइट', जैसे डब्ल्यूटीओई५ न्यूज़, स्वयं-भू काल्पनिक समाचार साइट जिसने एक लेख प्रकाशित किया जिसमें यह सुझाव दिया गया था कि पोप ने राष्ट्रपति के लिए डोनाल्ड ट्रम्प का समर्थन किया था। या यह एक दृश्य हो सकता है, जैसा कि मामला था जब एक ग्राफिक बनाया गया था जिसमें गलत तरीके से यह सुझाव दिया कि लोग एसएमएस के जरिए हिलेरी क्लिंटन के लिए वोट कर सकते हैं।¹⁷ इन ग्राफिक्स ने संयुक्त राज्य अमेरिका में राष्ट्रपति चुनाव के मद्देनज़र सोशल नेटवर्क पर अल्पसंख्यक समुदायों को निशाना बनाया था।

आम तौर पर जनता, और विशेष रूप से पत्रकारों को अलग से 'भ्रामक सूचना' के 'तत्वों': एजेंट, संदेश और दुभाषिए की जांच करने की जरूरत होती है। इस मैट्रिक्स में, ऐसे प्रश्न हैं जिन्हें प्रत्येक तत्व से पूछने की आवश्यकता होती है। जो एजेंट कोई मनगढ़ंत संदेश बनाता है, वह उस एजेंट से अलग हो सकता है जिसने उस संदेश को लिखा है - जो संदेश वितरित करने वाले 'एजेंट' से भी अलग हो सकता है। इसी तरह, ये एजेंट कौन हैं और वे किस मकसद से ऐसा कर करते हैं, इस बारे में पूरी तरह से समझने की जरूरत है। एजेंटों द्वारा वितरित किए जा रहे विभिन्न प्रकार के संदेशों को भी समझने की आवश्यकता है, ताकि हम प्रत्येक के पैमाने का आकलन शुरू कर सकें और उनका समाधान शुरू कर सकें (आज भी यह बहस मनगढ़ंत टेक्स्ट न्यूज़ साइटों पर उपलब्ध है, लेकिन इसकी दृश्य सामग्री इतनी अधिक व्यापक और फैली हुई है कि इसका पता लगाना और इसे नष्ट करना काफी मुश्किल है)।

अंत में, 'भ्रामक सूचना' के तीन अलग-अलग चरणों: निर्माण, उत्पादन और वितरण पर विचार करने की आवश्यकता है (चित्र 2)। यह महत्वपूर्ण है कि 'भ्रामक सूचना' के विभिन्न चरणों को उसके तत्वों के साथ विचार किया जाए क्योंकि जिस एजेंट ने इस सामग्री को बनाया है, वह अक्सर इसके सृजनकर्ताओं और प्रसारकों से अलग होता है।

¹⁶ हाफजी, एफ. (2017)। फेरियल हाफीज़: गुप्ता फर्जी खबर फैक्टरी और मैं। हफपोस्ट साउथ अफ्रीका। [ऑनलाइन] https://www.huffingtonpost.co.za/2017/06/05/ferial-haffajee-the-gupta-fake-news-factory-and-me_a_22126282 पर उपलब्ध। [06/04/2018 को देखा गया]।

¹⁷ हाल्टिंगर, जे. (2016)। ट्रम्प ट्रॉल्स ने हिलेरी क्लिंटन के समर्थकों से कहा कि वे टेक्स्ट के माध्यम से वोट कर सकते हैं। ईलीट डेली। <https://www.elitedaily.com/news/politics/trump-trolls-hillary-clinton-voting-text-message/1680338> पर उपलब्ध। [23/03/2018 को देखा गया]।



चित्र 2: 'भ्रामक सूचना' के तीन तत्त्व

उदाहरण के लिए, मास्टरमाइंड जिसने राज्य प्रायोजित दुष्प्रचार अभियान 'बनाया है' की मंशा अभियान के विषयों को विशिष्ट पोस्ट में बदलने का काम करने वाले तथा कम भुगतान पाने वाले 'ट्रॉल्स' से बहुत अलग हैं। और जब एक बार कोई संदेश वितरित कर दिया जाता है, इसे पुनः पेश किया जा सकता है और आगे असंख्य लोगों को, विविध लोगों द्वारा, सभी की अलग मंशा के साथ आगे वितरित किया जा सकता है। उदाहरण के लिए, एक सोशल मीडिया पोस्ट को कई समुदायों द्वारा वितरित किया जा सकता है, जिससे इसके संदेश को मुख्यधारा के मीडिया द्वारा उठाया और पुनः पेश किया जा सकता है (बिना कोई जांच किए) और आज भी आगे अन्य समुदायों को वितरित किया जाता है। केवल इस तरीके से 'भ्रामक सूचना' को अलग करके ही हम इन बारीकियों को समझ सकते हैं।¹⁸

18 संपादकों की टिप्पणी: एक अन्य ग्राफिक जिस पर विचार किया जा सकता है, नीचे पुनः प्रस्तुत किया गया है:

	कर्ता: सरकारें, मनोचिकित्सक, राजनीतिक दल, उद्यमी, पीआर फर्म, व्यक्ति, मीडिया	सॉफ्टवेयर सक्षमता
सामग्री बनाएँ -उदाहरण के लिए कहानियां, टिप्पणियां, "पसंद", वीडियो, मेम।	प्रायः छिपाई या चोरी की गई या झूठी आईडी	इंटरएक्टिव इंटरफेस
सामग्री प्रसारित करें जैसे साझा करने और जोड़ने के रूप में	मदद के लिए स्वायत्त कार्यक्रम की मदद लें	स्वायत्त कार्यक्रम
सामग्री "संपादित करें": बदलें/ संशोधन करें, सीमित करें और चुनें	हैकिंग और गेमिंग	एल्गोरिदम

तालिका: नुकसान पहुंचाने की रूपरेखा - सूचना की अखंडता को कैसे दूषित किया जा सकता है

एक वायरल कहानी प्रकाशित करने वाली साइट का उदाहरण है कि पोप ने राष्ट्रपति पद के उम्मीदवार डोनाल्ड ट्रम्प का समर्थन किया, सबसे प्रसिद्ध कहानियों में से एक है। यह 'भ्रामक सूचना' के विभिन्न चरणों के बारे में विचार करने के लिए एक उपयोगी केस स्टडी है (चित्र 3 देखें)।¹⁹

निर्माण

किसी अज्ञात व्यक्ति द्वारा लिखा गया लेख।

उत्पादन

डब्ल्यूटीओई5 न्यूज साइट, जो 43 गढ़ी गई न्यूज साइटों के नेटवर्क का हिस्सा है, पर प्रकाशित लेख जो 750 से अधिक लेख प्रकाशित करता है।

वितरण

जाली साइटों के इस नेटवर्क के लिए काम करने वाले किसी व्यक्ति द्वारा फेसबुक पर साझा किया गया लेख।

पुनःउत्पादन

अधिक लाभ कमाने के लिए लेख के प्रभाव को बढ़ाने के लिए जाली न्यूज साइट नेटवर्क से जुड़े लोगों द्वारा साझा किया गया लेख।

ट्रम्प समर्थकों द्वारा फेसबुक पर साझा किया गया लेख

ट्रम्प की जीत में रुचि रखने वाली ताकतों द्वारा साझा किया गया लेख (उदाहरण के लिए ट्रेल कारखानों या स्वायत्त नेटवर्क द्वारा प्रोत्साहित सामग्री)।

हिलेरी क्लिंटन समर्थकों द्वारा साझा किया गया लेख इस बात का सबूत है कि ट्रम्प समर्थकों को कैसे मूर्ख बनाया जा सकता है।



चित्र 3: 'भ्रामक सूचना' के चरण

मॉड्यूल का लक्ष्य

- ▶ ऑनलाइन पाई गई दुष्प्रचार और गलत सूचना के व्यापक आयामों के बारे में विचार करते हुए जानकारी का अधिक समझदार उपभोक्ता बनना।
- ▶ ऐसे लोगों (अक्सर गुमनाम या छद्म) के बारे में गंभीरता से विचार करना, जो इस प्रकार की सूचना का सृजन करते हैं, उन्होंने क्या प्रारूप लिया है, इसकी कैसे व्याख्या की जा सकती है और यह कैसे फैलता है।
- ▶ 'भ्रामक सूचना' की जटिलताओं को समझने के लिए, विशेष रूप से उन लोगों के बीच अंतर करने की आवश्यकता है जो इस प्रकार की जानकारी गढ़ते हैं, जिन प्रारूपों का वे उपयोग करते हैं और दर्शक जिस तरह से उन संदेशों को साझा करते हैं।
- ▶ दुष्प्रचार और गलत सूचना की चुनौतियों से निपटने के लिए हमारे समक्ष आने वाली कठिनाइयों पर विचार करने में सक्षम होना।

¹⁹ डब्ल्यूटीओई5 न्यूज (2016). पोप फ्रांसिस ने दुनिया को स्तब्द करते हुए, राष्ट्रपति के लिए डोनाल्ड ट्रम्प का समर्थन किया, बयान जारी किया। [ऑनलाइन] <https://web.archive.org/web/20161115024211/http://wtoe5news.com/us-election/pope-francis-shocks-world-endorses-donald-trump-for-president-releases-statement/> पर उपलब्ध [06/04/2018 को देखा गया]।

- इस मुद्दे पर बल देने के लिए कि 'भ्रामक सूचना' लोकतंत्रों और खुले समाजों को कैसे प्रभावित करती है - पिछले मॉड्यूल का विषय।



सीखने का परिणाम

इस पाठ्यक्रम के अंत तक, प्रतिभागी निम्नलिखित कर सकेंगे:

1. उन तरीकों की सराहना करें जिनमें इस विषय पर राजनेताओं, समाचार मीडिया और शिक्षाविदों द्वारा चर्चा और आकार दिया गया है।
2. जानें कि 'भ्रामक सूचना' के बारे में सोचना कैसे नुकसानदेह और मिथ्यापन है।
3. गलत सूचना और दुष्प्रचार के प्रकारों को समझें और उन्हें विभिन्न उदाहरणों पर लागू करें।
4. दुष्प्रचार के किसी उदाहरण के बारे में गंभीरता से सोचें, पता लगाएं कि इसे किसने शुरू किया और/या इसका सृजन किया, क्या संदेश कैसा दिखता था और यह दर्शकों द्वारा किस तरह इसकी व्याख्या की गई होगी।
5. किसी और को समझाएं कि यह क्यों महत्वपूर्ण है कि हम इस मुद्दे के बारे में ध्यान से सोचें।



मॉड्यूल का प्रारूप

सैद्धांतिक व्याख्यान और अभ्यास कार्यशाला:

इस मॉड्यूल की स्लाइड को दीर्घावधि तक परस्पर चर्चा कार्यशाला का समर्थन करने के लिए डिजाइन किया जाता है।

हालांकि, इस पाठ्यक्रम के उद्देश्य के लिए, उपर्युक्त पाठ को सैद्धांतिक व्याख्यान के आधार के रूप में सुझाया गया है। स्लाइडों के भीतर शामिल व्यावहारिक अभ्यास 90 मिनट के ट्यूटोरियल के हिसाब से बनाया गया है। शिक्षकों को चर्चा के सवालों और अभ्यासों का उपयोग करते हुए स्लाइडों के माध्यम से काम करना चाहिए।

अभ्यास 1: नीचे चित्र 4 को देखो, जो '7 प्रकार की दुष्प्रचार और गलत सूचना' बताते हैं। जोड़े या छोटे समूहों में, प्रतिभागियों को इन श्रेणियों में आने वाले उदाहरण देने के लिए कहा जा सकता है।²⁰

²⁰ स्लाइड इस लिंक से डाउनलोड की जा सकती है: https://en.unesco.org/sites/default/files/fake_news_syllabus_-_model_course_1_-_Slide_deck.pdf



चित्र 4: 'भ्रामक सूचना' की सात श्रेणियां - firstdraftnews.org

अभ्यास 2: चित्र 1 देखें, जो गलत सूचना, दुष्प्रचार और 'दुर्भावनापूर्ण सूचना' के बीच अंतर बताता है। क्या आप इससे सहमत हैं? इसमें क्या कमी है? क्या ऐसा कुछ है जिसे आप चुनौती देंगे?

सीखने के परिणामों के साथ योजना को जोड़ना

क. सैद्धांतिक

व्याख्यान	घंटों की संख्या	सीखने के परिणाम
प्रस्तुति और कक्षा चर्चा: दुष्प्रचार और गलत सूचना के हाल के मामलों के बारे में पिछली जानकारी को साझा करना।	90 मिनट	1

ख. सैद्धांतिक

व्याख्यान	घंटों की संख्या	सीखने के परिणाम
अभ्यास 1: चित्र 4 देखें, जो गलत सूचनाओं और दुष्प्रचार के प्रकारों के बारे में बताता है, और जोड़े या छोटे समूहों में, ऐसे उदाहरण खोजें जो इन श्रेणियों में आते हों।	45 मिनट	2

अध्यास 2: चित्र 1 देखें, जो गलत सूचना, दुष्प्रचार और 'दुर्भावनापूर्ण सूचना' के बीच अंतर बताता है। क्या आप इससे सहमत हैं? इसमें क्या कमी है? क्या ऐसा कुछ है जिसे आप चुनौती देंगे?

45 मिनट

3

सुझाए गए कार्य

एक व्याख्यात्मक वीडियो के लिए एक स्टोरीबोर्ड बनाएं कि कोई सोशल मीडिया कंपनी न्यूजफिड के शीर्ष पर चल सकती है ताकि उनके उपयोगकर्ताओं को इस बारे में शिक्षित किया जा सके कि जब वे साइट पर जानकारी प्राप्त कर रहे हैं तो उन्हें क्या देखना चाहिए। प्रतिभागी इनमें दुष्प्रचार और गलत सूचना के उदाहरण शामिल कर सकते हैं जिनका उन्होंने इस मॉड्यूल के दौरान केवल 'पसंद', 'साझा करें' पर विलक करने से उत्पन्न जोखिमों का सामना किया था, और उन पोस्ट पर टिप्पणी कर सकते हैं जहां पाठक ने यह पता नहीं लगाया कि इसके सच होने की संभावना है या नहीं। एक साधारण स्टोरीबोर्डिंग टूल यहां देखा जा सकता है: <http://www.storyboardthat.com/>

सामग्री

स्लाइड्स: https://en.unesco.org/sites/default/files/fake_news_syllabus_-_model_course_1_-_slide_deck.pdf

पढ़ें

बर्जर, जी. 2017. फर्जी खबरें और पेशेवर और नैतिक पत्रकारिता का भविष्य। 6 सितंबर 2017 को यूरोपीय संसद के संयुक्त उग्रवाद/डिजिटल यूरोप कार्य समूह सम्मेलन द्वारा आयोजित सम्मेलन में प्रस्तुति : https://en.unesco.org/sites/default/files/fake_news_berger.pdf

बसबाय, एम.आर्ड. खान और ई. वाटलिंग (2017) ब्रिटेन के चुनाव के दौरान गलत सूचना के प्रकार, फर्स्ट ड्राफ्ट न्यूज, <https://firstdraftnews.com/misinfo-types-uk-election/> पर उपलब्ध।

गे, एच. (2017) क्यों हमें दृश्यों के माध्यम से गलत सूचना को समझने की जरूरत है, फर्स्ट ड्राफ्ट न्यूज, <https://firstdraftnews.com/understanding-visual-misinfo/> पर उपलब्ध।

कार्लोवा, एन.ए. और फिशर, के.ई. (2012) "प्लीज आरटी": मानव सूचना व्यवहार को समझने के लिए गलत सूचना और दुष्प्रचार का एक सामाजिक प्रसार मॉडल। आईएसआईसी2012 (टोक्यो) की कार्यवाही। https://www.hastac.org/sites/default/files/documents/karlova_12_isic_misdismodel.pdf पर उपलब्ध।

सिल्वरमैन, सी. (2017) इस तरह बनाया जाता है आपका अतिपक्षातपूर्ण राजनीतिक समाचार, बज़फिड न्यूज, <https://www.buzzfeed.com/craigsilverman/how-the-hyperpartisan-sausage-is-made?> पर उपलब्ध।

वार्डल, सी. एंड एच. डेराखशान (2017) विकृत सूचना: अनुसंधान और नीति-निर्माण के लिए एक अंतःविषयक ढांचे की ओर। यूरोप परिषद। <https://firstdraftnews.com/resource/coe-report/> पर उपलब्ध

वार्डल, सी. एंड एच. डेराखशान (2017) एक साल बाद, हम अभी भी ऑनलाइन विकृत सूचना की जटिलता को नहीं पहचान रहे हैं, फर्स्ट ड्राफ्ट न्यूज, https://firstdraftnews.org/coe_infodisorder/ पर उपलब्ध

जुकरमैन, ई. (2017) फर्जी खबर कहना बंद करो, यह मदद नहीं कर रहा है, मेरा दिल अकरा में है <http://www.ethanzuckerman.com/blog/2017/01/30/stop-saying-fake-news-its-not-helping/> पर उपलब्ध

समाचार उधोग कायाकल्प: डिजिटल प्रौद्योगिकी, सोशल प्लेटफार्म तथा गलत सूचना और दुष्प्रचार का प्रसार

जूली पोसेटी

मॉड्यूल 3

सारांश

डिजिटल युग को 'पत्रकारिता के लिए स्वर्णिम युग' बताया गया है¹। दरअसल, इसने महत्वपूर्ण डेटा उपलब्ध कराया है जिससे खोजी पत्रकारिता में अभूतपूर्व उपलब्धियां हासिल हुई हैं², अब माउस के एक क्लिक पर असंख्य सहयोगी रिपोर्टिंग के नए मॉडल, और ज्ञान के खजाने और विविध स्रोतों का उपयोग किया जा सकता है। इसने समाचार उद्योग में मौजूदा अभूतपूर्व चुनौतियों से निपटने और ढांचागत परिवर्तनों को भी अंजाम दिया है। पत्रकारिता 'निशाने पर' है³, वह अनेक दबावों का आभासी 'अभूतपूर्व तूफानों' के रूप में सामना कर रहा है जो 'भ्रामक सूचना' को जन्म देते हैं⁴ इनमें निम्नलिखित शामिल हैं:

- कंप्यूटर आधारित प्रचार⁵ और 'अनास्था का बढ़ना।'⁶
- विज्ञापन के डिजिटल व्यवधान ने समाचार प्रकाशन के पारंपरिक व्यापार मॉडल को ध्वस्त कर दिया है, और बड़े पैमाने पर बेरोजगारी बढ़ी है।
- प्रिंट विज्ञापन को बदलने को लेकर डिजिटल विज्ञापन द्वारा पत्रकारिता का समर्थन करने में विफल रहना (गुगल और फेसबुक अब डिजिटल विज्ञापन बिक्री के मुख्य लाभार्थी हैं)।⁷
- डिजिटल से सामग्री के प्रयोग, उत्पादन, प्रकाशन और वितरण के तरीके में बदलाव आ रहा है, जिससे कार्य पूरा करने का दबाव काफी बढ़ रहा है और इससे अतिरिक्त नौकरियों का नुकसान हो रहा है डिजिटल से सामग्री के प्रयोग, उत्पादन, प्रकाशन और वितरण के तरीके में बदलाव आ रहा है, जिससे कार्य पूरा करने का दबाव काफी बढ़ रहा है और इससे अतिरिक्त नौकरियों का नुकसान हो रहा है।
- पत्रकारों (विशेष रूप से महिलाओं), उनके स्रोतों और उनके दर्शकों के ऑनलाइन उत्पीड़न को लक्षित किया जा रहा है।⁸
- सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म दर्शकों को सामग्री की खोज और वितरण⁹ में सबसे आगे रखते हैं, और उन्हें समाचार लिखने में सहयोगी बनाते हैं (जो कई लाभ प्रदान करता है लेकिन पुराने समाचार मीडिया की नियंत्रण करने के आधार को अस्थिर करता है और सत्यापन मानकों को प्रभावित करता है)।¹⁰

1 पोसटी, जे. (2017)। डिजिटल युग में पत्रकारिता के स्रोतों की रक्षा यूरेस्को, पेरिस। पृष्ठ 104 <http://unesdoc.unesco.org/images/0024/002480/248054E.pdf> [01/04/2018 को देखा गया]। (आईसीआईजे निदेशक, जेराई रिले का हवाला देते हुए)

2 ओबरमेयर, बी. एंड ओबरमेयर, एफ. (2016)। पनामा पेपर्स: कैसे अमीर और शक्तिशाली लोग अपने पैसे को छिपाते हैं, की कहानी का खुलासा, वन वर्ल्ड, लंदन

3 यूनेस्को (2018)। अधिवक्ति और मीडिया विकास की स्वतंत्रता में विश्व रुझान 2017/2018. यूनेस्को, पेरिस। <http://unesdoc.unesco.org/images/0025/002597/259756e.pdf> [29/03/2018 को देखा गया]।

4 वार्डल, सी. और डेराखशान, एच. (2017)। यूरोप परिषद, ओप सिट. नोट: 2018 अंतर्राष्ट्रीय पत्रकारिता उत्सव में अध्याय लेखक द्वारा बुलाई गई एक पैनल चर्चा की वीडियो रिकॉर्डिंग एक संसाधन है जिसे प्रशिक्षक इस मॉड्यूल के संचालन के लिए उपयोग करना चाहेंगे <https://www.journalismfestival.com/programme/2018/journalisms-perfect-storm-confronting-rising-global-threats-from-fke-news-to-censorship-surveillance-and-the-killing-of-journalists-with-impunity>

5 क्लार्क, आर. एंड गाइमिसी, बी. (2017)। फर्जी खबरों के बारे में तथ्यों का पता लगाना: द कंप्यूटेशनल प्रोपेंडा परियोजना। आईसीटी। <http://www.oecd.org/governance/digging-up-facts-about-fake-news-the-computational-propaganda-project.htm> [01/04/2018 को देखा गया]।

6 यूनेस्को (2017)। राज्य और पत्रकार 'फर्जी खबरों' से निपटने के लिए कदम उठा सकते हैं। यूरेस्को, पेरिस। <https://en.unesco.org/news/states-and-journalists-can-take-steps-counter-fake-news> [29/03/2018 को देखा गया]।

7 कोलेटे, जे. (2017)। गुगल और फेसबुक वैश्विक विज्ञापन आय का पांचवां हिस्सा लाते हैं गर्जियन, 2 मई 2017. <https://www.theguardian.com/media/2017/may/02/google-and-facebook-bring-in-one-fifth-of-global-ad-revenue> [29/03/2018 को देखा गया]।

8 देखें मॉड्यूल सात

9 नीलसन, आर.के. एंड श्रेडर, सी.के. (2014)। डिजिटल पत्रकारिता में समाचारों तक पहुंचने, खोजने और जोड़ने के लिए सोशल मीडिया का सापेक्ष महत्व, 2 (4) <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/21670811.2013.872420> [29/03/2018 को देखा गया]।

10 पोसेटी, जे. और सिल्वरमैन, सी. (2014)। जब अच्छे लोग बुरी बातें साझा करते हैं: न्यूजरूम 2014 में पोसेटी (संपा.) रुझान में सोशल मीडिया सत्यापन के मूल सिद्धांत (वैन-आईएफआरए, पेरिस)। http://www.wan-ifra.org/sites/default/files/field_media_image_file_attach/WAN-IFRA_Trends_Newsrooms_2014.pdf [29/03/2018 को देखा गया]।

- 'मांग पर' समाचार, मोबाइल डिलीवरी और सोशल मीडिया पर आवश्यकता अनुसार सभी चीज़ें प्राप्त करने की दर्शकों की उम्मीदों के कारण समाचार पेशेवरों पर लगातार दबाव बढ़ता जा रहा है जो कभी न खत्म होने वाले समाचार चक्र में संसाधनों की कमी का सामना कर रहे हैं।
- समाचार पर नियंत्रण के हटते ही समाचार प्रकाशक दर्शकों पर अपनी पकड़ बनाने के लिए संघर्ष कर रहे हैं, सामग्री का उत्पादन करने के लिए किसी भी व्यक्ति या संस्था को अधिकार देना, पारंपरिक द्वारपालों को दरकिनार करना, आकर्षित करने के लिए प्रतिस्पर्धा करना – जिसमें शक्तिशाली राजनेताओं द्वारा महत्वपूर्ण रिपोर्टिंग की विश्वसनीयता की अनदेखी करना शामिल है।¹¹
- अखबारों की विफलता से उत्पन्न खालीपन को भरने के लिए लाभ कमाने के उद्देश्य से सीमित प्रभाव वाले अनेक नए डिजिटल-केवल मीडिया स्टार्टअप का उदय।
- पत्रकारिता और मैन मीडिया संगठनों के प्रति विश्वास घटने से दर्शकों का छितरना, जिससे लाभ कम हो गया, और 'भ्रामक सूचना' के प्रसार को मौका मिला।

परिणामस्वरूप, तथ्य, मनोरंजन, विज्ञापन, निर्माण और कल्पना के बीच की रेखाएं तेजी से धुंधली हो रही हैं। और जब दुष्प्रचार और गलत सूचना प्रकाशित होती है, तो सोशल न्यूज वितरण प्रणाली, जो सहकर्मी से सहकर्मी तक समाचार साझा करने पर निर्भर है, अक्सर वायरल होने वाली सामग्री भेजती है, जिससे ऐसे समाचार को वापस लेना असंभव हो जाता है, भले ही पत्रकार और अन्य तथ्य जांचने वाले इसे सफलतापूर्वक ध्वस्त कर दें।

यह मॉड्यूल प्रतिभागियों को यह बताएगा कि डिजिटल परिवर्तन की प्रक्रियाओं और सोशल मीडिया के मिले-जुले स्वरूप ने कैसे कई वाणिज्यिक समाचार मीडिया व्यापार मॉडलों के डिजिटल युग के पतन ने दुष्प्रचार और गलत सूचना के वैध और वायरल प्रसार को कैसे सक्षम बनाया है। यह प्रतिभागियों को 'भ्रामक सूचना' के लिए समाचार मीडिया की प्रतिक्रियाओं का आलोचनात्मक विश्लेषण करने में भी सहायता करेगा। इसके अतिरिक्त, मॉड्यूल में समस्या से निपटने के लिए नए उभरते उद्योग की अच्छी प्रथाओं के बारे में भी प्रतिभागियों को सूचित करना चाहिए।¹²

¹¹ कैटवालाडर, सी. (2017)। ट्रम्प, असांज, बैनन, फारेज... एक अपवित्र गठबंधन में एक साथ बंधे, गार्डियन, 28 अक्टूबर 2017। <https://www.theguardian.com/commentisfree/2017/oct/28/trump-assange-bannon-farage-bound-together-in-unholy-alliance> [29/03/2018 को देखा गया]।

¹² पोएस्टी, जे. एंड सिल्वरमैन, सी (2014)। ओपी सीआईटी



मुद्दों का पता लगाना

समाचार उद्योग को प्रभावित करने वाली 'भ्रामक सूचना' के बुनियादी कारण

i) पारंपरिक व्यापार मॉडल का ध्वन्त होना

पारंपरिक विज्ञापन राजस्व का तेजी से घटना – फंडिंग मॉडल जिसने लगभग दो शताब्दियों तक वाणिज्यिक पत्रकारिता का समर्थन किया - और डिजिटल विज्ञापन द्वारा पर्याप्त लाभ अर्जित करने में विफलता ने प्रयोग के आधार पर तेजी से एक ऐसे युग का नेतृत्व किया जिससे पत्रकारिता का व्यवसाय स्थायी बन सके। हालांकि, समाचार उद्योग का केवल तेजी से पतन हुआ है, अखबारों के राजस्व में तेज गिरावट के साथ, ढांचे में नाटकीय परिवर्तन और बड़े पैमाने पर छंटनी अब डिजिटल युग न्यूजरूम में आम बात हो गई है। मीडिया उपभोक्ता का लगातार बदलता व्यवहार और सोशल मीडिया के प्रसार के साथ-साथ किफायती, ऐप-समर्थित स्मार्टफोन्स के आने से एक सहकर्मी से दूसरे सहकर्मी के बीच पारंपरिक समाचार उत्पादों की सूचना साझा करने की सुविधा ने राजस्व में और अधिक कमी कर दी है।

'भ्रामक सूचना' से पड़ने वाले प्रभावों में निम्नलिखित शामिल हैं:

- न्यूजरूम संसाधनों (कर्मचारी और बजट) की कमी, जिससे स्रोतों और जानकारी की जांच कम हुई है, और 'जमीनी स्तर पर' रिपोर्टिंग कम हुई है।
- काम को कम समय में पूरा करने के दबाव के साथ-साथ गुणवत्ता नियंत्रण का स्तर घटा है और छंटनी हुई है, जबकि होमपेज और सोशल मीडिया चैनलों को सामग्री उपलब्ध कराने की मांग बनी हुई है।
- 'जांच और संतुलन' के लिए कम समय और संसाधन (रिपोर्टर की तथ्य-जांच और उप-संपादन सहित)।
- खराब पहचान वाले लेकिन आकर्षक 'देशी विज्ञापन'¹³ और 'क्लिक-प्रलोभन' वाली सुर्खियों पर पर जरूरत से अधिक निर्भरता जिससे आगे दर्शकों का विश्वास और कम हुआ है।

ii) न्यूजरूम और कहानी सुनाने के अंदाज़ का डिजिटल परिवर्तन

2000 के दशक ने मीडिया की दुनिया को झ़कझोर कर रख दिया, डिजिटल युग द्वारा अपनी पकड़ मजबूत बनाए जाने से पैटर्न और समाचार निर्माण, वितरण, और खपत के तौर-तरीके पूरी तरह बदल गए। इसमें अभूतपूर्व अवसर और चुनौतियां मिलकर पेश कीं। समाचार उद्योग के डिजिटल परिवर्तन और पत्रकारिता के कौशल को अब निरंतर चलने वाली प्रक्रिया माना जाता है जो दर्शकों के बदलते व्यवहार (उदाहरण के लिए सामग्री का एक सहकर्मी से दूसरे सहकर्मी को वितरण, मांग-उपलब्धता) और प्रौद्योगिकी (जैसे¹⁴ सोशल मीडिया प्लेटफार्मों का आगमन, वर्चुअल रियलिटी का आगमन, कृत्रिम बौद्धिकता और स्मार्टफोन की बढ़ती पहुंच) का समान रूप से संचालन कर रही है।¹⁵ इसलिए डिजिटल क्षमता निर्माण की लगातार जरूरत है।

¹³ 'देशी विज्ञापन' एक शब्द है जिसका उपयोग मीडिया उद्योग में भुगतान की गई सामग्री को संदर्भित करने के लिए किया जाता है जो रिपोर्टिंग की नकल करता है। यह सामग्री को बहुत स्पष्ट रूप से 'भुगतान' के रूप में लेबल करने की नैतिक प्रक्रिया मानी जाती है लेकिन पाठकों को भयभीत करने के डर ने कुछ मामलों में पारदर्शिता नहीं पाई गई है।

¹⁴ नीलसन, आर.के. (2012)। दस साल जिसने मीडिया की दुनिया को हिलाकर रख दिया: अंतरराष्ट्रीय मीडिया के विकास में बड़े सवाल और बड़े रुझान (रॉयटर्स इंस्टीट्यूट फॉर द स्टडी ऑफ जर्नलिज्म, ऑक्सफोर्ड)। https://www.reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017-09/Nielsen%20-%20Ten%20Years%20that%20Shook%20the%20Media_0.pdf [29/03/2018 की देखा गया]।

¹⁵ डिजिटल मीडिया रुझानों के विस्तृत वैश्विक विशेषण के लिए, पत्रकारिता के अध्ययन हेतुरायटर संस्थान देखें (आरआईएसजे) डिजिटल न्यूज रिपोर्ट। 2018 संस्करण उपलब्ध है: <http://www.digitalnewsreport.org/survey/2018/overview-key-findings-2018/>

'भ्रामक सूचना' से संबंधित प्रभावों में निम्नलिखित शामिल हैं:

- मीडिया परिवर्तनः कई पत्रकारों को अब समान रूप से कई प्लेटफार्मों (मोबाइल से प्रिंट तक) के लिए सामग्री बनाने का काम सौंपा गया है, जिससे सक्रिय रिपोर्टिंग के लिए उपलब्ध समय, पर्याप्त जांच के बिना जनसंपर्क सामग्री को पुनः पेश करने जैसे प्रतिक्रियाशील तरीकों से समय और कम हुआ है।
- संवाददाताओं को तेजी से उप संपादन करके उचित समीक्षा के बिना अपनी सामग्री प्रकाशित करनी होती है।¹⁶
- डिजिटल-पहली समय-सीमा हमेशा *अभी* रहती है; जिससे त्रुटियों का खतरा बढ़ रहा है।
- सबसे पहले सोशल मीडिया पर प्रकाशन होता है, पत्रकारों को अपने व्यक्तिगत और/या उनके प्रकाशकों सोशल मीडिया खातों पर अपनी कहानियों पोस्ट करनी होती हैं ताकि वास्तविक समय खबर प्राप्त करने की दर्शकों की मांग को पूरा किया जा सके। इन प्रथाओं में 'लाइव ट्रिट', 'फेसबुक लाइव' वीडियो और अन्य पत्रकारिता कार्य शामिल हैं, जिनमें संपादकीय निरीक्षण (लाइव प्रसारण के समान) शामिल नहीं हैं, जिसके परिणामस्वरूप संभावित रूप से 'पहले प्रकाशित करें, बाद में जांच करें' की मानसिकता पनप रही है।
- प्रारंभिक डेटा विश्लेषण पर निर्भरता जो 'कितने मिनट तक पढ़े गए' और 'कितना समय व्यतीत किया' (लंबे समय तक और गुणवत्ता पत्रकारिता के लिए अधिक उपयोगी मानक) के बजाय कितने लेख पर क्लिक किया और अद्वितीय वेबसाइट आगंतुकों की संख्या पर ध्यान केंद्रित करती है जो तेजी से अपर्याप्त और कम दर वाले डिजिटल विज्ञापन हेतु उच्च कीमतों को न्यायोचित ठहराने के लिए इस्तेमाल की जाती है।
- क्लिक-प्रलोभन वाली प्रथाएं (भ्रामक सुर्खियों के उपयोग के रूप में मानी जाती हैं ताकि पाठक झूठे प्रलोभन में पड़कर लिंक पर क्लिक करें) पाठकों को आकर्षित करने के लिए बनाई गई हैं, लेकिन इससे पेशेवर पत्रकारिता में विश्वास के क्षरण का खतरा रहता है।
- गुणवत्ता और सटीकता की कीमत पर समाचार को वायरल करने की जुगत में रहना। यह एक समस्या है जिसके 'मशीनी ज्ञान' के साथ और अधिक बढ़ने की संभावना है।
- न्यूजरूम में तथ्य-जांच इकाइयों, और मीडिया विकास परियोजनाओं के आउटपुट का बढ़ना।

¹⁶ ऑस्ट्रेलियाई समुदाय मीडिया (एसीएम) मामले केस स्टडी देखें: रॉबिन, एम. (2014)। सब्स किसे चाहिए? फेयरफैक्स ने रिपोर्टर-ओनलाई मॉडल किकी अपनाया। <https://www.crikey.com.au/2014/10/16/who-needs-subs-fairfax-turns-to-reporter-only-model/> [29/03/2018 को देखा गया]।

iii) वायरल होना: कैसे दुष्प्रचार नए समाचार परिवेश में तेजी से फैलता है

क) दर्शकों की बढ़ती संख्या

डिजिटल युग ने प्रकाशन की बाधाओं को हटा दिया¹⁷ है और "उत्पादन का दायित्व लोगों को सौंप दिया है जो पहले दर्शक के रूप में जाने जाते थे," जो अब सामग्री के सह-निर्माता बन गए हैं, जिसमें समाचार की कार्य और अभ्यास सहित 'प्रोड्यूसेज'¹⁸ के रूप में व्याख्या की गई है। वे शुरू में ईमेल और चैट के माध्यम से दर्शकों को आकर्षित करते हैं, फिर सोशल मीडिया प्लेटफार्म नाटकीय रूप से उनकी पहुंच को बढ़ाते हैं।

ख) सोशल मीडिया का आगमन

कई देशों में, 2000 के दशक के उत्तरार्द्ध में ट्रीटर और फेसबुक सोशल मीडिया के मुख्य आधार के रूप में यूट्यूब में शामिल हो गए थे,¹⁹ जिसने पत्रकारों की प्रेक्टिस और पेशेवर पहचान (विशेष रूप से सत्यापन के बारे में, दर्शकों को आकर्षित करने, और व्यक्तिगत और सार्वजनिक क्षेत्रों के बीच संघर्ष है जो सोशल प्लेटफार्मों पर होते हैं²⁰) और सामग्री के वितरण को प्रभावित किया। व्यक्तियों ने विश्वास के आधार पर नेटवर्क का गठन किया, एक सहकर्मी से दूसरे सहकर्मी तक वितरण (विशेष रूप से फेसबुक पर) ने सामग्री प्रसार के पारंपरिक तरीकों को चुनौती देना शुरू किया।

उपयोगकर्ताओं ने मध्यस्थता के बिना समाचार सेवाओं, पत्रकारों और अन्य विश्वसनीय सूचना प्रदाताओं की सामग्री सहित अपनी स्वयं की सामग्री का चयन किया। 'ट्रस्ट नेटवर्क' (उपयोगकर्ताओं और साथियों) के माध्यम से वितरण के परिणामस्वरूप, गलत, झूठी, दुर्भावनापूर्ण और प्रचारवादी सामग्री खबर का मुखौटा धारण करते हुए फैल गई। शोधकर्ताओं ने पता लगाया है कि भावनात्मक सामग्री और किसी मित्र या परिवार के सदस्य द्वारा साझा की गई सामग्री दोनों को सोशल मीडिया²¹ पर दोबारा भेजे जाने की अधिक संभावना रहती है।²¹

जबकि पत्रकारों और समाचार संगठनों ने न्यूज प्राप्त करने, दर्शकों से संपर्क बढ़ाने और सामग्री वितरण के उद्देश्य से इन प्लेटफार्मों के भीतर खुद को शामिल कर लिया है (वे वहां रहना चाहते थे जहां उनके दर्शक सक्रिय थे), इससे 'फ़िल्टर बबल'²² या 'इको चैम्बर्स'²³ बन गए (भले ही वे सुझाए गए अनुसार इतने पूरक या बचाव वाले न हों)। इससे कई व्यक्तिगत उपयोगकर्ता वैकल्पिक दृश्यों और सत्यापित जानकारी से वंचित रह गए। इस विकास ने 'भ्रामक सूचना' से जुड़े जोखिमों को परिलक्षित किया है।

17 गिलमोर, डॉ. (2004)। वी, द मीडिया: लोगों द्वारा, लोगों के लिए जमीनी स्तर की पत्रकारिता (ओरेली)। <http://www.authorama.com/we-the-media-8.html> [29/03/2018 को देखा गया]।

18 रोसेन, जे. (2006)। लोग पहले दर्शकों के रूप में जाते जाते थे, प्रेस थिंक ब्लॉग (27 जून, 2006)। http://archive.pressthink.org/2006/06/27/ppl_fmr.html [29/03/2018 को देखा गया]।

19 बून, ए. (2008)। ब्लॉग, विकिपीडिया, दूसरा जीवन, और उससे परे: उत्पादन से प्रोड्यूसेज तक। पीटर लैंग, न्यूयॉर्क। यह भी देखें: बून ए (2006) सहयोगी ऑनलाइन न्यूज प्रोडक्शन। पीटर लैंग, न्यूयॉर्क।

20 पोसटी, जे. (2009)। पत्रकारिता का कायाकल्प... एक बार में 140 अक्षर रोड्स पत्रकारिता की समीक्षा 29, सितंबर 2009. http://www.rjr.ru.ac.za/rjrpdf/rjr_no29/Transforming_Journ.pdf [29/03/2018 को देखा गया]।

21 बाकिर, वी. एंड मैकरस्टे, ए. (2017) फर्जी खबर और भावनाओं की अर्थव्यवस्था डिजिटल पत्रकारिता (टेलर और फ्रांसिस) जुलाई, 2017. <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/21670811.2017.1345645> [29/03/2018 को देखा गया]।

22 नोट: फ़िल्टर बबल्स समान विचारधारा वाले लोगों द्वारा एल्गोरिदम के परिणामस्वरूप उपयोगकर्ताओं को व्यक्तिगत सामग्री प्रदान करते हैं सी.एफ. पारिसर, ई. (2012)। फ़िल्टर बबल। फ़ेगुडन और रैडम हाउस, न्यूयॉर्क

23 इको चैम्बर्स' सोशल मीडिया प्लेटफार्मों पर समान विचारधारा वाले लोगों पर पुष्टि पूर्वाग्रह के प्रभाव को दर्शाता है और मॉड्यूल 5 'पुष्टि पूर्वाग्रह' पर आधारित है।

दर्शकों के नेटवर्क वाली पत्रकारिता का लाभ यह है कि इसमें भीड़ विविध स्रोतों के रूप में स्रोत होती है, जो सहयोग के रूप में सत्यापन²⁴ करते हैं (गलत सूचना को सही करने के लिए उपयोगी होते हैं, दुष्प्रचार को दरकिनार करते हैं, और दुर्भावना फैलाने वाले लोगों की आलोचना करती हैं), और निष्ठावान दर्शक बनाते हैं (पत्रकारों और समाचार उपभोक्ता के बीच सीधे संबंध का समर्थन करते हैं)²⁵। वे दर्शकों को उस रिकॉर्ड को सही करने के लिए 'वापस बात करने' का अधिकार भी देते हैं, जहां रिपोर्टर गलत हैं, या अनुसंधान में सहयोग देते हैं। सार्वजनिक क्षेत्र का नेटवर्क पत्रकारों और दर्शकों को मनमाने ढंग से प्रतिबंध और सेंसरशिप (जैसे 'स्पिन डॉक्टरों' की परतें) को बाईपास करने में मदद करते हैं, जो सूचना और खुले समाजों तक पहुंच पर नियंत्रण हो सकता है।²⁶

सोशल मीडिया चैनलों के माध्यम से दर्शकों और सूचना स्रोतों के साथ पत्रकारों के संबंध को जवाबदेही की एक खास नई विशेषता के रूप में भी देखा जा सकता है जो खुद को नियंत्रित करने में सहायता करता है। यह बातचीत पत्रकारों को सार्वजनिक रूप से और तेजी से अपने काम की जायज़ आलोचनाओं का जवाब देने, गलतियों में तुरंत सुधार करने और 'इस प्रक्रिया से सामग्री तैयार करके' उनके कार्य को और अधिक पारदर्शी बढ़ाने में मदद करती है।

कमियों में शामिल हैं:

- दुष्प्रचार और गलत सूचना के वायरल होने की अधिक संभावना रहती है जिसका वितरण 'ट्रस्ट नेटवर्क'²⁷ और भावनात्मक प्रतिक्रियाओं से (उदाहरण के लिए पक्षपाती समर्थन मिलने से) और अधिक बढ़ जाता है। (देखें मॉड्यूल 5)।
- जांच से बचने के लिए सरकारें और अन्य एजेंसियां न्यूज़ मीडिया के सवाल-जबाब और सत्यापन को दरकिनार कर 'सीधे दर्शकों से संवाद' करती हैं। चुनाव परिणामों के नतीजों और सार्वजनिक नीति को प्रभावित करने की मंशा रखने वाले लोगों द्वारा सोशल मीडिया की ताकत के साथ व्यापक छेड़छाड़ करने के सबूत मिले हैं।²⁸
- सनसनीखेज जानकारी साझा किए जाने की अधिक संभावना है।²⁹

24 गासिंया डी टोरेस, इ.(2017)। सोशल रिपोर्टर की कार्रवाईः पत्रिकारिता करने में एंडी कार्विन के अभ्यास और व्याख्यान का विश्लेषण, 11 (2-3)। <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/2017512786.2016.1245110> [29/03/2018 को देखा गया]।

25 पोसेटी, जे. (2010)। ऑस्ट्रेलिया ने पत्रकारों, दर्शकोंबीबीएस मीडियाशिप्ट के बीच बाधाएं दूर की, 24 मई, 2010. <http://mediashift.org/2010/05/aussie-spill-breaks-down-wall-between-journalists-audience144/> [29/03/2018 को देखा गया]।

26 पोसेटी, जे. (2013)। 'एस. टैनर और एन. रिचर्ड्सन (संपा.) में खोजी पत्रकारिता का ट्रीटीकरणः डिजिटल दुनिया में पत्रकारिता अनुसंधान और जांच (पृष्ठ 88): ऑक्सफोर्ड विश्वविद्यालय प्रेस। <http://ro.uow.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=2765&context=lhapapers> पर उपलब्ध।

27 'ट्रस्ट नेटवर्क' ट्रस्ट-आधारित संबंधों (जैसे परिवार और मैत्री समूहों) के माध्यम से एक सहकर्मी से दूसरे सहकर्मी के बीच मध्यस्थता के तरीके से ऑनलाइन जानकारी साझा करने वाले लोगों का नेटवर्क है। अनुसंधान ने कई बार यह दर्शाया है कि सोशल मीडिया उपयोगकर्ताओं को ऐसे 'ट्रस्ट नेटवर्क' से प्राप्त जानकारी साझा करने की अधिक संभावना है, भले ही यह सटीक या सत्यापित हो या नहीं।

28 फ्रिडम हाउस (2017)। नेट 2017 की स्वतंत्रता: आंतरिक लोकतंत्र स्वतंत्रता को कमज़ोर करने के लिए सोशल मीडिया से छेड़छाड़। <https://freedomhouse.org/report/freedom-net/freedom-net-2017> [29/03/2018 को देखा गया]। कैडवलाइडर, री. (2018) भी देखें। मैन स्ट्रीव बैनन का साइकोलॉजिकल वारफेयर ट्रूल बनाया: डेटा वॉर डिसलब्लोअर से मिलें, द गार्जिन/ऑब्जर्वर <https://www.theguardian.com/news/2018/mar/2017/data-war-whistleblower-christopher-wylie-facebook-nix-bannon-trump> [31/03/2018 को देखा गया]।

29 कालसनेस, बी. और लार्सन, ओ.ए. (2017)। सोशल मीडिया पर समाचार साझाकरण को समझना: पत्रकारिता अध्ययन में फेसबुक और ट्विटर पर वितरण का विवरण देना (टेलर और फ्रासिस) मार्च, 2017. <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/1461670X.2017.1297686?scroll=top&needAccess=true&journalCode=rjos20> [29/03/2018 को देखा गया]।

- दुष्प्रचार और गलत सूचना के एक बार वायरल होने पर उसे आसानी से वापस लेना आसान नहीं होता है – किसी झूठ का पर्दाफाश करने पर उसे धवस्त करने या रिपोर्ट करने से किसी मनगढ़त कहानी, दुर्भावना से बनाए गए किसी मेम, प्रचारक के उद्देश्य से खबर का नाम देकर बनाए गए वीडियो, या सत्यापन के बिना बनाई गई किसी गलत रिपोर्ट के प्रभाव को पूरी तरह से समाप्त नहीं किया जा सकता है।
- सोशल प्लेटफार्मों पर तुरंत प्रकाशित करने की मांग से नकली स्रोतों से दुष्प्रचार और गलत सूचना या सामग्री का अनजाने में आदान-प्रदान हो सकता है³⁰।
- व्यापक समाज के भीतर मीडिया और सूचना साक्षरता और सत्यापन कौशल का स्तर निम्न होना। इसका मतलब यह है कि कई मामलों में, सामान्य सोशल मीडिया उपयोगकर्ता यह निर्धारित नहीं कर पाते कि सामग्री को साझा करने से पहले यह प्रामाणिक है या नहीं।
- ऊपर उल्लिखित तात्कालिक समस्याओं से निपटने के लिए राज्यों द्वारा अनुचित सेंसरशिप और शटडाउन के माध्यम से अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता पर अंकुश लगाए जाने का जोखिम।
- फ़िल्टर बबल का विकास सैद्धांतिक रूप से पक्षपात को बढ़ावा देता है और गुणवत्ता, सत्यापित जानकारी के नियमों की अनदेखी करता है।
- खराब स्तर की पत्रकारिता इस पेशे के प्रति दर्शकों के सम्मान को और कम करती है और जो आलोचकों को चुप करना चाहते हैं उन्हें न्यूज मीडिया पर हमला बोलने का अधिकार देती है।
- दुष्प्रचार को खबर का नाम देकर दर्शकों में भ्रम पैदा करने का जोखिम रहता है कि समाचार क्या है।³¹
- दुष्प्रचार से बेहतर ढंग से निपटने और संपादकीय सोशल मीडिया टीमों द्वारा समस्या से निपटने के लिए अद्यतन रणनीतियां बनाने की आवश्यकता को लेकर न्यूजरूम की खराब तैयारी।³²

ग) प्लेटफार्मों का उदय

गार्जियन एडिटर-इन-चीफ कैथरीन विनेर ने आकलन किया है कि "फेसबुक आंकड़ों की जोड़-तोड़"³³ से संपादकों की जगह लेकर इतिहास का सबसे अमीर और सबसे ताकतवर प्रकाशक बन गया है। सोशल प्लेटफार्मों को 'नए द्वारपाल'³⁴ के रूप में सराहा गया है, हालांकि वे पारंपरिक प्रकाशन की चूक की जिम्मेदारी स्वीकार करने के लिए अनिच्छुक रहते हैं – जिसमें सत्यापन और सुधार शामिल है - निर्णय लेने के बावजूद वे किसी सामग्री को इस तरह से सेंसर करते हैं जिससे मीडिया की स्वतंत्रता कम हो³⁵। दुष्प्रचार और गलत सूचना से निपटने के लिए प्लेटफार्मों द्वारा तेजी से प्रयास किए जा रहे हैं, लेकिन वे क) वैश्विक स्तर पर पर्याप्त रूप से जवाब देने, और ख) सामाजिक

30 पोस्टी, जे. (2009)। ट्रिटर पर पत्रकारों के लिए कार्य के नियम। पीबीएस मीडियाशिफ्ट <http://mediashift.org/2009/06/rules-of-engagement-for-journalists-on-twitter170/> [29/03/2018 को देखा गया]।

31 नीलसन, आर.के. एंड ग्रेव्स, एल. (2017)। "समाचार जिसमें आप विश्वास नहीं करते": फर्जी समाचार पर दर्शकों का दृष्टिकोण पत्रकारिता फैक्टशीट के अध्ययन के लिए रायटर संस्थान (आरआईजे, ऑक्सफोर्ड)। https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017-10/Nielsen%26Graves_factsheet_1710v3_FINAL_download.pdf [29/03/2018 को देखा गया]।

32 एलिजाबेथ, जे (2017)। एक दशक के बाद, यह न्यूजरूम में सोशल मीडिया की पुनः खोज करने का समय है, अमेरिकी प्रेस संस्थान <https://www.americanpressinstitute.org/publications/reports/strategy-studies/reinventing-social-media/single-page/> [29/03/2018 को देखा गया]।

33 वाइनेर, के. (2017)। संकट के समय में पत्रकारिता के लिए एक मिशन, द गार्जियन, 17 नवंबर, 2017. <https://www.theguardian.com/news/2017/nov/16/a-mission-for-journalism-in-a-time-of-crisis> [29/03/2018 को देखा गया]।

34 बेल, ई. और ओवेन, टी. (2017)। प्लेटफार्म प्रेस: कैसे सिलिकॉन वैली ने पत्रकारिता को पुनर्जीवित किया, डिजिटल पत्रकारिता टो सेंटर। https://www.cjr.org/tow_center_reports/platform-press-how-silicon-valley-reengineered-journalism.php [29/03/2018 को देखा गया]।

35 हिंदुस्तान टाइम्स (2016)। फेसबुक का कहना है कि वियतनाम फोटो पर गलती से सबक लेंगे। <http://www.hindustantimes.com/world-news/facebook-says-will-learn-from-mistake-over-vietnam-photo/story-kwmb3iX6IKgmwalGZeKlyN.html> [29/03/2018 को देखा गया]।

और लोकतांत्रिक प्रभाव के लिए प्रकाशक शैली की जिम्मेदारी लेने से बचते हैं जिससे उनका 'भ्रामक सूचना' और ऑनलाइन दुरुपयोग के लिए एक फैक्टरी के रूप में इस्तेमाल किए जाने का जोखिम रहता है।³⁶

समाचार प्रसार में फेसबुक एल्गोरिदम का कार्य और विशेष रूप से विकासशील राज्यों में दुष्प्रचार का प्रसार, 2016 के बाद से जांच के दायरे में आ गया है³⁷, विशेष रूप से आंकड़ों के जोड़-तोड़ के प्रचार के संदर्भ में, जो कई खुले सोशल मीडिया प्लेटफार्मों को प्रभावित करता है।³⁸ हालांकि, इस समस्या का समाधान करने के लिए समाचार संगठनों और पत्रकारिता शिक्षाविदों के साथ साझेदारी में प्रारंभिक प्रतिबद्धताओं और कार्यों के बाद, विश्वसनीय सामग्री को उजागर करने तथा झूठी और भ्रामक पोस्ट को चिह्नित करने के लिए उठाए गए कदम शामिल है, हालांकि फेसबुक जनवरी 2018 में इस कार्य से नाटकीय रूप से पीछे हट गया।³⁹ दर्शकों द्वारा खुले की बजाय अधिक बंद सोशल मीडिया प्रणाली को अपनाए जाने की संभावना है, जिसमें समाचार प्रसार और गुणवत्ता पत्रकारिता की स्थिरता के नए आयाम शामिल हैं। फिल्टर बबल के निर्माण और दुष्प्रचार के वायरल प्रसार के लिए अतिरिक्त जोखिम भी हैं।⁴⁰ इनमें गुगल की तरह सर्च इंजन एल्गोरिदम के मुद्दे भी शामिल हैं, जिन्हें कंपनी ने 2018 की शुरुआत में स्वीकार किया था, जिसमें पक्षपात की पुष्टि को सुदृढ़ करने की प्रवृत्ति है। इसे लिखते समय, गुगल ने संकेत दिया था कि वह इस समस्या पर काम कर रहा है: "प्रकाशकों द्वारा अक्सर वैध विविध दृष्टिकोण पेश किए जाते हैं, और हम उपयोगकर्ताओं को कई स्रोतों से उन दृष्टिकोणों में दृश्यता और पहुंच प्रदान करना चाहते हैं।"⁴¹

पत्रकारिता और समाचार उद्योग के लिए 'भ्रामक सूचना' के परिणामः

- समाचार ब्रांडों, पत्रकारिता और व्यक्तिगत पत्रकारों में विश्वास का और घटना जो गलत, मनगढ़त, या भ्रामक जानकारी साझा करते हैं।
- दुष्प्रचार के साथ गुणवत्ता रिपोर्टिंग पेश करने और समाचार की नकल करने के लिए बनाई गई खराब लेबल वाली देशी (भुगतान) विज्ञापन सामग्री से आम तौर पर विश्वास में और कमी आती है।
- पत्रकारिता व्यापार मॉडल पर आगे दबाव बढ़ने से - दर्शक संकट और आपदा के समय में समाचार मीडिया के पास यह मानकर नहीं आएंगे कि उन्हें विश्वसनीय, सत्यापित सार्वजनिक हित में साझा जानकारी दी जाएगी। इस तरह का विश्वास ब्रांड के प्रति निष्ठा दर्शाता है - यह वह विश्वास है जो किसी भी स्थायी समाचार व्यापार मॉडल के निर्माण के लिए आवश्यक है।

36 पोस्टरी, जे. (2017)। व्यापक ऑनलाइन उत्पीड़न के खिलाफ लड़ते हुए, द कंसरवेशन, 29 जून 2017. <https://theconversation.com/fighting-back-against-prolific-online-harassment-in-the-philippines-80271> [29/03/2018 को देखा गया]।

37 फिकेल, कैरी एंड मजूर (2018)। ओपी सीआईटी

38 ग्रिमे, सी., प्रीस, एम., एडम, एल., एंड ट्राउटवैन, एच. (2017)। सोशल बॉट: मानव नियंत्रण के माध्यम से मानव की तरह?। बिंग डेटा 5 (4) <http://comprop.ox.ac.uk/publishing/academic-articles/social-bots-human-like-by-means-of-human-control/> [29/03/2018 को देखा गया]।

39 वांग, एस., स्मिथ, सी एंड हैजार्ड, ओ.एल. (2018)। प्रकाशकों का दावा है कि वे अपनी प्रगति में फेसबुक के न्यूजफीड परिवर्तन को ले रहे हैं - क्या रक्तपात अभी होना है? नीमनलैब। <http://www.niemanlab.org/2018/01/publishers-claim-theyre-taking-facebooks-news-feed-changes-in-stride-is-the-bloodletting-still-to-come/> [29/03/2018 को देखा गया]।

40 अलाफिलिप, ए. (2018)। फेसबुक का न्यूजफीड परिवर्तन शायद फर्जी समाचारों के लिए फायदेमंद होने जा रहा है, द नेक्स्ट वेब। <https://thenextweb.com/contributors/2018/01/2018/facebook-s-news-feed-changes-probably-going-great-fake-news/> [29/03/2018 को देखा गया]।

41 हाओ, के. (2018)। आखिरकार गूगल ने स्वीकारा कि उसके लिए फिल्टर बबल एक समस्या है, क्वार्टज। <https://qz.com/1194566/google-is-finally-admitting-it-has-a-filter-bubble-problem/> [29/03/2018 को देखा गया]।

- जवाबदेही के लिए एजेंटों के रूप में पत्रकारों की भूमिका को कमजोर करना (जैसे खोजी पत्रकारिता के माध्यम से), जिसका समाज पर व्यापक प्रभाव पड़ता है।
- छापेमारी (कभी-कभी 'फर्जी समाचार' को ध्वस्त करने के लिए उचित समझी जाती है) जो प्रेस की स्वतंत्रता और अभिव्यक्ति अधिकारों की स्वतंत्रता को कमजोर करती है, जिसमें इंटरनेट शटडाउन, प्लेटफार्मों को अवरुद्ध करना और सेंसरशिप शामिल है।
- दुष्प्रचार पैरोकार द्वारा आँनलाइन उत्पीड़न का लाभ उठाते हुए महत्वपूर्ण रिपोर्टिंग को बदनाम करने के लिए पत्रकारों को दुर्भावना से लक्षित करना (विशेष रूप से महिला पत्रकारों में), साथ ही जानबूझकर दुष्प्रचार और गलत सूचना का प्रसार करके पत्रकारों को फंसाने के प्रयास करना।⁴²

उभरते उद्योग: समाचार संगठन 'फर्जी खबर' और 'भ्रामक सूचना' से किस तरह निपट रहे हैं

ऊपर बताई गई समस्याओं और जोखिम से निपटने के लिए पेशेवर सतर्कता, नैतिकता के प्रति प्रतिबद्धता, सूचना और स्रोतों दोनों की रिपोर्टिंग और सत्यापन के उच्च मानकों (सहयोगात्मक सत्यापन विधियों सहित), पर्दाफाश करने के साथ समस्या की रचनात्मक रिपोर्टिंग करने की जरूरत होती है।

यहां समाचार संगठनों और व्यक्तिगत संवाददाताओं द्वारा कहानी को कवर करने, समाचार साक्षरता में दर्शकों को शामिल करने और दुष्प्रचार से निपटने के प्रयासों के कुछ उदाहरण दिए गए हैं:

- गार्जियन द्वारा इंस्टाग्राम कहानियों का उपयोग दुष्प्रचार के प्रसार से निपटने के लिए किया गया, छोटे वीडियो बनाकर युवा दर्शकों को इसमें शामिल करना <https://www.instagram.com/p/BRd25kQBb5N/> (गार्जियन की 'फर्जी खबर' परस्पर चर्चा प्रश्नोत्तरी <https://www.theguardian.com/theguardian/2016/dec/28/can-you-spot-the-real-fake-news-story-quiz>) भी देखें।
- रैपलर द्वारा फिलीपींस में लोकतंत्र को प्रभावित करने वाले 'सॉक पपट' नेटवर्क का पता लगाने के लिए खोजी पत्रकारिता और व्यापक डेटा विश्लेषण करना: <https://www.rappler.com/nation/148007-propaganda-war-weaponizing-internet>
- द न्यूयॉर्क टाइम्स द्वारा एक केस स्टडी प्रस्ताव के माध्यम से समस्या पर ठोस व्याख्यात्मक रिपोर्टिंग का उपयोग: <https://www.nytimes.com/2016/11/20/business/media/how-fake-news-spreads.html>

42 मॉड्यूल सात में विस्तृत विश्लेषण देखें

- कोलंबिया जर्नलिज्म रिव्यू की समस्या के विचार संबंधी विश्लेषण के लिए प्रतिबद्धता: https://www.cjr.org/analysis/how_fake_news_sites_frequently_trick_big-time_journalists.php
- गार्जियन ऑस्ट्रेलिया के चुनौतीपूर्ण जलवायु परिवर्तन खंडन पर संवाददाताओं के लिए गाइड: <https://www.theguardian.com/environment/planet-oz/2016/nov/08/tough-choices-for-the-media-when-climate-science-deniers-are-elected>
- 2017 में राष्ट्रीय चुनावों के दौरान पत्रकारों और शिक्षाविदों के बीच जापानी झूठे समाचार के पर्दाफाश के लिए सहयोग जो उसी वर्ष फ्रांस में अत्यधिक सफल क्रॉसचेक चुनाव निगरानी परियोजना के सिद्धांतों पर बनाया गया था: <http://www.niemanlab.org/2017/10/a-snap-election-and-global-worries-over-fake-news-spur-fact-checking-collaborations-in-japan/>
- संयुक्त राज्य अमेरिका में, चुनाव रणभूमि सहयोग का एक दिलचस्प उदाहरण है जिसमें पत्रकारिता शिक्षक और छात्र शामिल हैं: <https://projects.propublica.org/electionland/>⁴³
- कैम्ब्रिज एनालिटिका कांड (जिसमें ऑब्जर्वर और द गार्जियन, चैनल 4 न्यूज और द न्यूयॉर्क टाइम्स शामिल हैं) की वैश्विक खोजी कवरेज और ज्ञान को सशक्त बनाने का तरीका जिसमें वोक्स मीडिया ने अपने दर्शकों को जटिल कहानी समझाई: <https://www.vox.com/policy-and-politics/2018/3/21/2017141428/cambridge-analytica-trump-russia-mueller-b>. <https://www.vox.com/policy-and-politics/2018/3/23/2017151916/facebook-cambridge-analytica-trump-diagram>
- क्विंट द्वारा भारत में क्लाट्सएप पर दुष्प्रचार कहानियों के प्रसार से निपटने के लिए दर्शकों की शक्ति का उपयोग, और ऐप पर सत्यापित सामग्री का उनका रचनात्मक चयन: <https://www.thequint.com/neon/satire/whatsapp-indian-elections-and-fake-propaganda-satire>⁴⁴

प्रशिक्षकों को शिक्षार्थियों के अपने क्षेत्रों और भाषाओं से अन्य उदाहरण जोड़ने के लिए प्रोत्साहित किया जाता है।

इसके अलावा 'फर्जी खबर' के युग में नैतिक पत्रकारिता बढ़ाने के लिए प्रोफेसर चार्ली बेकेट की रणनीतियां भी महत्वपूर्ण हैं। वे कहते हैं, पत्रकारों को चाहिए कि वे:

- जुड़ें - सभी प्लेटफार्मों पर सुलभ और मौजूद रहें⁴⁵।
- चुनें - उपयोगकर्ताओं को अच्छी सामग्री खोजने में मदद करें जहां-कहीं भी यह उपलब्ध है।
- प्रासंगिक बनें - उपयोगकर्ताओं की भाषा का उपयोग करें और रचनात्मक वृष्टि से 'सुनें'।
- विशेषज्ञ बनें - मूल्य, अंतर्दृष्टि, अनुभव, संदर्भ जोड़ें।

43 संपादक की टिप्पणी: चुनावों के दौरान दुष्प्रचार का मुकाबला करने के लिए क्रॉसचेक और चुनाव रणभूमि साझेदारी के रूप में अस्थायी पहलों की उभरती घटना का हिस्सा है। इस तरह की "पॉप अप" भागीदारी एक महत्वपूर्ण घटना है जो अभाव या सापेक्ष कमज़ोरी या स्थापित तथ्य-जांच संस्थानों के अलग-थलग होने की कमी को पूरा करती है।

44 नोट: दुष्प्रचार वितरण में चैट ऐप्स की भूमिका की जांच करने वाला शोध देखें: ब्रैडशॉ, एस एंड हावर्ड, पी. (2018)। चुनौतीपूर्ण सत्य और विश्वासः संगठित सोशल मीडिया छेड़छाड़ की एक वैश्विक सूची। वर्किंग पेपर 2018।।। ऑक्सफोर्ड, यूके: कम्प्यूटेशनल प्रचार पर परियोजना: <http://comprop.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/93/2018/07/ct2018.pdf> [20/8/18 को देखा गया]।

45 नोट: संपादक स्वीकार करते हैं कि सभी पत्रकारों के लिए व्यक्तिगत रूप से सभी प्लेटफार्मों पर होना संभव नहीं है। हालांकि, न्यूजरूम के लिए वर्तमान में हाई-प्रोफाइल ट्रिटर, फेसबुक और इंस्टाग्राम के अलावा उभरते और कम उच्च प्रभाव वाले प्लेटफार्मों के लिए व्यक्तिगत पत्रकारों को कार्य सौंपना मददगार हो सकता है।

- सच्चे रहें - तथ्य की जांच, संतुलन, सटीकता।
- मानवीय बनें - सहानुभूति, विविधता दिखाएं, रचनात्मक [बनें]।
- पारदर्शिता - स्रोतों को दिखाएं, जवाबदेह रहें, आलोचना का स्वागत करें।⁴⁶

मॉड्यूल का उद्देश्य



- एक ओर समाचार उद्योग के कमजोर होने के बुनियादी कारणों तथा दूसरी ओर, दुष्प्रचार और गलत सूचना के पीछे प्रेरक शक्ति के बारे में प्रतिभागियों की समझ बढ़ाना
- प्रतिभागियों को 'भ्रामक सूचना' की घटना पर समाचार उद्योग की प्रतिक्रियाओं का गंभीर विश्लेषण करने में सक्षम बनाना
- दुष्प्रचार के विकास और उसके बने रहने में प्लेटफार्मों की भूमिका को समझना और विवेचना करना
- संकट का कारण ढंग से समाधान करने के लिए पत्रकारों और समाचार संगठनों के बीच उभरती अच्छी प्रथाओं से सीखना

सीखने के परिणाम



मॉड्यूल के अंत तक, प्रतिभागी निम्नलिखित सीखने में सक्षम हो जाएंगे:

1. झूठी जानकारी की रिपोर्टिंग और वितरण के बुनियादी कारणों में समाचार मीडिया की कार्रवाई के व्यापक परिणामों का गहन आकलन करने
2. समाचार के रूप में प्रस्तुत दुष्प्रचार और गलत सूचना के वायरल वितरण में प्रौद्योगिकी और 'नए द्वारपाल' (अर्थात् प्लेटफार्मों) की भूमिका को समझने और विवेचना करने में सक्षम होने
3. दुष्प्रचार को समझने और उससे निपटने के लिए समाचार उद्योग के भीतर विकसित होती सर्वोत्तम प्रथाओं की पहचान करने

46 बेकेट, सी. (2017)। ओपी सीआईटी



मॉड्यूल का प्रारूप

इस मॉड्यूल को आमने-सामने या ऑनलाइन वितरित करने के लिए डिज़ाइन किया गया है। यह दो भागों में लागू करना है: सैद्धांतिक और व्यावहारिक

योजना को सीखने के परिणामों के साथ जोड़ना

क. सैद्धांतिक

मॉड्यूल योजना	घंटों की संख्या	सीख के परिणाम
<p>परस्पर चर्चा व्याख्यान तथा प्रश्नोत्तरी सत्र को पारंपरिक रूप से, या वेबिनार मंच के माध्यम से दूरदराज की भागीदारी की सुविधा प्रदान करते हुए देना।</p> <p>व्याख्यान सामग्री सिद्धांत और ऊपर दिए गए उदाहरणों से तैयार की जा सकती है।</p> <p>तथापि, व्याख्याताओं को इस मॉड्यूल को सीखाते समय सांस्कृतिक/स्थानीय रूप से प्रासंगिक केस स्टडी को शामिल करने के लिए प्रोत्साहित किया जाता है।</p> <p>सीखने के परिणामों को विशेषज्ञ पैनल चर्चा के माध्यम से एक व्याख्यान द्वारा बताना अधिक कारगर होगा, जिसमें व्याख्याता या प्रशिक्षक द्वारा संचालित चर्चा में प्रश्नोत्तरी सत्र के माध्यम से पत्रकारों, संपादकों और प्लेटफार्मों के प्रतिनिधियों को आमंत्रित करते हुए पाठ्यक्रम के भागीदारों के साथ रुबरू कराया जाए।</p>	60 - 90 मिनट	1, 2, 3

ख. अभ्यास

मॉड्यूल योजना	घंटों की संख्या	सीख के परिणाम
<p>कार्यशाला/ ट्यूटोरियल जिसे पारंपरिक कक्षा सेटिंग में, या मूडल, फेसबुक समूहों या अन्य सेवाओं जैसे ई-लर्निंग प्लेटफॉर्म के माध्यम से प्रदान की जा सकती है जिसमें रिमोट ऑनलाइन भागीदारी को सक्षम करने की सुविधा हो। कार्यशाला/ ट्यूटोरियल अभ्यास में निम्नलिखित प्रारूप को अपनाया जा सकता है।</p> <p>ट्यूटोरियल समूहों को प्रत्येक 3-5 प्रतिभागियों के कार्य समूहों में विभाजित किया जाएगा। प्रत्येक समूह को:</p> <ul style="list-style-type: none"> i. एक समाचार संगठन की कवरेज या गलत सूचना/ दुष्प्रचार के अनजाने में वितरण से जुड़े मामले का अध्ययन करने का कार्य सौंपा जाए। ii. सहयोगात्मक रूप से सामग्री का आकलन करें, जानकारी की उत्पत्ति और गलत रिपोर्टिंग के संदर्भ पर शोध करें (उदाहरण के लिए, क्या यह कोई ब्रेकिंग न्यूज़ कहानी थी?); घटना के संभावित कारणों पर चर्चा करें (हाल में न्यूज़रूम के आकार को घटाने जैसे ढांचागत कारणों पर ध्यान देना, और सोशल मीडिया प्लेटफार्मों की भूमिका); दुष्प्रचार से ठगे जाने के उनके अपने अनुभवों पर चर्चा iii. सामूहिक रूप से प्रकाशन के संभावित कारणों के अपने विश्लेषण का 250 शब्द में सार लिखें, जिनमें तीन बातों का पता लगाया जाए जो पत्रकार या समाचार संगठन संभवतः झूठी जानकारी प्रकाशित करने को रोकने के लिए अलग तरह से कर सकते थे। यह गुगल डॉक्स या इसी तरह के सहयोगी संपादन उपकरण का उपयोग करके किया जा सकता है और इसे समीक्षा के लिए उनके व्याख्याता/ ट्यूटर को प्रस्तुत किया जाना चाहिए। 	90 - 120 मिनट	1, 2, 3, 4

सुझाए गए कार्य

केस स्टडी रिपोर्ट (2000 शब्द)। तीन केस स्टडी (अपने देश/ क्षेत्र सहित) की पहचान करें जिसमें दुष्प्रचार के मामले में किसी समाचार संगठन को वितरण या जांच में शामिल किया जाए। प्रत्येक उदाहरण का विश्लेषण किया जाए (गलत सूचना/ दुष्प्रचार के प्रकाशन के कारणों और परिणामों पर चर्चा करना) और प्रत्येक केस स्टडी से सीखे गए सबक को किसी अङ्गात स्थिति पर लागू करना (नोट: प्रतिभागियों को नए उदाहरण चुनने चाहिए न कि वे उदाहरण जो इस मॉड्यूल से जुड़ी कार्यशाला में चर्चा के लिए प्रदान किए गए थे)।



पढ़ें

बाकिर, वी. एंड मैकस्टे, ए. (2017) फर्जी खबर और भावनाओं की अर्थव्यवस्था डिजिटल पत्रकारिता (टेलर और फ्रांसिस) जुलाई, 2017. <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/21670811.2017.1345645> [29/03/2018 को देखा गया]।

बेल, ई. और ओवेन, टी. (2017)। प्लेटफार्म प्रेसः कैसे सिलिकॉन वैली ने पत्रकारिता को पुनर्जीवित किया, डिजिटल पत्रकारिता टो सेंटर। https://www1.cjr.org/tow_center_reports/platform-press-how-silicon-valley-reengineered-journalism.php [29/03/2018 को देखा गया]।

इरेटन, सी. (एड) (2016)। न्यूजरूम 2016 में रुझान (वान-आईएफआरए, पेरिस)। http://www1.wan-ifra.org/sites/default/files/field_media_image_file_attach/WAN-IFRA_Trends_Newsrooms_2016.pdf [29/03/2018 को देखा गया]।

कल्नेस, बी. एंड लार्सन, ओ.ए. (2017)। सोशल मीडिया में समाचार साझा करना: पत्रकारिता अध्ययन (टेलर और फ्रांसिस) मार्च, 2017 में फेसबुक और ट्विटर पर वितरण का ब्यौरा। <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/1461670X.2017.1297686?scroll=top&needAccess=true&journalCode=rjos20> [29/03/2018 को देखा गया]।

नीलसन, आर.के. (2012)। दस साल जिसने मीडिया की दुनिया को हिलाकर रख दिया: अंतरराष्ट्रीय मीडिया के विकास में बड़े सवाल और बड़े रुझान (रॉयटर्स इंस्टीट्यूट फॉर द स्टडी ऑफ जर्नलिज्म, ऑक्सफोर्ड)। https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017-09/Nielsen%20-%20Ten%20Years%20that%20Shook%20the%20Media_0.pdf [29/03/2018 को देखा गया]।

मैकचेस्नी, डब्ल्यू एंड पिकार्ड, वी. (एड्स) (2011)। क्या अंतिम रिपोर्टर कृपया लाइट बंद कर देंगे: पत्रकारिता का पतन और इसे ठीक करने के लिए क्या किया जा सकता है। द न्यू प्रेस, न्यूयॉर्क। मिशेल, ए., होलकॉम्ब, जे. एंड वीसेल, आर. (2016)। स्टेट ऑफ द न्यूज मीडिया पीयू रिसर्च सेंटर। http://assets.pewresearch.org/wp-content/uploads/sites/13/2016/06/30143308/_state-of-the-news-media-report-2016-final.pdf [29/03/2018 को देखा गया]।

पोसट्टी, जे. (2009)। पत्रकारिता का कायाकल्प... एक बार में 140 अक्षर रोड़स पत्रकारिता की समीक्षा 29, सितंबर 2009. http://www.rjr.ru.ac.za/rjrpdf/rjr_no29/Transforming_Journ.pdf [29/03/2018 को देखा गया]।

पोसट्टी, जे. (2013)। 'एस. टैनर और एन. रिचर्ड्सन (संपा.) में खोजी पत्रकारिता का द्वीटीकरण: डिजिटल दुनिया में पत्रकारिता अनुसंधान और जांच (पृष्ठ 88): ऑक्सफोर्ड विश्वविद्यालय प्रेस। <http://ro.uow.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=2765&context=lhapapers> पर उपलब्ध।

पोसेटी, जे. एंड सिल्वरमैन, सी. (2014)। जब अच्छे लोग बुरी चीजें साझा करें: न्यूजरूम 2014 में पोसेटी (संपादक) रुझानों में सोशल मीडिया सत्यापन की मूल बातें (वान-आईएफआरए, पेरिस)। http://www.wan-ifra.org/sites/default/files/field_media_image_file_attach/WAN-IFRA_Trends_Newsrooms_2014.pdf [29/03/2018 को देखा गया]।

पोसेटी, जे. (संपा.) (2015)। न्यूजरूम 2015 में रुझान (वान-आईएफआरए, पेरिस)। http://www.wan-ifra.org/sites/default/files/field_media_image_file_attach/WAN-IFRA_Trends_Newsrooms_2015.pdf, (न्यूजरूम 2014 में रुझान भी देखें) [29/03/2018 को देखा गया]।

आरआईजे (2018)। डिजिटल न्यूज रिपोर्ट 2018 (ऑक्सफोर्ड विश्वविद्यालय)। <http://media.digitalnewsreport.org/wp-content/uploads/2018/06/digital-news-report-2018.pdf?x89475> [29/06/2018 को देखा गया]।

सिल्वरमैन, सी. (2015)। झूठ, लानत झूठ और वायरल सामग्री। टो सेंटर फॉर डिजिटल जर्नेलिज्म। http://towcenter.org/wp-content/uploads/2015/02/LiesDamnLies_Silverman_TowCenter.pdf [29/03/2018 को देखा गया]।

सोसायटी ऑफ क्लाइमेट चेंज रिपोर्टर्स (2016)। जलवायु परिवर्तनः सूचना और दुष्प्रचार के लिए एक गाइड <http://www.sej.org/initiatives/climate-change/overview> [29/03/2018 को देखा गया]।

यूनेस्को (2017)। राज्य और पत्रकार 'फर्जी खबरों' से निपटने के लिए कदम उठा सकते हैं। <https://en.unesco.org/news/states-and-journalists-can-take-steps-counter-fake-news> [29/03/2018 को देखा गया]।

मीडिया और सूचना साक्षरता (एमआईएल) के माध्यम से दुष्प्रचार और गलत सूचना से निपटना

मगदा अबू फ़िल

माईक्यूल 4

सारांश



यह मॉड्यूल छात्रों को मीडिया और सूचना साक्षरता¹ (एमआईएल) की अवधारणा से परिचित कराता है ताकि वे समाचारों को स्पष्ट और छिपे संदेशों में 'भ्रामक सूचना' का पता लगाने के साधन के रूप में समझ सकें। एमआईएल अवधारणाओं की एक एक विस्तृत शृंखला है जो यूनेस्को द्वारा मोटे तौर पर सूचना देने और विशेष रूप से मीडिया के संबंध में दक्षता के परस्पर-संबंध पर जोर देने के लिए उपयोग की जाती है। ये मानव अधिकार साक्षरता (विशेष रूप से प्रत्येक व्यक्ति द्वारा सूचना और राय मांगने, प्राप्त करने और प्रदान करने के अधिकार के रूप में अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता का अधिकार) को कवर करते हैं; समाचार साक्षरता (पत्रकारिता मानकों और नैतिकता के बारे में साक्षरता सहित); विज्ञापन साक्षरता; कंप्यूटर साक्षरता; 'ध्यानाकर्षण अर्थव्यवस्था' की समझ; अंतर-सांस्कृतिक साक्षरता; गोपनीयता साक्षरता; आदि...। इसमें यह समझना शामिल है कि संचार व्यक्तिगत पहचान और सामाजिक विकास के साथ कैसे संवाद करते हैं। एमआईएल तेजी से बढ़ता एक आवश्यक जीवन कौशल है – जिसमें यह जानने की जरूरत होती है कि किसी की पहचान को आकार देने में क्या चीज़ सहायक है और कैसे कोई धूंध में छिपी जानकारी को खोज सकता है और कोहरे में छिपी खानों से बच सकता है। एमआईएल हमारी खपत, उत्पादन, खोज, मूल्यांकन और जानकारी के आदान-प्रदान, और सूचना समाज में खुद को और दूसरों के बारे में हमारी समझ को बढ़ाता है।

समाचार साक्षरता एक शैली के रूप में समाचारों की भाषा और समेलनों को समझने तथा यह पहचानने की अधिक विशेष क्षमता रखती है कि इन विशेषताओं का दुर्भावनापूर्ण इरादे से कैसे दोहन किया जा सकता है। हालांकि, महत्वपूर्ण बात यह है कि इसमें अपने दम पर खबर की आड़ में दुष्प्रचार करने के लिए पूरी खबर गढ़ने की संभावना नहीं होती। इसका कारण यह है कि मनुष्य न केवल अपने दिमाग से, बल्कि अपने दिल से भी अभिव्यक्त करते हैं। इसलिए, एमआईएल को व्यक्तियों के बीच जागरूकता बढ़ाने पर भी ध्यान देने की आवश्यकता है कि वे समाचारों में सामग्री का जवाब कैसे देते हैं, और शैली के संकेतों से स्वतंत्र रूप से भी यह अंदाजा लगा सकते हैं कि सूचना को महत्व दें या नहीं।

इसलिए, एमआईएल को मूल रूप से व्यक्तियों को उनकी पहचान में अंदरूनी गहरी समझ देनी चाहिए - वे कौन हैं, और वे क्या बन रहे हैं, और यह समाचार और अन्य प्रकार के संचार के साथ उनके कार्यों को कैसे प्रभावित करता है। इस मॉड्यूल का उद्देश्य प्रतिभागियों को एक ओर पत्रकारिता को पहचानने और उसमें अंतर करने में मदद करना है तथा दूसरी और सूचना से पत्रकारिता का अभिप्राय बताना है। ऐसी समझ देकर व्यक्तियों की खुद की पहचान को सशक्त बनाना है ताकि खबर की आड़ में दुष्प्रचार के संबंध में उन्हें दिए जा रहे धोखे को वे पहचान सकें और उसका विरोध कर सकें।

प्रतिभागियों को सीखना होगा कि कैसे "उद्देश्यपूर्ण समझदारी से निर्णय" लेने के गहन विचार कौशल ढांचे का विकास करें और उसका इस्तेमाल करें जिसमें विश्लेषण, व्याख्या, मूल्यांकन, खुद पर नियंत्रण, अनुमान और विवरण का उपयोग शामिल हो।²

प्रतिभागियों को प्रिंट, प्रसारण (रेडियो और टेलीविजन), ऑनलाइन और सोशल मीडिया में समाचारों का विश्लेषण करने, संदेशों से जुड़े घटकों को अलग-अलग करके स्रोतों और उनकी विश्वसनीयता (या उसकी कमी) के बारे में सीखना होगा।

1 <https://en.unesco.org/themes/media-and-information-literacy> [16/06/2018 को देखा गया]।

2 फैसिओन, पी. (2010, अद्यतन)। गहन सौच: यह क्या है और यह क्यों मायने रखती है। [ऑनलाइन] इनसाइट असेसमेंट। <https://www.insightassessment.com/> पर उपलब्ध [01/02/2018 को देखा गया]।

वे सीखेंगे कि प्रामाणिक समाचार विज्ञान नहीं है, लेकिन आख्यान में ही अंतर्निहित है, जो विविध होने के बावजूद, आम तौर पर पेशेवर तरीकों और नैतिकता से जुड़े होते हैं, जो गलतियों को कम करने में मदद करते हैं और जिसमें निश्चित रूप से समाचार को गढ़ने से बचा जाता है। पत्रकारों विभिन्न लोगों द्वारा व्यक्त झूठ की रिपोर्ट करनी चाहिए, और संकेत देना चाहिए; इसके विपरीत उन्हें दावों को तथ्यों के रूप में कभी स्वीकार नहीं करना चाहिए, न ही उन्हें इसके समर्थन में साक्ष्य उपलब्ध कराए बिना प्रस्तुत करना चाहिए जो दर्शकों को वास्तविक स्थिति के बारे में सूचित करते हैं।

इस मॉड्यूल में, छात्र यह भी सीखेंगे कि "पत्रकारिता की शैली" का शोषण करना कितना त्वरित और आसान है ताकि अधूरी, भ्रामक या खोजे गए विवरणों से सच्ची लगने वाली कोई विश्वसनीय और ठोस कहानी बनाई जा सके।³

इस मॉड्यूल की शिक्षण सामग्री गलत सूचना और दुष्प्रचार से निपटने में एमआईएल के महत्व के बारे में जागरूकता बढ़ाने पर ध्यान केंद्रित करती है। इसमें गढ़े गए 'समाचार' का पता लगाने के लिए महत्वपूर्ण सौच कौशल का उपयोग किया जाता है। यह प्रतिभागियों को उनके दैनिक जीवन में अपने खुद की एमआईएल प्रक्रिया के महत्व के बारे में बताता है। यह उन्हें यह देखने में मदद करता है कि एमआईएल उनके और दूसरों के मानवाधिकारों को कैसे सशक्त कर सकता है; और झूठ को बढ़ावा देने और उसका प्रसार करने से बचने की अहमियत क्या है।⁴

शिक्षण कंप्यूटर से लैस, इंटरनेट से जुड़े स्थान पर किया जाता है। प्रतिभागी पाठ के व्यावहारिक खंडों के दौरान अपने व्यक्तिगत मोबाइल उपकरणों के ऑनलाइन चैट एप्लीकेशनों का उपयोग कर सकते हैं। ऑफ-कैंपस ऑनलाइन सोतों तक पहुंचने के लिए इंटरनेट की आवश्यकता होती है, जबकि एक परिसर इंट्रानेट (जहां इस मॉड्यूल को तृतीयक स्तर पर पेश किया जाता है) तक पहुंच का उपयोग पुस्तकालय और किसी अन्य ऑन-कैपस समर्पित सूचना संसाधन केंद्रों तक पहुंचने के लिए किया जाता है।



रूपरेखा

2016 और 2017 में अमेरिका, फ्रांसीसी, केन्याई और जर्मन चुनावों से खबर के रूप में किया जाने वाला दुष्प्रचार समाज के सामने सूचना से संबंधित कई बड़ी चुनौतियां थीं जो किसी बहुत बड़ी समस्या का सिरा-भर था - हालांकि इसमें व्यापक असर डालने की संभावना थीं। जरा विचार करें, कि टेलीविजन स्टेशनों और दुनिया भर के सामाजिक मीडिया उपयोगकर्ताओं ने 2017 में मेक्सिको में आए भूकंप के मलबे से बचाव दल ने एक छात्रा, #फ्रिदासोफिया को चमत्कारी ढंग से बचाने की कोशिश की - जबकि बाद में पता चला कि वह वहां थी ही नहीं।⁵ कहानी झूठी थी, हालांकि यह शायद जानबूझकर झूठ बोलने का मामला नहीं था। फिर भी, पत्रकारिता की गलत और जाली दोनों तरह के समाचार से बचना है। खबरों में सभी झूठ दुष्प्रचार के अर्थ में 'फर्जी खबर' नहीं है, लेकिन दोनों ही समाज की दुनिया को समझने की क्षमता के लिए समस्या हैं।

³ "जर्नलीज" के उदाहरणों पर विचार: फिलिप बी. कॉर्बेट द्वारा जर्नलीज में वाकपटुता। 17 मार्च, 2015 <https://afterdeadline.blogs.nytimes.com/2015/03/2017/fluent-in-journalese/>; मेरा 'शर्मनाक रहस्य': मुझे रोब हटन की क्लिय पत्रकारिता शैली पसंद है। 05 सितंबर 2013. <https://www.telegraph.co.uk/culture/10288967/My-shameful-secret-Ive-learnt-to-love-clicked-journalese.html> [दोनों को 22/04/2018 को देखा गया]।

⁴ उदाहरण के लिए पत्रकारिता शिक्षा में एमआईएल के एकीकरण को वान डेर लिडे द्वारा पढ़ाया जाता है, एफ. 2010. पत्रकारिता या मीडिया अध्ययन पाठ्यक्रम के भीतर एक मीडिया साक्षरता मॉड्यूल की आवश्यकता। ग्लोबल मीडिया जर्नल, अफ्रीकी संरक्षण। खंड 4, नं.2 <http://globalmedia.journals.ac.za/pub/article/view/7>

⁵ कैम्पाय, ए. (2017)। मेक्सिको के भूकंप के मलबे में फंसी एक छात्रा ने दुनिया का दिल जीत लिया - सिवाय इसके कि वह वहां थी ही नहीं। क्वार्ज। : <https://qz.com/1084105/a-schoolgirl-trapped-in-mexicos-earthquake-rubble-won-the-worlds-hearts-except-she-didnt-exist/> पर उपलब्ध [03/04/2018 को देखा गया]।

समाचार के उपयोगकर्ताओं को आम तौर पर आधुनिक मीडिया और पूरी सूचना की आवश्यकता होती है, लेकिन कुछ हद तक वे दार्शनिक समझ भी चाहते हैं। उदाहरण के लिए, उन्हें यह समझना चाहिए कि प्रामाणिक समाचार पूर्ण "सत्य" पेश नहीं करता है (जो केवल एक दूसरे के साथ और वास्तविक समय अनुरूप लोगों के साथ बातचीत करके अनुमान के रूप में लिया गया है)। प्रतिभागियों, और पत्रकारिता के छात्रों को विशेष रूप से, फिर भी यह समझना चाहिए कि बात यह है कि पत्रकारिता को झूठ क्या है, को लंबे समय तक बनाए रखने का प्रयास कभी नहीं करना चाहिए। मीडिया द्वारा लोगों के पूल में व्हेल और शार्क को दिखाने तथा पीछे से आते तूफान और प्राकृतिक आपदा के अन्य असंभव दुष्प्रभावों को दिखाने से यह सवाल उठता है: क्या यह सच है? यदि समाचार सत्यापित तथ्यों के बिना असर छोड़ने में विफल रहता है तो यह खराब रिपोर्टिंग और अपर्याप्त प्रकाशन प्रक्रियाओं का परिणाम हो सकता है, लेकिन यह भी जानबूझकर भ्रामक और धोखाधड़ी वाली हो सकती है। एमआईएल को इस अंतर को समझने की जरूरत है, और कैसे ऐसे मामलों की पेशेवर और नैतिक समाचारों के साथ तुलना की जा सकती है।

सड़क लंबी है। मनगढ़त आंकड़ों, लोकलुभावन लफकाजी, और भ्रामक मीडिया रिपोर्टों के आधार पर नफरत भाषण, विद्वेष के बढ़ते स्तर और शरणार्थियों या "अन्य" धर्मों, जातियों, और रंगभेद के कारण लोगों पर बढ़ते हमले, पत्रकारिता के मानकों को पूरा करने में विफल रहते हैं, यह जहरीला वातावरण बनाते हैं जिससे एमआईएल को निपटने की जरूरत है। यह तेजी से और भी जटिल हो जाएगा जब कृत्रिम बैट्टिकता (एआई) का उपयोग करके कंप्यूटर कार्यक्रमों का उपयोग जाली वीडियो और/या ऑडियो रिपोर्ट बनाकर लोगों को उकसाने के लिए किया जाएगा जिनका सच्चाई में कोई आधार नहीं है।⁶

पत्रकारिता के छात्रों और पेशेवरों का मार्गदर्शन करें कि वे इस बात पर खास ध्यान दें कि मामूली बातचीत से लेकर पारंपरिक और डिजिटल मल्टीमीडिया में सबसे व्यापक रूप से प्रसारित खबर के लिए उन्होंने क्या सुना और क्या देखा है।

वार्डल और डेराखवशान (2017)⁷, द्वारा पहचाने गए दुष्प्रचार और गलत सूचना के प्रकारों के अलावा, ब्रसेल्स स्थित, गैर-लाभकारी संगठन यूरोपियन एसोसिएशन फॉर व्यूअर्स इंटरेस्ट्स (ईवीआई) ने नागरिकता कार्यक्रम के लिए अपने मीडिया साक्षरता के संदर्भ में, "फर्जी खबरे से आगे: दस प्रकार के भ्रामक समाचार" नामक एक आसान इन्फोग्राफिक बनाया है जिसमें संक्षेप में बताया गया है कि आज उपभोक्ता किस समाचार का सामना करता है।⁸ यह पत्रकारिता के छात्रों और पेशेवर पत्रकारिता के लिए एक मूल्यवान संसाधन है।

डॉ. पीटर ए. फैसिओन के अद्यतन शोध-पत्र "गहन सोच-विचार: यह क्या है और क्यों यह मायने रखता है"⁹ छात्रों के लिए एक अच्छा लांच पैड है जो उन्हें "तर्क, निर्णय लेने, और प्रभावी व्यक्तिगत और समूह सोच प्रक्रियाओं" से परिचित कराता है। यह सत्य के बाद, फर्जी खबर और वैकल्पिक तथ्यों के युग में और अधिक प्रासंगिक है। इस दृष्टिकोण में, गहन सोच-विचार शामिल हैं:

- ▶ मुद्दों की एक विस्तृत शृंखला के बारे में जिज्ञासा।
- ▶ अद्यतन और नवीनतम जानकारी प्राप्त करने के लिए प्रसायरत रहना।

⁶ एडमंड, सी. (2017)। यह एआई बराक ओबामा का कुछ भी कहने का वीडियो बना सकता है। [ऑनलाइन] विश्व आर्थिक मंच। <https://www.weforum.org/agenda/2017/07/obama-speech-simulation-washington-university/> पर उपलब्ध।

⁷ मॉन्क्यूल दो देखें

⁸ ईवीआई। (2018) EAVI.eu. [ऑनलाइन] <https://eavi.eu/beyond-fake-news-10-types-misleading-info> पर उपलब्ध।

⁹ फैसिओन, पी. (2010, अद्यतन)। पूर्वोक्त। गहन सोच।

- गहन सोच-विचार का उपयोग करके अवसरों के प्रति सतर्कता बरतना।
- तर्क आधारित जांच की प्रक्रियाओं पर भरोसा करना।
- तर्क करने की अपनी क्षमता में आत्मविश्वास रखना।
- अलग-अलग वैश्विक विचारों के बारे में खुलापन रखना।
- विकल्पों और राय पर विचार करने में लचीलापन।
- दूसरे लोगों की राय को समझना।
- तर्क के मूल्यांकन में निष्पक्षता।
- अपने पक्षपातों, पूर्वाग्रहों, रुढ़ीवादी, या अहंकारी प्रवृत्तियों को पहचानना और उनका ईमानदारी से सामना करना।
- निर्णयों को निलंबित करने, बनाने या बदलने में समझदारी बरतना।
- विचारों पर पुनर्विचार और संशोधन करने के लिए तैयार रहना जहां ईमानदारी से यह परिलक्षित होता है कि परिवर्तन की आवश्यकता है।

विभिन्न अध्ययनों के अनुसार, दुनिया के कई हिस्सों में मोबाइल उपकरणों के साथ युवाओं की व्यस्तता¹⁰ का मतलब है कि वे चैट एप्लीकेशनों (एप्प), सोशल मीडिया, और, कभी-कभार, पारंपरिक मीडिया वेबसाइटों और ब्लॉगों और इन उपकरणों के माध्यम से अपनी अधिकांश खबरें प्राप्त करते हैं।^{11 12 13} इनमें से कई पर, सम्मानित पत्रकारिता के नाम पर फ्लैग करने के लिए बहुत कम या कुछ भी नहीं है और यह मात्र शौकिया रिपोर्टिंग है, दुष्प्रचार क्या है इसकी तो बात ही छोड़िए।

एक और मुद्दा यह है कि कैसे प्लेटफार्मों खबर को किस तरह लेते हैं। फेसबुक के लिए, अब तक का सबसे बड़ा सोशल प्लेटफार्म, "... पत्रकारिता पहले दिन से ही गर्दन का दर्द बना हुआ है। फ्रेडेरिक फिल्डोक्स का तर्क है, अब, फर्जी खबर और खराब पीआर की जटिल समस्याओं से तंग आकर, यह स्पष्ट है कि फेसबुक धीरे-धीरे समाचार पर लगाम लगाएगा"।¹⁴ अब इसे कैसे अंजाम दिया जाता है यह देखना बाकी है। कुछ समाचार संगठन लगाम लगाए जाने पर अपमानित महसूस करेंगे और कहेंगे कि यह उनके दर्शकों के साथ अनुचित व्यवहार होगा, क्योंकि फेसबुक वास्तविक सूचना हस्तांतरण के लिए एक बेहतर प्रयुक्त संस्था है जो घटनाओं की जानकारी रखने के लिए सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म पर निर्भर हैं।¹⁵

10 बच्चों द्वारा मोबाइल फोन का उपयोग। (2015) [ईबुक] टोकयो: मोबाइल सोसायटी अनुसंधान संस्थान, एनटीटी डॉक्टर्स। https://www.gsma.com/publicpolicy/wp-content/uploads/2012/03/GSMA_Childrens_use_of_mobile_phones_2014.pdf पर उपलब्ध।

11 डिजिटल न्यूज रिपोर्ट (2017)। पत्रकारिता के अध्ययन के लिए रायटर संस्थान (आरआईएसजे, ऑक्सफोर्ड) https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Digital%20News%20Report%202017%20web_0.pdf

12 शेअर, ई. और गॉटफ्राइड, जे (2017)। सोशल मीडिया प्लेटफार्मों पर समाचार का उपयोग। [ईबुक] वाशिंगटन डीसी: प्लूरिसर्च सेंटर <http://www.journalism.org/2017/09/07/news-use-across-social-media-platforms-2017/> पर उपलब्ध।

13 लेबनान में युवा, इंटरनेट और प्रौद्योगिकी: एक स्नैपशॉट (2017) सोशल मीडिया एक्सचेंज। <https://smex.org/youth-internet-and-technology-in-lebanon-a-snapshot/> पर उपलब्ध।

14 फिल्डोक्स, एफ. (2018)। मैंडे नोट, 14 जनवरी, 2018. <https://mondaynote.com/facebook-is-done-with-quality-journalism-deal-with-it-afc2475f1f84> पर उपलब्ध।

15 देखें मॉड्यूल तीन।

लेकिन कुछ एमआईएल समर्थकों को आशा है कि इस तरह का कदम युवा समाचार ग्राहकों को उनके आसपास की दुनिया में क्या हो रहा है जानने के लिए अपनी खोज के दायरे का विस्तार करेंगे और सोशल मीडिया पर पूरी तरह से भरोसा नहीं करेंगे क्योंकि इसकी जानकारी पूरी तरह से सच्ची नहीं है, साथ ही इसे बड़ी आसानी से 'हमेशा' उपकरणों के माध्यम से हासिल किया जा सकता है। इसके साथ ही कुछ सुझाव ये भी हैं कि मौजूदा मीडिया संस्थाओं के साथ प्रतिस्पर्धा करने के लिए फेसबुक भी न्यूज प्रोडक्शन में शामिल हो जाए।¹⁶

एमआईएल के साथ, प्रतिभागियों यह पहचानना सीख सकते हैं कि बड़े प्रामाणिक समाचार को भी हमेशा व्यापक वर्णात्मक ढांचे से बनाया जाता है जो तथ्यों को अर्थ देते हैं, और जो व्यापक मान्यताओं, विचारधाराओं और पहचान को गढ़ते हैं। इसका अर्थ यह है कि एक ओर वास्तविकता को जानने और उसकी व्याख्या करने के विविध पत्रकारिता प्रयासों के बीच अंतर को पहचानने की क्षमता, और दूसरी ओर, धोखे के उदाहरण जो सत्यापन के पेशेवर मानकों का उल्लंघन करते हुए समाचारों के प्रारूप का फायदा उठाते हैं।

एमआईएल रुद्धिवादिता से निपटने और बहु-सांस्कृतिक संचार को बढ़ावा देने के लिए एक साधन भी हो सकता है, जिसमें बहुभाषावाद इस लक्ष्य को प्राप्त करने में एक महत्वपूर्ण कारक है। विभिन्न लोगों ने एमआईएल के प्रयास में योगदान दिया है, और यूनेस्को की वेबसाइट पर अच्छे संसाधन पाए जा सकते हैं।¹⁷ लेकिन अभी भी पाठ्यक्रम के माध्यम से, और व्यवहार में दुष्प्रचार और गलत सूचना के प्रभाव को कम करने के लिए बहुत कुछ करने की जरूरत है।¹⁸

इस मॉड्यूल के साथ प्रभाव प्राप्त करने के लिए, वीडियो की सर्वव्यापकता को प्रतिभागियों के साथ जोड़ने के लिए छोटा किया जा सकता है, जिसमें झूठे संदेशों को दिखाकर एमआईएल "एडुटेनमेंट" के रूप में लघु, शीर्षक वाले वीडियो का उपयोग करके प्रतिभागियों के साथ जोड़ा जा सकता है, शिक्षार्थियों को भ्रामक सामग्री के अपने उदाहरण खोजने के लिए चुनौती दी जा सकती है, और उन्हें समाचार के रूप में प्रस्तुत सामग्री के हर हिस्से को लेने का आदी बनाया जा सकता है, वह भी जिसे बहुत छोटे समाचार के रूप में प्रस्तुत किया जाता है।¹⁹

प्रशिक्षकों को भी प्रतिभागियों को गहन खोज कार्यों सहित व्यापक ऑनलाइन खोज शुरू करने, जानकारी के कई स्रोतों की क्रॉस-जांच करने, तथा जानकारी की खोज और मूल्यांकन के विषय में ज्ञान अर्जित करने में लाइब्रेरी और लाइब्रेरी अध्यक्ष के महत्व को समझाकर अधिकांश जानकारी के लिए ऊपरी तौर पर "गुगल" से खोज करने की उनकी आदत में सुधार करने में मदद करनी चाहिए।²⁰ ई-पुस्तकालयों ने विद्वानों और अन्य संदर्भों तक पहुंचना बहुत आसान बना दिया है जो पत्रकारिता के छात्रों और पेशेवर पत्रकारों द्वारा गहन मूल्यांकन और सत्यापन करने की दिशा में प्रक्रियाओं और प्रथाओं के अपने ज्ञान को और गहरा करने के लिए उपयोग किया जा सकता है। अन्य संसाधन भी सीखने/ ज्ञान प्रक्रिया के पूरक के रूप में प्रतिभागियों को धोखाधड़ी वाले समाचार को पहचानने, इसके नकारात्मक

¹⁶ क्या फेसबुक के कैंपबेल ब्राउन इतना ताकतवर है कि उसकी अनदेखी नहीं की जा सकती? या वह फेक न्यूज है? <https://www.nytimes.com/2018/04/21/technology/facebook-campbell-brown-news.html>

¹⁷ देखें <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/media-development/media-literacy/mil-as-composite-concept/> [22/04/2018 को देखा गया]।

¹⁸ अबु-फ़डिल, एम. (2007)। मीडिया साक्षरता: रुद्धिबद्ध धारणा से निपटने और अंतर-सांस्कृतिक समझ को बढ़ावा देने के लिए एक साधन। <http://unesdoc.unesco.org/images/0016/001611/161157e.pdf> पर उपलब्ध [01/04/2018 को देखा गया]।

¹⁹ यहाँ वीडियो के शक्तिशाली इन्टेरेक्शन का एक उदाहरण है जो वाइस मीडिया से अमेरिकी स्कूल शूटिंग के संदर्भ में समाचार मीडिया साक्षरता के मूल्य को दर्शाता है: धोखेबाजों का कहना है कि बड़े पैमाने पर शूटिंग के शिकार 'संकट जनक' हैं, फेसबुक पर वाइस सलेक्ट।

²⁰ मीडिया साक्षरता सिखाने के लिए 15 संसाधन। एएससीडी। <http://inservice.ascd.org/15-resources-for-teaching-media-literacy/> पर उपलब्ध [03/04/2018 को देखा गया]।

प्रभाव से बचने, और पत्रकारिता के भाग के रूप में इसका खंडन करने में मदद करेंगे।²¹

सामाजिक मीडिया उपयोगकर्ता, जो दुष्प्रचार और गलत सूचना प्राप्त करते हैं और उसे साझा करते हैं, के साथ संपर्क बनाना भी पत्रकारों और पत्रकारिता के छात्रों के लिए एक कारगर तरीका है कि वे अपने और अपने समुदायों, दोनों के हित में झूठ का कैसे पता लगाएं, उसे किस तरह से ढूँढ़ें और इससे प्रभावी ढंग से निपटें। प्रशिक्षकों को इस मॉड्यूल के लिए इस संबंध में अध्यास पर विचार करने के लिए प्रोत्साहित किया जाता है।

राउबा एल हेलाऊ, वरिष्ठ मीडिया व्याख्याता और शोधकर्ता, नोट्रे डेम विश्वविद्यालय-लेबनान के शब्दों को इस मॉड्यूल की प्रासंगिकता पर विचार करना उपयोगी हैं: "लोगों को विभिन्न संदेशों को समझाने के लिए आवश्यक कौशल के साथ लैस करना एक सतत संघर्ष है जिसमें मीडिया शिक्षकों और पत्रकारों सभी को शामिल होने के लिए कहा जाता है। मीडिया साक्षरता लोगों को समाचार स्रोतों के विश्वास और आवश्यक संदेह के साथ उनसे सवाल करने के बीच संतुलन कायम करने में मदद करती है।"



मॉड्यूल का लक्ष्य

इस मॉड्यूल का लक्ष्य है:

- ▶ पत्रकारिता (और विभिन्न पत्रकारिता स्वरूपों) को समझने के लिए अपेक्षित साक्षरता²² और इसमें शामिल कौशल को प्राप्त करने के महत्व पर बल देना तथा साथ ही विभिन्न मीडिया में त्रुटिपूर्ण पत्रकारिता के साथ-साथ धोखाधड़ी की खबरों, दोनों का पता लगाता है²³।
- ▶ प्रतिभागियों को मीडिया के विविध आयामों से समाचारों का खुलासा करने के कौशल से लैस करके यह बताना कि दुष्प्रचार कितनी आसानी से किया जा सकता है।
- ▶ प्रतिभागियों को उन सभी सूचनाओं के प्रति स्वाभाविक संदेह करना सिखाएं जो वे उपभोग करते हैं और यह भी बताएं कि उचित संदर्भों के भीतर रिपोर्ट, पोस्ट, फ़िड, फोटो, वीडियो, ऑडियो सामग्री, इन्फोग्राफिक्स और आंकड़ों की सत्यता का आकलन कैसे किया जाए।

21 इसका एक उदाहरण प्रोजेक्ट लुक शार्प है, जो इथाका कॉलेज की एक मीडिया साक्षरता गाइड, पाठ्यक्रम किट और डाउनलोड करने योग्य लिखित व्यक्तव्य है। www.projectlooksharp.org. [23/03/2018 को देखा गया]।

22 मीडिया और सूचना साक्षरता के बारे में जानकारी के लिए एमआईएल की यूनेस्को धारणा को देखें <http://unesco.mil-for-teachers.unaoc.org/foreword/unifying-notions-of-media-and-information-literacy/> [22/4/2018 को देखा गया]।

23 कैसियोन (2010) द्वारा पहचानी गई गहन सोच कौशल के अलावा, प्रतिभागियों को संदेह होने के लिए प्रोत्साहित किया जाना चाहिए; हर किसी से सवाल करें; कुछ भी ऐसे ही न मानें; स्रोत की तथ्य-जांच करें।



सीखने के परिणाम

इस मॉड्यूल के अंत में, छात्रों निम्नलिखित करने में सक्षम हो जाएंगे:

1. कहानी से वास्तविकता के साथ-साथ प्रामाणिक पत्रकारिता के भीतर संभावित विविध आध्यान और कहानियों की वैधता में अंतर करना।
2. यह समझना कि कहानियों का चयन कैसे किया जाता है, सामग्री का उत्पादन कौन करता है, वास्तविकता के प्रामाणिक लगने वाले स्वरूप के लिए किन तरीकों का उपयोग किया जाता है, भाषा का उपयोग कैसे किया जाता है, किन बातों पर जोर दिया जाता है, क्या छोड़ा जाता है, कौन क्या कह रहा है, वह व्यक्ति कितना महत्वपूर्ण और/या विश्वसनीय है, उसका एजेंडा क्या हो सकता है, इसका समाचार पर क्या प्रभाव था/ है/ होगा, और दूसरे लोग इस समाचार को कैसे देखेंगे और समझेंगे।
3. अपने स्वयं के एमआईएल स्तरों और इसकी किसी व्यक्ति के रूप में प्रासंगिकता को गहराई से समझेंगे तथा यह सूचना और संचार के साथ किस तरह का व्यवहार करेगी।



मॉड्यूल का प्रारूप

मॉड्यूल को 90 मिनट के दो सत्रों में विभाजित किया गया है। पहला सत्र सैद्धांतिक और दूसरा सत्र अभ्यास है।

कार्यप्रणाली इस बात पर निर्भर करती है कि एमआईएल का अर्थ क्या है और दुष्प्रचार, गलत सूचना और अन्य विकृतियों के युग में इसका महत्व क्या है जो पारंपरिक और सोशल मीडिया के माध्यम से वायरल होता है। इस कक्षा के लिए सामग्री इंटरनेट के माध्यम से प्राप्त की जा सकती है, तथा वहां अनुसंधान और व्यावहारिक अभ्यास के लिए कई अन्य उपयोगी संसाधन उपलब्ध हैं।

उपयोगी साइटों में निम्नलिखित शामिल हैं:

- ▶ यूनेस्को <https://en.unesco.org/themes/media-literacy>
- ▶ संयुक्त राष्ट्र सभ्यताओं का गठबंधन <https://www.unaoc.org/>
- ▶ शिक्षकों के लिए मीडिया और सूचना साक्षरता पाठ्यक्रम <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/media-and-information-literacy-curriculum-for-teachers/>
- ▶ एमआईएल के 5 कानून <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/media-development/media-literacy/five-laws-of-mil/>
- ▶ सामान्य ज्ञान शिक्षा <https://www.commonsense.org/education/top-picks/media-news-and-information-literacy-resources-for-students>

- ▶ ईएवीआई मीडिया और नागरिकता के लिए साक्षरता <https://eavi.eu/beyond-fake-news-10-types-misleading-info/>
- ▶ समाचार साक्षरता परियोजना <http://www.thenewsliteracyproject.org/>, स्टोनी ब्रूक यूनिवर्सिटी में समाचार साक्षरता केंद्र <http://www.centerfornewsliteracy.org/>
- ▶ मन पर मीडिया का प्रभाव <http://propaganda.mediaeducationlab.com/>
- ▶ डिजिटल संसाधन केंद्र (समाचार साक्षरता केंद्र) <http://drc.centerfornewsliteracy.org/>
- ▶ रोड आइलैंड यूनिवर्सिटी में मीडिया और सूचना साक्षरता केंद्र <https://centermil.org/resources/>, कुछेक नाम हैं।

प्रशिक्षकों को विभिन्न भाषाओं में अपने-अपने देशों और क्षेत्रों से संसाधनों को जोड़ने के लिए प्रोत्साहित किया जाता है।

कक्षा में कंप्यूटर और इंटरनेट की सुविधा होनी चाहिए तथा साथ ही प्रशिक्षक तथा छात्रों को मीडिया केस स्टडी के साथ मीडिया और सूचना साक्षरता में शामिल संगठनों की वेबसाइटों को देखने की अनुमति दी जानी चाहिए।

सीखने के परिणामों के लिए योजना को जोड़ना

क. सैद्धांतिक

प्रशिक्षक एमआईएल पर सामग्री एवं केस स्टडी तथा समाचार के रूप में पेश की जाने वाली दुष्प्रचार सूचना और गलत सूचना के साथ इसका संबंध प्रस्तुत करेगा।

मॉड्यूल योजना	घंटों की संख्या	सीखने के परिणाम
एमआईएल और उपकरणों के बारे में बताएं और चर्चा करें जिसमें गहन सोच-विचार ढांचा शामिल हो।	45 मिनट	1 + 3
विभिन्न मीडिया प्रारूपों में स्थानीय रूप से प्रासंगिक चुनिंदा उदाहरणों की समीक्षा करें और उन पर चर्चा करें	45 मिनट	1 + 2

ख. अभ्यासः

सीखने की सामग्री और उपकरणों से संबंधित गतिविधियां।

मॉड्यूल योजना	घंटों की संख्या	सीखने के परिणाम
व्यावहारिक गतिविधियां गतिविधि 1: पत्रकारिता को मान्यता देना <p>स्थानीय प्रेस से पहले पृष्ठ की कहानी की पहचान करें। प्रत्येक छात्र को एक ही कहानी पर शोध और जांच करनी चाहिए जिस तरह से यह तीन अलग मीडिया आउटलेट में प्रकाशित हुई हो।</p> <p>चर्चा में छात्रों को गहन सोच की तकनीक लागू करने के लिए उनका मार्गदर्शन करें। उन्हें समाचारों के फ्रेमिंग, चयन और पैकेजिंग के साथ-साथ इसमें शामिल कहानी का भी खुलासा करना चाहिए। इस खुलासे में समाचारों के पारंपरिक तरीकों पर विशेष ध्यान देना चाहिए (कौन, क्या, कहां, कब, कैसे, तत्व क्यों; प्रत्यक्ष उद्धरणों का उपयोग; विशेषज्ञ और आधिकारिक स्रोतों पर निर्भरता, सहायक चित्र, "पत्रकारिता शैली" के लिए विशिष्ट रुद्धिवादी शब्दावली, अन्य 'नयापन' संकेत शामिल होने चाहिए।</p> गतिविधि 2: समाचार के रूप में दुष्प्रचार प्रस्तुति <p>प्रतिभागियों को धोखाधड़ी की खबर का एक उदाहरण दिखाएं और चर्चा करें कि 'क्या काम करता है' और 'किसी बात को गुप्त रखना।' फिर छात्रों को कोई धोखे वाली कहानी बनाकर पिछले अभ्यास में पढ़ी कहानियों में हेरफेर करने के लिए कहें, जिसे निकट भविष्य में सेट करें, जो प्रथम दृष्या खबर जैसी लगे। (छात्रों को अपने दुष्प्रचार निर्माण के लिए अपनी पसंद का विषय चुनने के लिए कहें)</p> <p>एक बार पूरा हो जाने के बाद, छात्र यह आकलन करने के लिए समूह बनाते हैं कि कहानी किसकी वजह से प्रामाणिक दिखती है। इसमें मूल्यांकन परीक्षा का उपयोग शामिल हो सकता है, लेकिन इसमें उन समाचारों के प्रतीकों की पहचान भी शामिल होनी चाहिए जिनका टुकड़ों को मिलाकर शोषण किया गया है।</p> <p>फिर से समूह बनाएं, और प्रतिभागियों को पूरे समूह के बीच लघु प्रस्तुतियों के माध्यम से अपनी गहरी समझ को साझा करने के लिए कहें।</p>	90 मिनट 45 मिनट	1 + 3
	45 मिनट	1 + 3

सुझाए गए कार्य

प्रत्येक व्यक्ति को वैज्ञानिक या चिकित्सा समाचार कहानी के लिए अपने संबंधित सोशल मीडिया फीड की खोज करनी चाहिए (उदाहरण के लिए आहार से संबंधित जुनून, बीमारी का प्रकोप, उनके समुदाय पर ग्लोबल वार्मिंग का प्रभाव, इलेक्ट्रिक कारें बनाम ईंधन संचालित वाहनों की दक्षता)। वे अपने अनुसंधान का आकलन, अपनी पक्षपाती पुष्टि (जहां सक्रिय हो), और कहानी के लिए उनकी भावनात्मक प्रतिक्रियाओं/ मुद्दों पर विश्लेषण, देख कि यह खोज, मूल्यांकन, डिजिटल सुरक्षा, अधिकार, और पहचान के साथ-साथ खबर के मूल नैतिक सिद्धांतों के रूप में किस तरह एमआईएल के मुद्दों से जुड़े हैं।

इसके बाद उन्हें अपने शोध से प्राप्त जानकारी प्रदान करनी चाहिए: कहानी किसने बनाई; वह रिपोर्टर या व्यक्ति यह कैसे जानता है कि क्या प्रकाशित किया गया था, और यदि इसके प्रसार से उसे लाभ मिलने की संभावना है; तो डेटा, सांख्यिकी, इनफोग्राफिक्स की फिर से जांच करें। यदि संभव हो तो छात्र डेटा सत्यापित करने के लिए अपने विश्वविद्यालय की लाइब्रेरी/ ई-लाइब्रेरी का भी उपयोग कर सकते हैं। वे मीडिया की समालोचना को 1500 शब्दों में अपना निष्कर्ष लिखें, जिसमें इसकी ताकत, कमजोरियों, चूक और पहचान की गई सामग्री की असफलताओं का विश्लेषण किया जाए।

सामग्री

स्लाइड, तस्वीरें और वीडियो वाले लेख की सूची नीचे दी गई है। प्रशिक्षकों को अपने स्वयं के स्लाइड शो बनाने और अपने संबंधित देशों और संदर्भों के लिए प्रासंगिक तस्वीरें और वीडियो शामिल करने के लिए प्रोत्साहित किया जाता है।

पाठन

अबू-फ़िल, एम. एंड ग्रिजल, ए. (2016)। मध्य पूर्व और उत्तरी अफ्रीका में मीडिया और सूचना साक्षरता के लिए अवसर। <https://milunesco.unaoc.org/wp-content/uploads/MIL-Mena-2016-english.pdf> पर उपलब्ध [05/01/2018 को देखा गया]।

डिजिटल युग के लिए एक शब्दकोश। (2017)। यूनेस्को कूरियर, [ऑनलाइन] (जुलाई-सितंबर 2017)। <https://en.unesco.org/courier/2017-july-september/lexicon-digital> पर उपलब्ध [06/04/2018 को देखा गया]।

फेसिओन, पी. (2010)। महत्वपूर्ण सोच: यह क्या है और यह क्यों मायने रखता है। [ऑनलाइन] इनसाइट असेसमेंट। <https://www.insightassessment.com/> पर उपलब्ध [05/01/2018 को देखा गया]।

ग्रे, जे., बोनेग्रू, एल. एंड वेंटुरिनी, टी. (2017)। डिजिटल युग में जीवन के बारे में फर्जी खबरें हमें क्या बताती हैं? वह नहीं जो तुम उम्मीद की होगी।

नीमनलैब। [ऑनलाइन]: <http://www.niemanlab.org/2017/04/what-does-fake-news-tell-us-about->

life-in-the-digital-age-not-what-you-might-expect/ पर उपलब्ध [06/04/2018 को देखा गया]।

स्टीफंस, बी. (2017)। किसी कीमत पर सहमत न होने की कला। न्यूयॉर्क टाइम्स। [ऑनलाइन] <https://www.nytimes.com/2017/09/24/opinion/dying-art-of-disagreement.html> [06/04/2018 को देखा गया]।

आगे और पढ़ें

लाइटवयनेनको, जे. (2018)। देखिए, कैसे एक कनाडाई इमाम ह्यूस्टन के बारे में फर्जी खबर में पकड़ा गया। बजफीड। [ऑनलाइन] https://www.buzzfeed.com/janelytvynenko/toronto-imam-caught-up-in-fake-news?bftw&utm_term=.ha3w9B5rr#.acEgmYE66 पर उपलब्ध [6/04/2018 को देखा गया]।

मुलरूनी एल्ड्रेड, एस. (2017)। फर्जी खबरों के युग में, छात्रों को पत्रकारों की तरह कार्य करना चाहिए: स्कूलों को शायद ही कभी समाचार साक्षरता की आवश्यकता होती है, लेकिन यह पहले से कहीं अधिक महत्वपूर्ण है। साईंस न्यूज़। [online] <https://www.sciencenewsforstudents.org/article/era-fake-news-students-must-act-journalists> [06/04/2018 को देखा गया]।

रसब्रिजर, ए., नीलसेन, आर. और सकजेसेठ, एच. (2017)। हमने दुनिया भर के लोगों से पूछा कि पत्रकारों को झूठ बोलने वाले शक्तिशाली लोगों को कैसे कवर करना चाहिए। उन्होंने यह कहा। पत्रकारिता के अध्ययन के लिए रायटर संस्थान, ऑक्सफोर्ड यूनिवर्सिटी। <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/risj-review/we-asked-people-all-over-world-how-journalists-should-cover-powerful-people-who-lie> [12/06/2018 को देखा गया]।

वेसी-बायर्न, जे. (2017)। बिकनी डिजाइनर ने कहा कि आपको इंस्टाग्राम पर जो कुछ भी दिखाई देता है, उस पर आपको भरोसा क्यों नहीं करना चाहिए। द इंडिपेंट। [ऑनलाइन] <https://www.indy100.com/article/bikini-designer-instagram-before-after-karina-irby-7934006?amp> [06/04/2018 को देखा गया]।

तथ्य-जांच 101

एलेक्सिओस मंजारलिस

FACTS
MATTER

THE TAKING OF
PELHAM
123

मॉड्यूल 5

VICTORINOX
MADE OF THE SWISS ALPS SWITZERLAND



सारांश



राजनेताओं से लेकर विपणकर्ताओं तक, परामर्शी समूहों से लेकर ब्रांडों तक - हर कोई जो दूसरों को समझाना चाहता है, उसके पास तथ्यों को तोड़-मरोड़कर, बढ़ा-चढ़ाकर पेश करने या अस्पष्ट तरीके से प्रस्तुत करने की पूरी संभावना होती है। यह मॉड्यूल प्रतिभागियों को तथ्य-जांच योग्य दावों का पता लगाने और नैतिक मानदंडों और मानकों के अनुरूप साक्ष्य का मूल्यांकन करने की पद्धति से रूबरू कराना चाहता है।



रूपरेखा

जवाबदेह पत्रकारिता के रूप में तथ्य-जांच का इतिहास और शब्दार्थ

न्यूयॉर्क राज्य के लिए अमेरिकी सीनेटर तथा भारत और संयुक्त राष्ट्र में राजदूत (1927-2003) डेनियल पैट्रिक मोयनिहान की एक प्रसिद्ध कहावत है: "हर किसी को अपनी राय देने का हकदार है, लेकिन अपने निजी तथ्यों के लिए नहीं।"¹

"तथ्य-जांच" शब्द के पत्रकारिता में दो अलग अर्थ हो सकते हैं। पारंपरिक रूप से, तथ्य-जांच का इस्तेमाल संवाददाताओं द्वारा न्यूजरूम में अपने लेखों में किए गए तथ्यात्मक दावों की प्रूफरीडिंग और सत्यापन करने के लिए किया जाता था। तथ्य-जांच की यह शैली रिपोर्टिंग के सही होने का मूल्यांकन करती है, तथ्यों और आंकड़ों की दोहरी जांच करती है, और प्रकाशन से पहले एक समाचार आउटलेट की सामग्री के लिए गुणवत्ता नियंत्रण के समग्र चरण के रूप में कार्य करती है। आधुनिक पत्रकारिता में इस प्रक्रिया की शुरुआत का श्रेय – पश्चिम में - 1920 के दशक में टाइम जैसी प्रमुख अमेरिकी साप्ताहिक पत्रिकाओं को जाता है।²

21वीं सदी के बाद से दुनिया भर के अधिकांश समाचार संगठनों द्वारा आर्थिक तंगी महसूस की गई जिससे तथ्य की जांच करने वाले विभाग सीमिट गए, या उनका कॉपी-संपादन डेस्क के साथ विलय कर दिया गया है, या पूरी तरह से समाप्त हो गए हैं। आज, यह मुख्य रूप ³से संयुक्त राज्य अमेरिका में न्यू यॉर्कर या जर्मनी में डेर स्पीगेल जैसी उच्च-स्तरीय साप्ताहिक पत्रिकाएं हैं जो अभी भी समर्पित संपादकीय तथ्य-जांच कर रही हैं।

इस मॉड्यूल में तथ्य की जांच के प्रकार पर ध्यान केंद्रित किया जाएगा जो किसी चीज़ के प्रकाशित होने से पहले नहीं हुआ, लेकिन जब कोई दावा सार्वजनिक प्रासंगिकता का हो जाता है। तथ्य की जांच के इस "वास्तविक" स्वरूप का उद्देश्य नेताओं और अन्य सार्वजनिक हस्तियों को अपने बयानों की सच्चाई के प्रति जवाबदेह बनाना है। तथ्यों की जांच करने वाले अपने इस कार्य में प्राथमिक और प्रतिष्ठित स्रोतों की तलाश करते हैं जो जनता द्वारा किए गए दावों की पुष्टि करते हैं या उन्हें नकार सकते हैं।

1 मोयनिहान, डी. एंड वीमसन, एस. (2010)। डेनियल पैट्रिक मोयनिहान। न्यूयॉर्क: पब्लिकअफेर्स।

2 शास्त्री, बी. (2016)। कौन तथ्य करता है कि राजनीति में क्या सच है? राजनीतिक तथ्य-जांच के उदय का इतिहास। [ऑनलाइन] पोयंटर <https://www.poynter.org/news/who-decides-whats-true-politics-history-rise-political-fact-checking> [28/03/2018 को देखा गया]

3 मॉड्यूल तीन देवें

4 ब्लॉड-पेशकिन, एस. एंड सिवेक, एस. (2017)। पत्रिकाओं को लगाता है कि ऑनलाइन तथ्य-जांच करने के लिए बहुत कम समय है। [ऑनलाइन] कोलंबिया जर्नेलिस्म रिव्यू। <https://www.cjr.org/b-roll/magazine-fact-checking-online.php> पर उपलब्ध [28/03/2018 को देखा गया]

"वास्तविक" तथ्य-जांच मुख्य रूप से राजनीतिक विज्ञापनों, अभियान भाषणों और पार्टी घोषणापत्रों पर (लेकिन विशेष रूप से नहीं) केंद्रित है। प्रारंभिक परियोजनाओं के इस स्वरूप को समर्पित राजनीतिक तथ्य-जांच में पेसिल्वेनिया यूनिवर्सिटी में एनेनबर्ग सार्वजनिक नीति केंद्र की Factcheck.org नामक एक परियोजना, 2003 में, और चैनल 4 तथ्य-जांच, 2005 में शुरू की गई थी।

तथ्य-जांच का महत्व बढ़ा है और हाल के दशक में दुनिया भर में फैल गया है।

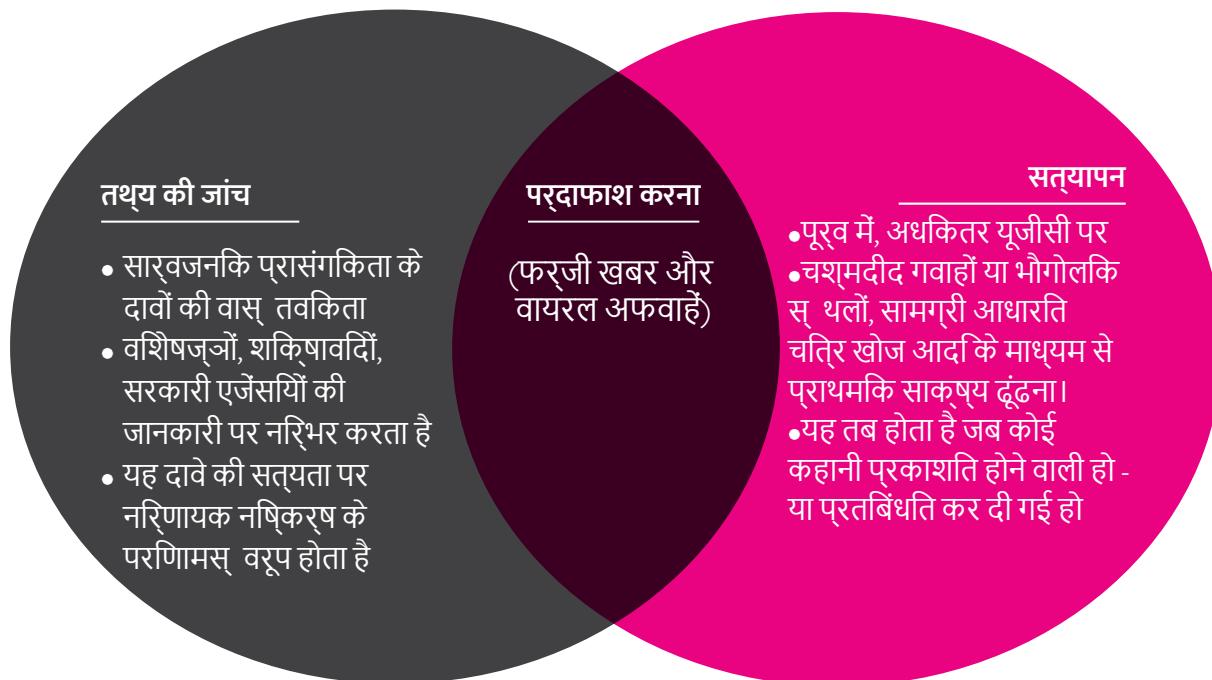
पत्रकारिता की इस शैली के विकास के लिए विशेष रूप से दो कारण महत्वपूर्ण थे। पहली लहर राष्ट्रीय रिपोर्टिंग के लिए 2009 पुलित्जर पुरस्कार से शुरू हुई, जिसका जिम्मा पोलिटोफैक्ट को सौंपा गया, यह एक तथ्य-जांच परियोजना थी जिसे केवल एक साल पहले सेंट पीटर्सबर्ग टाइम्स (अब तंपा बे टाइंस) द्वारा फ्लोरिडा में शुरू किया गया था। पोलिटोफैक्ट की खोज में "सत्य परखने के मीटर" पर दावों को अंक प्रदान करना था," ताकि ढांचे के स्वरूप को बताया जा सके और तथ्य-जांच में स्पष्टता हो। (आलोचकों के लिए, इस रेटिंग ने प्रक्रिया में व्यक्तिप्रकृता को शामिल किया)। इस ढांचागत दृष्टिकोण ने दर्शकों के लिए यह बहुत स्पष्ट कर दिया कि राजनीतिक तथ्य-जांच किस बारे में थी - और पत्रकारिता के टूल के रूप में इस साधन की भूमिका को स्पष्ट किया, ताकि लोकप्रिय हस्तियों को उनके शब्दों के प्रति जबावदेह बनाया जा सके - यह प्रक्रिया दुनिया भर की दर्जनों परियोजनाओं को प्रेरित कर रही है।⁵

दुनिया भर में तथाकथित 'फर्जी खबर' के बढ़ने के बाद तथ्य-जांच परियोजनाओं की दूसरी लहर आई। सह-योजित और दुरुपयोग जैसे शब्दों को अब पूरी तरह से गढ़ी गई सनसनीखेज कहानियां माना जाता है जिनका उद्देश्य सामाजिक मीडिया के आंकड़ों का अपने फायदे के लिए उपयोग करके बड़ी संख्या में दर्शकों तक पहुंचना है। जैसा कि 2016 के पाठ्यक्रम में यह स्पष्ट हो गया है कि ऑनलाइन सूचना बुनियादी ढांचे विशेष रूप से दुष्प्रचार और गलत सूचना आसानी से प्रदान कर सकते थे, इसलिए अधिक से अधिक समूहों ने तथ्य की जांच पर ध्यान देने का निर्णय किया।

इस दूसरी लहर ने सार्वजनिक दावों की जांच के रूप में इन वायरल अफवाहों का पर्दाफाश करने पर अधिक ध्यान केंद्रित किया। पर्दाफाश करना तथ्य-जांच का ही एक हिस्सा है और इसके लिए एक विशिष्ट प्रकार के कौशल की आवश्यकता होती है जो सत्यापन के लिए एक आम बात है (विशेष रूप से यूजीसी के रूप में जानी जाने वाली उपयोगकर्ता द्वारा सृजित सामग्री - नीचे वेन डॉयग्राम देखें)। यह मॉड्यूल नीचे परिभाषित तथ्य-जांच पर ध्यान केंद्रित करेगा, जबकि अगले मॉड्यूल में डिजिटल सामग्री और स्रोतों के सत्यापन के बारे में बताया जाएगा।⁶

⁵ मंजालिस, ए. (2017)। अपने पहले दशक में, पोलिटोफैक्ट ने कहीं अधिक राजनीतिक तथ्य-जांच को परिभाषित करने में मदद की वॉशिंगटन, डी.सी. [ऑनलाइन] पोयंटर। <https://www.poynter.org/news/its-first-decade-politifact-helped-define-political-fact-checking-far-beyond-washington-dc> पर उपलब्ध [28/03/2018 को देखा गया]।

⁶ देखें मॉड्यूल छह



INTERNATIONAL
FACT-CHECKING
NETWORK @ Poynter.

चित्र 5: तथ्य-जांच और सत्यापन के बीच का अंतर

दुनिया भर में तथ्य-जांच करने वाले संगठनों के उदाहरण

ड्यूक रिपोर्टर्स लैब के अनुसार, दिसंबर 2017 में 51 देशों में 137 तथ्य-जांच परियोजनाएं सक्रिय थीं।⁷

जबकि संयुक्त राज्य अमेरिका तथ्य-जांच के लिए सबसे बड़ा बाजार है, लेकिन इस क्षेत्र में सबसे विचारशील और अभिनव काम दुनिया के शेष हिस्सों में हो रहे हैं। प्रशिक्षकों को अफ्रीका चेक (दक्षिण अफ्रीका, सेनेगल, नाइजीरिया और केन्या), चेकाडो (अर्जेंटीना), लेस डिकोडर्स (फ्रांस), फकटिस्क (नॉर्वे) और फुल फैक्ट (यूनाइटेड किंगडम) जैसी परियोजनाओं से खुद को परिचित करना चाहिए।

उन प्रशिक्षकों के लिए जो विशिष्ट देशों या क्षेत्रों पर ध्यान केंद्रित करना चाहते हैं, निम्नलिखित संसाधन सहायक हो सकते हैं:

- ▶ **ब्राजील:** "ब्राजील में तथ्य-जांच में तेजी," केट स्टेईकेर द्वारा एक लेख-पोयंटर के लिए जिंजर्बर्ग:
<https://www.poynter.org/news/fact-checking-booms-brazil> पर उपलब्ध
- ▶ **यूरोप:** "यूरोप में तथ्य-जांच साइटों में वृद्धि" ऑक्सफोर्ड यूनिवर्सिटी में रायटर संस्थान के लिए लुकास ग्रेब्स और फेडरिका चेरुबिनी द्वारा एक रिपोर्ट, <http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/rise-fact-checking-sites-europe#overlay-context=>
- ▶ **जापान:** " जापान में एक नया तथ्य-जांच गठबंधन शुरू हो रहा है" पोयंटर के लिए मासाटो काजीमोटो द्वारा एक लेख, <https://www.poynter.org/news/new-fact-checking-coalition-launching-japan> में उपलब्ध।

⁷ स्टेनसेल, एम. (2017)। तथ्य-जांच में तेजी, संख्या में 20 प्रतिशत वृद्धि। [ऑनलाइन] ड्यूक रिपोर्टर्स लैब। <https://reporterslab.org/big-year-fact-checking-not-new-u-s-fact-checkers/> पर उपलब्ध [28/03/2018 को देखा गया]।

- ▶ **दक्षिण कोरिया:** "दक्षिण कोरिया में तथ्य-जांच के अचानक बढ़ने के पीछे राज क्या है? तनावपूर्ण राजनीति और खोजी पत्रकारिता में गिरावट, "बॉययंग लिम द्वारा पोयंटर के लिए एक लेख <http://www.poynter.org/2017/whats-behind-south-koreas-fact-checking-boom-tense-politics-and-the-decline-of-investigative-journalism/463655/>
- ▶ **लैटिन अमेरिका:** "सूचना तक पहुंच के अभाव के कारण लैटिन अमेरिका में तथ्य-जांच में अचानक वृद्धि हो रही है" पोयंटर के लिए इवान एचट द्वारा एक लेख, <https://www.poynter.org/news/lack-access-information-driving-latin-americas-fact-checking-boom>
- ▶ **संयुक्त राज्य अमेरिका:** "निर्णय लेना क्या सच है: अमेरिकी पत्रकारिता में राजनीतिक तथ्य-जांच में वृद्धि" लुकास ग्रेक्स द्वारा लिखी पुस्तक या पोयंटर पर ब्राड स्क्रिबर द्वारा इसकी समीक्षा, ऑनलाइन उपलब्ध: <https://www.poynter.org/news/who-decides-whats-true-politics-history-rise-political-fact-checking>

तथ्य-जांच की कार्यप्रणाली और नैतिकता

तथ्य-जांच कोई रॉकेट साइंस नहीं है। यह एक बुनियादी प्रश्न: "हम यह कैसे जानते हैं?" पर आधारित एक सत्यनिष्ठ विश्लेषण है। साथ ही तथ्य की जांच कोई शब्द—जांच नहीं है। सभी तथ्यों के साथ यह कोई शब्दकोश शैली की गाइडबुक नहीं है, और न ही कोई आसान सा सॉफ्टवेयर है जो दस्तावेजों की जांच करेगा और यह बता देगा कि तथ्य के रूप में कुछ गलत कहा गया है।

आम तौर पर, तथ्य-जांच में तीन चरण शामिल होते हैं:

1. विधायी रिकार्डों, मीडिया आउटलेट्स और सोशल मीडिया के माध्यम से **तथ्य-जांच योग्य दावों का पता लगाना।** इस प्रक्रिया में यह निर्धारित करना शामिल है कि कौन से प्रमुख सार्वजनिक दावों का (क) तथ्य-जांचा जा सकता है और (ख) तथ्य-जांचा जाना चाहिए।
2. **तथ्यों का पता लगाने के लिए सबसे अच्छा तरीका उपलब्ध बेहतरीन साक्ष्यों में से सबूत ढूँढना है।**
3. आमतौर पर सत्यवादिता के पैमाने पर तथा सबूत के आधार पर दावे का मूल्यांकन करके **रिकॉर्ड को सही करना।**

भरोसेमंद तथ्य-जांच संगठन सार्वजनिक पद्धतियों में अपनी प्रक्रिया की व्याख्या करते हैं।

प्रशिक्षक छात्रों को निम्नलिखित में से एक या अधिक को देखने के लिए कहना चाहिए:

1. अफ्रिका की जांच "हम कैसे काम करते हैं" पृष्ठ (<https://africacheck.org/about-us/how-we-work/>) तथा सामग्री खंड में इन्फोग्राफिक
2. चेकाडो की "मेटोडो" (स्पेनिश में उपलब्ध: <http://chequeado.com/metodo/>)
3. पेजला पोलिटिका का "मेटोडोलोजिया" और "कोमे फुनजिओनियामो" (<https://pagellapolitica.it/progetto/index> पर इतालवी में उपलब्ध)

4. "पोलिटिफैक्ट के सिद्धांत" (<http://www.politifact.com/truth-o-meter/article/2013/nov/01/principles-politifact-punditfact-and-truth-o-meter/>) पर उपलब्ध

इंटरनेशनल फैक्ट-चेकिंग नेटवर्क (आईएफसीएन) ने सिद्धांतों का एक कोड भी विकसित किया है जो कर्तव्यनिष्ठ तथ्य-जांचने वालों को उनके रोजमरा के काम में मार्गदर्शन करता है।⁸

तथ्य-जांच संगठन आईएफसीएन सिद्धांतों की संहिता के सत्यापित हस्ताक्षरकर्ता बनने के लिए आवेदन करते हैं। इसके लिए बाहरी मूल्यांकन की आवश्यकता होती है जो इन मानकों के प्रभावी कार्यान्वयन का मूल्यांकन करता है। प्रशिक्षकों को इस कोड से परिचित होना चाहेंगे और वे अपने देश के तथ्य-जांच संगठनों पर किए गए मूल्यांकनों का पता लगा सकते हैं और चर्चा कर सकते हैं कि क्या छात्रों को लगता है कि इससे वे तथ्य-जांच करने वालों पर अधिक भरोसा करने लगेंगे या नहीं।⁹

इन सिद्धांतों को पाठकों को बुरे से अच्छे तथ्य-जांच करने में मदद करने के लिए विकसित किया गया है। तथ्य-जांच के रूप में मुखौटा धारण करने वाली गलत सूचना के उदाहरण के लिए, प्रशिक्षक इन दो लेखों में उदाहरण साझा करने के लिए कह सकते हैं:

- ▶ ये नकली तथ्य-जांच तुर्की में नरसंहार और सेंसरशिप के बारे में झूठ बोल रहे हैं (पोयंटर)। <https://www.poynter.org/news/these-fake-fact-checkers-are-peddling-lies-about-genocide-and-censorship-turkey>
- ▶ सच के बाद के युग में स्वीडन का सुदूर दक्षिणपंथी नकली तथ्य-जांच अपरिहार्य था। (द गार्डियन) <https://www.theguardian.com/media/2017/jan/19/in-the-post-truth-era-swedens-far-right-fake-fact-checker-was-inevitable>

तथ्यों के रास्ते में क्या अङ्गचन आती है

तथ्य की जांच के व्यावहारिक पहलुओं की गहराई से जांच करने से पहले, छात्रों को इसकी - और अपनी सीमाओं के बारे में पता होना चाहिए।

कुछ टिप्पणीकारों ने घोषणा की है कि हमने "सच के बाद" या "तथ्य के बाद" के युग में प्रवेश किया है। ये शब्द 2016 में दुनिया भर में सुर्खियां बनी थीं और क्रमशः, ऑक्सफोर्ड अंग्रेजी शब्दकोश और सोसायटी फॉर द जर्मन लॅंग्वेज द्वारा इन्हें "वर्ष के शब्द" के रूप में चुना गया था। "पोस्ट-ट्रूथस" द्वारा दिया गया तर्क यह है कि राजनीति और मीडिया इतने अधिक फूट डालने वाले और जातीय हो गए हैं कि नागरिक किसी भी तथ्य को अस्वीकार कर देते हैं जिससे वे सहमत न हों।

अनुसंधान के बढ़ने से यह बात सही साबित नहीं होती जिसने यह पाया गया है कि जब विशेषकर प्राधिकारियों के संदर्भ के माध्यम से इसमें सुधार किया जाता है और वह दर्शकों को विश्वसनीय लगता है, तो लोग (औसतन) बेहतर जानकार बनते हैं। प्रशिक्षक अपने छात्रों के साथ निम्नलिखित का अध्ययन करना और इस पर चर्चा करना चाहेंगे:

⁸ लेखक, एलेक्सिओस मंत्जालिस, अंतरराष्ट्रीय तथ्य-जांच नेटवर्क का नेतृत्व करते हैं।

⁹ <https://www.poynter.org/intemational-fact-checking-network-fact-checkers-code-principles> पर उपलब्ध [28/03/2018 को देखा गया]

- ▶ स्वायर, बी., बेरिनस्की, ए.जे., लेवांडोवस्की, एस. एंड एकर, यू.के.एच. (2017)। राजनीतिक गलत सूचनाएं देना: ट्रम्प घटना को समझना (1 मार्च 2017)। <http://rsos.royalsocietypublishing.org/content/4/3/160802> पर उपलब्ध [28/03/2018 को देखा गया]।
- ▶ न्याहान, बी. और जेर्स्टोफ, टी. (2018)। अतीत से लड़ना: इजरायल-फिलिस्तीनी संघर्ष में नियंत्रण अवधारणा, ऐतिहासिक गलत धारणाएं और सुधारात्मक जानकारी। <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/pops.12449/abstract>. पर उपलब्ध [28/03/2018 को देखा गया]।
- ▶ वुड, टी. एंड पोर्टर, ई. (2016)। मायावी उलटा प्रभाव: जन दृष्टिकोण 'तथ्य का ढढ़ पालन (अगस्त 5, 2016)। पर उपलब्ध: <https://ssrn.com/abstract=2819073>. [28/03/2018 को देखा गया]।

इसके साथ ही, यह सुझाव देना बिल्कुल मूर्खता होगी कि तथ्य दुनिया के सटीक लक्षण हैं और मनुष्य बेहद समझदार हैं जो पिछले विश्वास और व्यक्तिगत प्राथमिकताओं की परवाह किए बिना नए तथ्यों को बिना किसी खोट के अपनाते हैं। हममें से हर कोई मानसिक सोच और अन्य पूर्वाग्रह या पक्षपात लिए होते हैं - अनिवार्य रूप से मानसिक बाधाएं - जो नई तथ्यात्मक जानकारी को अपनाने के आड़े आ सकती हैं। यहां यह समझना महत्वपूर्ण है कि यह कुछ ऐसा नहीं है जो दूसरे लोगों के साथ होता है, वास्तव में यह हम सभी के साथ होता है।

प्रशिक्षकों को कक्षा में इनमें से कुछ पक्षपातपूर्ण दृष्टिकोणों पर चर्चा करनी चाहिए।

पुष्टि पूर्वाग्रह [विश्वकोश ब्रिटानिका से - <https://www.britannica.com/topic/confirmation-bias> [28/03/2018 को देखा गया]]: किसी के मौजूदा विश्वास के अनुसार सूचना को देखना, उस पर कार्रवाई करना या उसकी व्याख्या करने की प्रवृत्ति। निर्णय लेने के लिए यह पक्षपातपूर्ण दृष्टिकोण काफी हद तक गैर-इरादतन है और अक्सर असंगत जानकारी की अनदेखी करने का परिणाम है। मौजूदा विश्वासों में किसी दी गई स्थिति और किसी विशेष परिणाम के बारे में भविष्यवाणियों में कोई भी अपेक्षा शामिल हो सकती है। लोग विशेषकार सूचना को अपने विश्वास की कसौटी के समर्थन में परखना चाहते हैं, जब मुद्दा अत्यधिक अहम हो या अपने हित से जुड़ा हो।

प्रेरित तर्क [डिस्कवर पत्रिका से - <http://blogs.discovermagazine.com/intersection/2011/05/05/what-is-motivated-reasoning-how-does-it-work-dan-kahan-answers/#.WfHrl4ZrzBI> [28/03/2018 को देखा गया]]: प्रेरित अनुभूति व्यक्तियों की अचेतन प्रवृत्ति को दर्शाती है जिससे वे सूचना की छानबीन करके उसमें उन निष्कर्षों को फिट कर सकें जो कुछ हद तक उनके लक्ष्य के अनुरूप हैं। एक बेहतरीन उदाहरण देखें। 1950 के दशक में, मनोविज्ञानिकों ने प्रयोगात्मक विषयों पर दो आइवी लीग कॉलेजों के छात्रों को एक फिल्म देखने को कहा जिसमें उनके संबंधित स्कूलों से टीमों के बीच एक फुटबॉल खेल के दौरान किए गए एक विवादास्पद कॉल को प्रदर्शित किया गया था। प्रत्येक स्कूल के छात्रों को रेफरी के कॉल को सही के रूप में देखने की संभावना थी जब यह उनके प्रतिद्वंद्वी का पक्ष लेने की तुलना में उनके स्कूल के पक्ष में हो। शोधकर्ताओं ने निष्कर्ष निकाला है कि भावनात्मक पक्ष के रूप में छात्रों ने अपने संबंधित संस्थानों के प्रति अपनी वफादारी की पुष्टि की जो उन्होंने टेप पर देखा था।

अपने अनुभव पर आधारित उपलब्धता [ऑक्सफोर्ड यूनिवर्सिटी प्रेस से मनोविज्ञान का एक शब्दकोश - <http://www.oxfordreference.com/view/10.1093/acref/9780199534067.001.0001/>

[acref-9780199534067-e-830](#) [28/03/2018 को देखा गया] मानसिक आधार पर अपना अनुभव जिसके माध्यम से किसी घटना के घटने या संभावना को इसके उदाहरणों की संख्या से आंका जाता है जिसे आसानी से ध्यान में लाया जा सकता है। यह लोगों को किसी गलत दावे को पूरी तरह सच के रूप में देखने के लिए प्रेरित कर सकता है क्योंकि वे इसे आसानी से याद कर सकते हैं। वैंडरबिल्ट यूनिवर्सिटी में लिसा फाजियो द्वारा किए गए एक प्रयोग में, जिन लोगों को इस दावे को दोहराने के लिए कहा गया था "एक साड़ी एक लहंगा है" छह बार इस स्पष्ट झूठ को उन लोगों की तुलना में अधिक विश्वास करने योग्य पाया गया जिन्होंने इसे केवल एक बार दोहराया था। पत्रकारिता झूठ के लिए खुद को झूठ के पैमाने में बदल सकती है जिस पर बिना किसी आलोचना के विश्वास किया जाएगा। उदाहरण के लिए, बराक ओबामा के जन्म स्थान के आसपास बड़यंत्रों की मीडिया कवरेज ने यह विश्वास फैलाने में भूमिका निभाई होगी कि पूर्व अमेरिकी राष्ट्रपति वास्तव में हवाई में पैदा नहीं हुए थे।

तथ्य-जांच, अपने आप में, यह ध्यान दिया जाना चाहिए कि यह एक अपूर्ण साधन है। कुछ 100% सटीक हो सकता है, और फिर भी कुछ महत्वपूर्ण संदर्भ छूट जाते हैं।¹⁰ 10 तथ्यों को हमेशा व्यापक कहानी की संरचना के भीतर सार्थक रूप से बनाया, निर्देशित और फिर से व्यवस्थित किया जाता है जो एक ही बुनियादी तथ्यों को अलग महत्व प्रदान कर सकते हैं। इसके अलावा, सच तथ्यों के संग्रह से परे होता है। तथ्य-जांच लागू किया जाने वाला कोई उपकरण नहीं है, जिसमें वैकल्पिक व्याख्याओं के अनेक तथ्यों की इतनी अधिक अनदेखी कर दी जाए कि जिससे व्याख्यात्मक और व्यक्तिगत पूर्वाग्रह प्रभावित हो जाएं, और तर्कसंगत बहस को आधार मिल सके।



सीखने के परिणाम

- विश्व स्तर पर तथ्य-जांच में उभरती अच्छी प्रथाओं के साथ परिचय में सुधार करना।
- मानसिक पक्षपातपूर्ण धारणाओं के बारे में जागरूकता बढ़ाना जो तथ्यात्मक समझ के आड़े आ सकती हैं।
- महत्वपूर्ण विश्लेषण कौशल में सुधार करना।



सीखने के परिणाम

1. पत्रकारिता के एक अलग रूप में तथ्य-जांच की विकसित होती समझ के साथ-साथ नैतिकता और अभ्यास की पद्धति को जानना-समझना।
2. सबूतों की गुणवत्ता का आकलन करते समय पूछे जाने वाले प्रश्नों के बारे में जानना।
3. राय और अतिशयोक्ति से तथ्य-जांच योग्य दावों को अलग करने की बेहतर क्षमता प्राप्त करना।
4. मानसिक पक्षपातपूर्ण की बुनियादी अवधारणा जो तथ्यात्मक समझ के आड़े आ सकती है।

¹⁰ उदाहरण देखें यांगोफर्स्की, डी. (2013)। चार्ट टिम कुक आपसे मिलना नहीं चाहता। <https://qz.com/122921/the-chart-tim-cook-doesnt-want-you-to-see/>। पर उपलब्ध [28/03/2018 को देखा गया]।



मॉड्यूल का प्रारूप

इस पाठ के सैद्धांतिक पक्ष में निम्नलिखित पर विचार किया गया है:

1. इतिहास और शब्दार्थ
2. कार्यप्रणाली और नैतिकता
3. तथ्यों के आड़े क्या आता है।

व्यावहारिक ट्रैक दो गतिविधियों में विभाजित किया गया है:

1. तथ्य-जांच योग्य दावों का पता लगाना
2. तथ्यों का पता लगाना

कार्य रिकॉर्ड को सही करने पर केंद्रित है।

योजना के साथ सीखने के परिणामों को जोड़ना

क. सैद्धांतिक

मॉड्यूल योजना	घंटों की संख्या	सीखने के परिणाम
1. इतिहास और शब्दार्थ	20 मिनट	1
2. पद्धति और नैतिकता	20 मिनट	1
3. तथ्यों के आड़े क्या आता है	20 मिनट	4

ख. अभ्यास

मॉड्यूल योजना	घंटों की संख्या	सीखने के परिणाम
गतिविधि 1: तथ्य-जांच योग्य दावों का पता लगाना	30 मिनट	3
गतिविधि 2: तथ्यों का पता लगाना	1 घंटे	2

i) तथ्य-जांच योग्य दावों का पता लगाना

तथ्य-जांच उन दावों पर केंद्रित है जिनमें कम से कम एक तथ्य या आंकड़ा होता है जिसकी सत्यवादिता को निष्पक्ष रूप से सत्यापित किया जा सकता है। तथ्य की जांच राय और भविष्यवाणियों, अतिशयोक्ति, व्यंग्य और चुटकुले की सच्चाई का आकलन नहीं करती है।

गतिविधि 1: क्या छात्रों को चार लोकप्रिय हस्तियों के भाषणों के निम्नलिखित अंशों को पढ़ा है और वास्तविकता विवरण पर पहला रंग (हरा) किया है जिनकी तथ्य-जांच की जा सकती है, जिसमें राय से सहमति नहीं हो सकती उस पर दूसरा रंग (लाल) किया है और जो भाग बीच के हैं उन पर तीसरा रंग (नारंगी) किया है। छात्रों द्वारा अपनी व्याख्या के अंश सौंपने के बाद, उनमें से प्रत्येक की जांच करें और चर्चा करें कि क्या "तथ्य जांच" दावे के लिए क्या योग्य है।

मार्गदर्शक



लाल - बयान जिनकी तथ्य-जांच नहीं की जा सकती

नारंगी - बयान जो बीच के हैं

ग्रीन - बयान जिनकी तथ्य-जांच की जा सकती है

मिशेल बाचेलेट, चिली के पूर्व राष्ट्रपति

हालांकि हमने इस दिशा में महत्वपूर्ण प्रगति की है, हम जानते हैं कि हमें समुद्री पारिस्थितिक तंत्र के लिए एक और खतरे - प्लास्टिक से निपटना होगा। साल दर साल, 8 मिलियन टन प्लास्टिक समुद्र में डाला जाता है, जो सैकड़ों वर्षों तक वहीं रहता है और एक बड़ा नकारात्मक प्रभाव डाल रहा है। उस समस्या से निपटने के लिए, हमने संयुक्त राष्ट्र पर्यावरण कार्यक्रम के स्वच्छ समुद्र अभियान में भाग लिया है। इस बीच, हम स्थानीय स्तर पर 12 महीने के भीतर तटीय शहरों में प्लास्टिक बैग के उपयोग पर प्रतिबंध लगाने के लिए एक मसौदा विधेयक पेश करेंगे। यह कानून नागरिकों को महासागरों के संरक्षण में योगदान करने की अनुमति देगा।

इस तरह, हम इस कानून को लागू करने वाले अमेरिका के पहले देश होंगे और हम अन्य देशों से इस उत्तरदायित्व को ग्रहण करने का आहान करते हैं। इसके अतिरिक्त, ओजोन परत को नष्ट करने वाले पदार्थों पर मॉन्ट्रियल प्रोटोकॉल को अपनाए जाने के बाद अब 30 साल बीत चुके हैं, जिसने ओजोन परत को पुनर्प्राप्त करने में सक्षम बनाया है। इस तीसवीं वर्षगांठ पर, मैं यह घोषणा करना चाहता हूं कि मेरे देश ने अभी हाल ही में मॉन्ट्रियल प्रोटोकॉल में किंगाली संशोधन 2016 की अपनी पुष्टि सौंपी है जिसका उद्देश्य ग्लोबल वार्मिंग को 0.5 डिग्री सेल्सियस तक रोकना है। इस प्रकार चिली इस नए समझौते की पुष्टि करने वाले पहले देशों में से एक बन गया है। लेकिन यह पर्याप्त नहीं है। पेटागोनिया में पार्कों के नेटवर्क के निर्माण के साथ, हमने 4.5 मिलियन हेक्टेयर हरित क्षेत्रों को भी जोड़ा है, जो जैव विविधता में समृद्ध हैं, जिन्हें अब सार्वजनिक उपयोग के लिए राज्य द्वारा संरक्षित किया जाएगा।

जैकब जुमा, दक्षिण अफ्रीका के पूर्व राष्ट्रपति

वैश्विक अर्थव्यवस्था की वर्तमान संरचना वैश्विक उत्तर और वैश्विक दक्षिण के बीच की खाई को गहरा करती जा रही है। जबकि कुछ लोग वैश्वीकरण के लाभों का आनंद ले रहे हैं, दुनिया के अधिकांश लोग अभी भी घोर गरीबी में और भूखे रहते हैं, उनके जीवन स्तर में सुधार की कोई उम्मीद नहीं है। विकसित देशों के भीतर भी, अमीर और गरीब के बीच की खाई व्यापक बनी हुई है जो गंभीर चिंता का विषय है। यदि हम एजेंडा 2030 के लक्ष्यों और महत्वाकांक्षाओं को प्राप्त करने की आशा करते हैं, तो हमें वैश्विक अर्थव्यवस्था के इस अपरिवर्तित ढांचे से उत्पन्न चुनौतियों और बाधाओं को दूर करने के लिए वैश्विक नेताओं से राजनीतिक इच्छाशक्ति और प्रतिबद्धता की अपेक्षा है। इन असमान और अन्यायपूर्ण आर्थिक शक्ति संबंधों को अफ्रीका में तेजी से उजागर होते देखा जा सकता है। उदाहरण के लिए, हमारा महाद्वीप खनिज संसाधनों से संपन्न है, लेकिन इसमें अभी भी सबसे कम विकसित देशों की संख्या सबसे अधिक है।

सिंगार गेन्नियल, जर्मनी के पूर्व विदेश मंत्री

हमें संयुक्त राष्ट्र को अपने जनादेश को पूरा करने के लिए आवश्यक साधन उपलब्ध कराने होंगे। हालांकि, फिलहाल आंकड़े कुछ और ही कहानी बयां कर रहे हैं।

आज दुनिया को भूख के संकट से निपटने के लिए विश्व खाद्य कार्यक्रम को आवश्यक धन का 50% से कम प्राप्त होता है। विश्व विकास कार्यक्रम को आज स्वैच्छिक, गैर-बंध भुगतान के रूप में अपने योगदान का केवल 15% प्राप्त होता है, 2011 में यह अभी भी 50% था। और अन्य संयुक्त राष्ट्र सहायता कार्यक्रमों के संबंध में भी चीजें बेहतर नहीं दिखती हैं।

ऐसा नहीं हो सकता है कि संयुक्त राष्ट्र में जिम्मेदारी के पदों पर लोग प्रभावी सहायता की व्यवस्था करने की तुलना में आवश्यक धन खोजने के लिए भीख पत्र वितरित करने में अधिक समय व्यतीत करें। हमें इस रुझान को बदलना होगा। हमें संयुक्त राष्ट्र को उचित मात्रा में धन और साथ ही अधिक स्वतंत्रता प्रदान करनी होगी। बदले में, हमें इस संबंध में अधिक दक्षता और पारदर्शिता की आवश्यकता है कि धन का उपयोग कैसे किया जाता है।

जर्मनी, किसी भी दर पर, संयुक्त राष्ट्र के लिए अपनी वित्तीय सहायता को बनाए रखने का इरादा रखता है।

मूल्यांकन किए गए योगदान के चौथे सबसे बड़े प्रदाता के रूप में और उससे कहीं आगे, उदाहरण के लिए, दुनिया भर में मानवीय सहायता के सबसे बड़े दाताओं में से एक के रूप में हम एक पर्याप्त इनपुट बनाना जारी रखना चाहते हैं।

मार्क जुकरबर्ग, फेसबुक के सीईओ

फेसबुक एक आदर्शवादी और आशावादी कंपनी है। हमारे अधिकांश अस्तित्व के लिए, हमने उन सभी अच्छी बातों पर ध्यान केंद्रित किया जो लोगों को जोड़ने से हो सकते हैं। जैसे-जैसे फेसबुक विकसित हुआ है, हर जगह लोगों को अपने पसंद के लोगों से जुड़े रहने, अपनी आवाज बुलाने करने तथा समुदायों और व्यवसायों का निर्माण करने के लिए एक शक्तिशाली नया टूल मिल गया है। अभी हाल ही में, हमने फेसबुक पर #metoo आंदोलन और मार्च फॉर अवर लाइव्स का आयोजन देखा है, जिसे कम से कम आंशिक रूप से आयोजित किया गया था। तूफान हार्वे के बाद, लोगों ने राहत के लिए \$20 मिलियन से अधिक जुटाए। और 70 मिलियन से अधिक छोटे व्यवसाय अब रोजगार बढ़ाने और उसे सुजित करने के लिए फेसबुक का उपयोग करते हैं।

ii) तथ्यों का पता लगाना

गतिविधि 2: कक्षा को समूहों में बांटें। क्या प्रत्येक समूह ने तथ्य-जांच के लिए ऊपर सूची में से "हरा" दावा चुना है (या अपनी खुद की सूची से चुना है)।

समूहों से उन साक्ष्यों की खोज करने के लिए कहें जो निष्कर्षों का समर्थन या खंडन करते हैं। ऐसा करने से पहले, उन्हें निम्नलिखित मापदंडों के अनुसार प्राप्त होने वाले स्रोतों का मूल्यांकन करने के लिए प्रोत्साहित करें।

निकटता: घटना के सबूत कितने करीब हैं? उदाहरण के लिए, किसी समाचार संगठन द्वारा नवीनतम बेरोजगारी के आंकड़ों की रिपोर्टिंग आमतौर पर आंकड़ों से कम मेल खाती है - और इसलिए इसका महत्व - राष्ट्रीय सांख्यिकीय निकाय से कम है जो वास्तव में रोजगार के आंकड़ों का आकलन करता है।

विशेषज्ञता: किन विशेषताओं से सबूत के निर्माता की गुणवत्ता का पता चलता है? उदाहरण के लिए एक पुस्तक के लेखक ने विषय में पीएचडी की है और अपने क्षेत्र में उसका खूब नाम है।

कठोरता: सबूत कैसे एकत्र किया गया था? उदाहरण के लिए महिलाओं के खिलाफ हिंसा के आंकड़े अक्सर सर्वेक्षण द्वारा एकत्र किए जाते हैं।¹¹ यह सामान्य बातों को अमान्य बना सकता है, और यह देखते हुए अंतरराष्ट्रीय तुलना को मुश्किल बता सकता है कि यौन उत्पीड़न का जवाब देने और संकल्पना करने की महिलाओं की इच्छा अलग-अलग देश में भिन्न-भिन्न हो सकती है। यह महिलाओं के खिलाफ हिंसा की गंभीरता को कम करने के लिए नहीं है, लेकिन विशेष दावों पर जोर देने के लिए कठोरता की वकालत करने के लिए किया जा रहा है।

पारदर्शिता: आप सबूत के बारे में क्या जानते हैं? उदाहरण के लिए, एक वैज्ञानिक अध्ययन ने उन सभी आंकड़ों को प्रकाशित किया है जिसके आधार पर उसके निष्कर्ष हैं और अन्य शोधकर्ता इसकी ऑनलाइन छानबीन कर सकते हैं।

विश्वसनीयता: क्या मूल्यांकन करने का कोई ट्रैक रिकॉर्ड है? उदाहरण के लिए ट्रांसपेरेंसी इंटरनेशनल 20 से अधिक वर्षों से भ्रष्टाचार धारणा सूचकांक प्रकाशित कर रहा है। इससे विशेषज्ञों को अपनी सीमाएं पहचानने के लिए काफी समय मिला है।¹²

हितों का टकराव: क्या एक स्रोत का व्यक्तिगत या निजी हित भी सबूत द्वारा दिया जा रहा है कि यह क्या है? उदाहरण के लिए, पास्ता के कथित स्वास्थ्य लाभों पर एक अध्ययन आंशिक रूप से आयोजित किया गया था और एक प्रमुख पास्ता निर्माता द्वारा वित्त पोषित किया गया था।¹³

प्रशिक्षक निम्नलिखित तालिका प्रिंट करें और छात्रों को प्रत्येक स्रोत का मूल्यांकन करने के लिए इसका उपयोग करने को कहें।

	घटिया	मध्यम	सशक्त
निकटता			
विशेषज्ञता			
कठोरता			
पारदर्शिता			
विश्वसनीयता			
हितों का टकराव			

11 संयुक्त राष्ट्र के जेंडर सांख्यिकी का संकेतक (48) देखें <https://genderstats.un.org/#/downloads>

12 हूग, डी. (2016) इस साल (त्रुटीपूर्ण) का भ्रष्टाचार धारणा सूचकांक देखिए। वे खामियां उपयोगी हैं। वाशिंगटन पोर्ट https://www.washingtonpost.com/news/monkey-cage/wp/2016/01/27/how-do-you-measure-corruption-transparency-international-does-its-best-and-thats-useful/?utm_term=.7ff90ea2890f पर उपलब्ध [23/03/2018 को देखा गया]।

13 यह एक वास्तविक उदाहरण है। आगे और देखें : <http://www.healthnewsreview.org/2016/07/study-really-find-pasta-opposite-fattening/>. [23/03/2018 को देखा गया]।

सुझाए गए कार्य

रिकॉर्ड को सही करना

ट्यूटोरियल में मूल्यांकन सबूत का उपयोग करें, प्रतिभागियों को एक तथ्य-जांच रिपोर्ट (लगभग 1200 शब्द) लिखने चाहिए, जो उनके द्वारा चुने गए बयान की सापेक्ष सत्यवादिता पर एक निष्कर्ष तक पहुंचना चाहिए।

उन्हें तथ्य की जांच के दावे की ग्रेडिंग करने के लिए अपने स्वयं के रेटिंग पैमाने विकसित करने चाहिए। उदाहरण के लिए, पोलिटिफैक्ट निम्नलिखित रेटिंग देता है:

सच है - बयान सही है और इसमें कुछ भी महत्वपूर्ण गुम नहीं है।

अधिकतर सच है - बयान सही है, लेकिन स्पष्टीकरण या अतिरिक्त जानकारी की जरूरत है।

आधा सच है - बयान आंशिक रूप से सही है, लेकिन महत्वपूर्ण विवरण छोड़ दिया गया है या मामले को संदर्भ से बाहर ले जाता है।

अधिकतर झूठी - बयान में सच्चाई के कुछ तत्व शामिल हैं लेकिन यह महत्वपूर्ण तथ्यों को अनदेखा करता है जो एक अलग प्रभाव देगा।

झूठा - बयान सही नहीं है।

सरासर झूठ - बयान सही नहीं है और एक हास्यास्पद दावा करता है।

रेटिंग पैमाने को पोलिटिफैक्ट द्वारा उपयोग किए जाने वाले लोगों की तरह नहीं होना चाहिए, जहां रेटिंग सरासर झूठ के पैमाने पर उत्तरोत्तर बदलते हो जाती है। उदाहरण के लिए, मेक्सिको में एल सबुएसो में यह रेटिंग भी शामिल है ऐसे दावों के लिए "यह साबित नहीं किया जा सकता है" जहां कोई भी, किसी भी तरह का सबूत न हो या "जिस पर बहस की जा सकती हो" और जिसकी सत्यता चुनी गई पद्धति पर निर्भर करती है। छात्रों को अपने पैमाने पर रचनात्मक होने के लिए कहें जो योग्यता की सीमा का पता लगाने के लिए हो जिसे हम तथ्य के बयान के रूप में दे सकते हैं।

उपलब्ध समय और संसाधनों के आधार पर, प्रशिक्षकों को छात्रों को यह कहना चाहिए कि वे तथ्य-जांच को उस प्रारूप में तैयार करें जो पाठ से भिन्न हो। मेस्स, लघु वीडियो, जीआईएफ, स्नैपचैट -सभी संभावित रूप से झूठ से निपटने के लिए अच्छे साधन हैं। वास्तव में, एक अध्ययन ने यह संकेत भी दिया है कि एक ही तथ्य-जांच अधिक प्रभावी है जब इसे एक लेख की तुलना में एक विनोदी वीडियो के रूप में प्रस्तुत किया जाए।

रचनात्मक प्रारूपों पर कुछ उदाहरणों के लिए, प्रशिक्षक को पोयंटर के निम्नलिखित लेखों को देखना चाहिए:

मंजालिस, ए. (2016)। स्नैपचैट, जीआईएफ और अन्य स्टफ मिलेनियल्स के साथ तथ्य-जांच प्रयोग <https://www.poynter.org/news/fact-checkers-experiment-snapchat-gifs-and-other-stuff-millennials> [28/03/2018 को देखा गया]।

मंजालिस, ए. (2016) कैसे (और क्यों) कोई तथ्य-जांच जीआईएफ में बदल जाती है। [28/03/2018 को देखा गया। <https://www.poynter.org/news/how-and-why-turn-fact-check-gif> पर उपलब्ध।



सूचीबद्ध रीडिंग के अलावा, पोयंटर एक समर्पित तथ्य-जांच खंड है जो <https://www.poynter.org/channels/fact-checking> पर उपलब्ध है जिसे सप्ताह में कई बार अद्यतन किया जाता है। यहां कुछ वर्तमान, उपयोगी संसाधन हैं, जो मुख्य रूप से वहां से लिए गए हैं।

पोयंटर (2018)। किसी राजनेता के दावे की तथ्य-जांच 10 चरणों में कैसे करें। <https://factcheckday.com/articles/5/how-to-fact-check-a-politicians-claim-in-10-steps> पर उपलब्ध। [06/04/2018 पर देखा गया]।

वैन ईएसएस, एच (2017)। नकली ट्रीटर का पर्दाफाश करने के लिए अंतिम दिशानिर्देश: 10 चरणों में एक वीडियो टूलकिट <https://www.poynter.org/news/ultimate-guide-bust-fake-tweeters-video-toolkit-10-steps>। पर उपलब्ध [06/04/2018 को देखा गया]।

मंजालिस, ए. (2015)। विज्ञान के बारे में तथ्य-जांच दावा करते समय 5 बातों का ध्यान रखें। <https://www.poynter.org/news/5-things-keep-mind-when-fact-checking-claims-about-science>। पर उपलब्ध [06/04/2018 को देखा गया]।

मंजालिस, ए. (2016)। स्वास्थ्य के बारे में तथ्य जांच दावों के लिए 5 सुझाव। <https://www.poynter.org/news/5-tips-fact-checking-claims-about-health>। पर उपलब्ध [06/04/2018 को देखा गया]।

मंजालिस, ए. (2015)। तथ्य-जांच डाटासेट के 5 सूत्र। <https://www.poynter.org/news/5-tips-fact-checking-datasets>। पर उपलब्ध [06/04/2018 को देखा गया]।

मंजालिस, ए. (2015)। तथ्य-चेकिंग के बारे में 5 अध्ययन जिन्हें आपने पिछले महीने नहीं देखा होगा (पोयंटर)। <https://www.poynter.org/news/5-studies-about-fact-checking-you-may-have-missed-last-month>। [06/04/2018 को देखा गया]।

मंजालिस, ए. (2017)। पुनरावृत्ति झूठ को बढ़ा देती है - लेकिन यह तथ्य-जांचने वालों की मदद भी कर सकती है। <https://www.poynter.org/news/repetition-boosts-lies-could-help-fact-checkers-too>। पर उपलब्ध [06/04/2018 को देखा गया]।

मंजालिस, ए. (2017)। फ्रांसीसी और अमेरिकी मतदाता इसी तरह से तथ्य-जांच का जवाब देने लगते हैं। <https://www.poynter.org/news/french-and-american-voters-seem-respond-similar-way-fact-checking>। पर उपलब्ध [06/04/2018 को देखा गया]।

फुंके, डी. (2017)। जहां अफवाह है, वहां दर्शक है। यह अध्ययन इस बात पर प्रकाश डालता है कि यह इतना लोकप्रिय क्यों हो जाता है। <https://www.poynter.org/news/where theres-rumor-theres-audience-study-sheds-light-why-some-take>। पर उपलब्ध [06/04/2018 को देखा गया]।

फुंके, डी. (2017)। एक बेहतर ऑनलाइन खोजी गुप्तचर बनना चाहते हैं? एक तथ्य-जांच की तरह वेबपेज पढ़ना सीखें। <https://www.poynter.org/news/want-be-better-online-sleuth-learn-read-webpages-fact-checker>। पर उपलब्ध [06/04/2018 को देखा गया]।

फुंके, डी. (2017)। इन दोनों अध्ययनों में पाया गया कि गलत धारणाओं को ठीक करना कारगर होता है। <https://www.poynter.org/news/these-two-studies-found-correcting-misperceptions-works-its-not-magic> पर उपलब्ध [06/04/2018 को देखा गया]।

मंजालिस, ए. (2017)। तथ्य-जांच के लिए 'विशेषज्ञता' को कम आंकना' का क्या मतलब है? <https://www.poynter.org/news/what-does-death-expertise-mean-fact> चेकर्स पर उपलब्ध है। [06/04/2018 तक पहुंचा] पर उपलब्ध [06/04/2018 को देखा गया]।

मंजालिस, ए. (2017)। पत्रकारिता फर्जी खबर उम्माद का अगला शिकार बनने के लिए सुधार पर निर्भर नहीं रह सकती <https://www.poynter.org/news/journalism-cant-afford-corrections-be-next-victim-fake-news-frenzy> पर उपलब्ध [06/04/2018 को देखा गया]।

मंजालिस, ए. (2016)। क्या पत्रकारों को तथ्य-जांच शिक्षाविदों को आउटसोर्स करनी चाहिए? <https://www.poynter.org/news/should-journalists-outsource-fact-checking-academics> पर उपलब्ध [06/04/2018 को देखा गया]।

पुस्तकें

बॉल, जे. (2017)। सत्य के बाद: कैसे धोखेबाजों ने दुनिया पर विजय प्राप्त की। लंदन: बाइटबैक प्रकाशन।

ग्लैडस्टोन, बी. (2017)। वास्तविकता के साथ मुसीबत: हमारे समय में नैतिक दहशत पर एक मंथन। न्यूयॉर्क: वर्कमैन पब्लिशर्स।

गेक्स, एल. (2016)। निर्णय लेना क्या सच है: अमेरिकी पत्रकारिता में राजनीतिक तथ्य-जांच अभियान में बढ़ोतरी। न्यूयॉर्क: कोलंबिया यूनिवर्सिटी प्रेस।

ऑनलाइन संसाधन

अंतर्राष्ट्रीय तथ्य-जांच दिवस भूमिका-प्लेइंग कार्ड गेम सबक योजना (14-16 आयु वर्ग के छात्रों के लिए डिजाइन) निम्नलिखित लिंक पर उपलब्ध है: <http://factcheckngday.com/lesson-plan>. वेबसाइट भी टिप शीट, विश्वविद्यालय के छात्रों के लिए एक ऑनलाइन पाठ्यक्रम के लिए एक लिंक और तथ्यों और तथ्यों की जांच पर एक पढ़ने की सूची शामिल हैं।

सोशल मीडिया सत्यापनः सोतों और दृष्टय सामग्री का आकलन करना

टॉम ट्रेविनार्ड और फर्गस बेल

माईक्रूल 6

यह मॉड्यूल प्रतिभागियों को ऑनलाइन डिजिटल जानकारी के मूल स्रोत की पहचान करने और सत्यापित करने में मदद करने के लिए बनाया गया है। यह सामाजिक नेटवर्क के माध्यम से साझा स्रोतों, फोटो और वीडियो, विशेष रूप से उपयोगकर्ता जनित सामग्री (यूजीसी) की प्रामाणिकता का निर्धारण करने के लिए विभिन्न तरीकों से परिचय कराएगा।

इस मॉड्यूल के अंत तक, प्रतिभागियों को प्लेटफार्मों जैसे फेसबुक, ट्विटर, इंस्टाग्राम और यूट्यूब पर ब्रैकिंग न्यूज घटनाओं के दौरान अक्सर साझा की जाने वाली विभिन्न प्रकार की झूठी और भ्रामक सामग्री के बारे में जानकारी हो जाएगी।¹ इस तरह की सामग्री को अन्यथा विश्वसनीय समाचार संगठनों द्वारा समय-समय पर उठाया जाता है, जो उन्हें बदनाम करना चाहते हैं। इसे अनजाने में भी आगे वितरित कर दिया जाता है और पत्रकारों द्वारा सामाजिक नेटवर्क पर दिखाया जाता है, जिन्हें कई बार सार्वजनिक बहस² को प्रभावित करने की विषय से दुर्भावना रखने वाले लोगों द्वारा लक्षित किया जाता है और संवाददाताओं की विश्वसनीयता का लाभ विश्वसनीय स्रोतों के रूप में उठाया जाता है।³

प्रतिभागियों को सामग्री का सत्यापन करने के लिए खोजी तकनीकों और सामग्री की पुष्टि संबंधी कार्यनीतियों को लागू करने से पहले अपने सहज ज्ञान को वास्तविक दुनिया के परिवर्षों और उदाहरणों के साथ परीक्षण करने के लिए कहा जाता है, जिसमें निम्नलिखित शामिल हैं:

- ▶ उपयोगकर्ता जनित सामग्री के पत्रकारिता उपयोग का मार्गदर्शन करने वाले नैतिक सिद्धांतों के अनुरूप मूल स्रोतों की पहचान करना और उन्हें श्रेय देना।⁴
- ▶ फर्जी खातों या बोट्स की पहचान करना और उनका त्याग करना।⁵⁶
- ▶ दृश्य सामग्री की पुष्टि का श्रेय सही मायनों में मूल स्रोत को दिया जाता है।
- ▶ रिकॉर्डिंग की पुष्टि करना और सामग्री को समय पर अपलोड करना।
- ▶ भौगोलिक स्थल के फोटो और वीडियो।

मूल सामग्री की पहचान करने और सत्यापित करने में सक्षम होने के नाते यह पत्रकारों को नैतिक और कानूनी आवश्यकताओं के अनुरूप उपयोगकर्ता-जनित सामग्री (यूजीसी) प्रकाशित करने की अनुमति लेने में सक्षम बनाता है।

संपर्क

लेखक बिल कोवाच और टॉम रोसेनस्टिल ने पत्रकारिता के घटकों⁷ में पुष्टि की है: "अंत में, सत्यापन का विषय मनोरंजन, प्रचार, कथा, या कला को पत्रकारिता से अलग करता है.... पत्रकारिता अकेले इस बात पर ध्यान केंद्रित

1 एलजैंड्रू, जे. (2010)। सोशल मीडिया के युग में पत्रकारिता। रायटर इंस्टीट्यूट फैलोशिप। <http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/research/files/Journalism%2520in%2520the%2520Age%2520of%2520Social%2520Media.pdf> पर उपलब्ध [22/04/2018 को देखा गया]।

2 पॉलुसेन, एस. एंड हाईर, आर. (2014)। समाचार पत्रों में सोशल मीडिया संदर्भ। पत्रकारिता अभ्यास, 8(5), पृष्ठ 542-551.

3 मॉड्यूल सात में इस समस्या की विस्तृत चर्चा और समाधान दिया गया है।

4 ऑनलाइन न्यूज एसोसिएशन के यूजीसी नीतिगत दिशानिर्देश देखें: <https://ethics.journalists.org/topics/user-generated-content/> [18/4/2018 को देखा गया]।

5 वूली, एस.सी. और हावर्ड, पी.एन. (2017)। दुनिया भर में कम्यूटेशनल प्रचार: कार्यकारी सार। सैमुअल वूली और फिलिप एन. हावर्ड, संपा. वर्किंग पेपर 2017.11. ऑक्सफोर्ड, यूके: कम्यूटेशनल प्रचार पर परियोजना। <http://comprop.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/89/2017/06/Casestudies-ExecutiveSummary.pdf> पर उपलब्ध [22/04/2018 को देखा गया]।

6 जोसेफ, आर. (2018)। गाइड। ट्विटर अकाउंट का सत्यापन कैसे करें। अफ्रीका चैक। <https://africacheck.org/factsheets/guide-verify-twitter-account/> पर उपलब्ध [6/04/2018 को देखा गया]।

7 कोवाच, बी., और रोसेनस्टिल, टी. (2014)। पत्रकारिता के घटक: क्या समाचार देने वालों को क्या पता होना चाहिए और जनता को क्या उम्मीद करनी चाहिए। न्यूयॉर्क: क्राउन पब्लिशर्स।

करती है कि यहां क्या हुआ था..." इस भावना में, यह मॉड्यूल वर्तमान समय में "सत्यापन के विषय" की जांच करता है।

सोशल मीडिया ने पत्रकारिता के तौर-तरीके बदल दिए हैं। दर्शकों को सक्रिय भागीदार बनाने से दर्शकों से स्रोत के रूप में सामग्री लेने की प्रथा ने जन्म लिया है, और यहां तक कि सत्यापन जैसे कार्यों की रिपोर्टिंग अब दर्शकों को आउटसोर्स की जा सकती है।⁸ जबकि पत्रकारिता का स्वरूप मौलिक ही बना हुआ है, लेकिन सत्यापन का विषय⁹, सामग्री और स्रोतों को सत्यापित करने के तौर-तरीकों को तेजी से बदलती डिजिटल प्रौद्योगिकियों, ऑनलाइन व्यवहारों और समाचारों को प्राप्त करने के प्रभावों को दर्शनी के लिए लगातार अद्यतन बनाने की आवश्यकता है। उदाहरण के लिए, अरब स्प्रिंग के दौरान, 'खुले सत्यापन' की अवधारणा - सार्वजनिक, सहयोगात्मक, व्यक्तिगत सत्यापन की प्रक्रिया - उभरने लगी। लेकिन यह प्रक्रिया सार्वजनिक मंच में हर कदम पर जानकारी सत्यापित करने के प्रयास में वायरल होने वाली गलत सूचनाओं से जुड़े जोखिमों के कारण विवादास्पद बनी हुई है (अर्थात् रिपोर्ट सत्यापन की प्रक्रिया में लोगों को सीधे तौर पर शामिल करने के लिए बिना सत्यापन वाली जानकारी साझा करता है)।¹⁰

आज, पत्रकार या समाचार प्रकाशक के लिए प्रत्यक्षदर्शी लोग और दृश्य सामग्री सबसे महत्वपूर्ण और सम्मोहक साधन बन गए हैं जो कहानी को आकर्षक और प्रभावशाली बनाने के उद्देश्य से पेश किए जा सकते हैं। एक ब्रेकिंग न्यूज के मामले में, सोशल मीडिया से जानकारी सत्यापित करने में गति एक अहम पहलू है।

पत्रकारों को स्रोतों, सूचना और दृश्यों से बड़ी मात्रा में जानकारी प्राप्त करने में सक्षम होना चाहिए। सोशल प्लेटफार्मों पर अपलोड की गई बड़ी मात्रा में दृश्य सामग्री (फोटो, वीडियो और जीआईएफ) तीन मुख्य कारणों से प्रेरित हैं:¹¹

- ▶ दुनिया भर में कैमरे की सुविधा के साथ स्मार्ट और फीचर फोन का प्रसार।¹²
- ▶ सस्ती (और कुछ स्थानों पर, मुफ्त) मोबाइल डेटा तक पहुंच में वृद्धि।
- ▶ वैश्विक सोशल नेटवर्क और सोशल संदेश प्लेटफार्मों का उदय जिस पर कोई भी सामग्री प्रकाशित कर सकता है और दर्शक बना सकता है।

कई ब्रेकिंग न्यूज परिदृश्यों में, किसी घटना – चाहे यह विरोध हो, कोई ट्रेन दुर्घटना, तूफान, या कोई आतंकवादी हमला - से प्राप्त होने वाली पहली खबर, तस्वीरें और वीडियो फुटेज के किसी प्रत्यक्षदर्शी, भागीदार या स्मार्टफोन लिए किसी दर्शक द्वारा प्रकाशित किए जाने की संभावना रहती है। इस सामग्री को सत्यापित करने की तकनीक न्यूजरूम के संसाधनों, मानदंडों और मानकों तथा पत्रकारों के अपने तौर-तरीकों के आधार पर भिन्न-भिन्न होती है। यह मॉड्यूल छात्रों को अपनाए जाने वाले कुछ बेहतरीन तरीकों और ऑनलाइन उपकरणों और संसाधनों से परिचित कराएगा, लेकिन यह भी कि तकनीक के साथ, उपकरण तेजी से विकसित हो रहे हैं।¹³

⁸ कार्विन, ए. (2012)। दूरस्थ गवाहः सोशल मीडिया की पत्रकारिता क्रांति। न्यूयॉर्क, एनवार्ड: सीयूएनवार्ड जर्नेलिस्म प्रेस।

⁹ कोवाच, बी. एंड रेसेनस्टिल, टी. (2014)। ओपी सीआईएफ।

¹⁰ पोएस्टी, जे. एंड सिल्वरमैन, एस. (2014)। जब अच्छे लोग बुरी बातें साझा करें: मीडियाशिफ्ट में सोशल मीडिया सत्यापन की मूल बातें 24 जुलाई, 2014. <http://mediashift.org/2014/07/goodwhen-good-people-share-bad-things-the-basics-of-social-media-verification/> पर उपलब्ध [22/04/2018 को देखा गया]।

¹¹ ब्रांटज़ाएग, पी.बी., लुडर्स, एम., स्पैनजेनबर्ग, जे., रथ-विंगेस, एल. और फोल्स्टेड, ए. (2015)। सोशल मीडिया से संबंधित उभरती पत्रकारिता सत्यापन प्रथाएं। जर्नेलिज्म प्रेक्टिस, 10(3), पृष्ठ 323-342. उपलब्ध

¹² मैरी मीकर्स की स्लाइड 5 में इंटरनेट रुझान रिपोर्ट देखें: <https://www.slideshare.net/kleinerperkins/internet-trends-v1>. [22/04/2018 को देखा गया]।

¹³ शिफ़ेरेस, एस., न्यूमैन, एन., थुमन, एन., कोर्ने, डी., गोकर, ए. और मार्टिन, सी. (2014)। सोशल मीडिया के माध्यम से समाचारों की पहचान और सत्यापन करना। डिजिटल पत्रकारिता, 2(3), पृष्ठ 406-418.

किसी भी सत्यापन के साथ, कोवाच और रोसेनस्टिएल (2014) द्वारा प्रस्तावित कुछ सामान्य दिशानिर्देशों को अमल में लाएं¹⁴

- ▶ संदेह के साथ संपादित करें।
- ▶ एक सटीक जांच-सूची रखें।
- ▶ कुछ भी नहीं मान लें - "सत्यता" से जुड़े संकेतों के दुरुपयोग से गुमराह न हों।¹⁵
- ▶ गुमनाम स्रोतों से सतर्क रहें।

जानकारी या चित्रों के मूल स्रोत की पहचान करके, तथा उनके द्वारा साझा की गई स्रोत और सामग्री दोनों की एक प्रणाली के माध्यम से जांच करके आप इस स्थिति में होंगे कि स्रोत का सत्यापन कर सकें, ऐसा करके आप आवश्यक परिणाम प्राप्त कर सकेंगे।¹⁶

यह जांच एक तरह से कार्य का दोहरापन है जो एक पत्रकार द्वारा किया जाता है जब वह व्यक्तिगत रूप से घटना स्थल पर चश्मदीद गवाहों से साक्षात्कार ले रहे होते। यदि कोई पत्रकार व्यक्तिगत रूप से साक्षात्कार लेता है तो वह चश्मदीद गवाह से पूरी जानकारी लेगा, किसी अहम विवरण पर आगे कार्रवाई करेगा और तथ्यों की जांच के आधार पर उनकी विश्वसनीयता के बारे में किसी निष्कर्ष पर पहुंचेगा। व्यवहार को सुराग के रूप में देखने से - मन की आवाज भी आंशिक रूप से मार्गदर्शन कर सकती है। डिजिटल रूप से स्रोत की पुष्टि करने से भी निष्कर्ष निकाल सकता है, भले ही किसी व्यक्ति से सीधे या वास्तविक रूप से बात करना संभव न हो¹⁷।

कई बड़े न्यूजरूम में टीमें और महंगी तकनीक, या सेवाएं प्रदान करने वाली एजेंसियां हैं, जो इस सामग्री को¹⁸ यथाशीघ्र खोजने के लिए समर्पित हैं, जबकि ये प्रकाशन और प्रसारण अधिकार भी प्राप्त करते हैं और प्रकाशन से पहले सामग्री की पुष्टि भी करते हैं। अधिकांश छोटे न्यूजरूम और कई व्यक्तिगत पत्रकारों के पास ऐसे संसाधन¹⁹ नहीं हैं, और वे विश्वसनीयता निर्धारित करने के लिए अपनी खुद की विकसित, व्यवस्थित पद्धति पर भरोसा करते हैं।²⁰

स्रोत और दृश्य सामग्री का सत्यापन इतना महत्वपूर्ण क्यों है? सीधे शब्दों में कहें: तो यह अच्छी पत्रकारिता है। आज की डिजिटल दुनिया में, बुरी नीयत रखने वाले लोगों के लिए यह बड़ा आसान है कि वे फर्जी खबर का सृजन करें, उसे विश्वास के साथ साझा करें और जिसका झूठ पकड़ना बड़ा मुश्किल हो।

14 कोवाच और रोसेनस्टिएल (2014)। ओपी सीआईटी।

15 ज़िमर, वी. (2010)। "सत्यता", द न्यूयॉर्क टाइम्स। <https://www.nytimes.com/2010/10/2017/magazine/2017FOB-onlanguage-t.html> [15/04/2018 को देखा गया]।

16 बेल, एफ. (2015)। सत्यापनः स्रोत बनाम सामग्री [ऑनलाइन] मीडियम। <https://medium.com/1st-draft/verficiation-source-vs-content-b67d6eed3ad0> पर उपलब्ध [22/04/2018 को देखा गया]।

17 कोवाच और रोसेनस्टिएल (2014)। ओपी सीआईटी।

18 डायकोपोलोस एन., डी चौधरी एम. और नामन एम. (2012)। कंप्यूटिंग सिस्टम में मानव कारकों पर समेलन के संदर्भ में सोशल मीडिया सूचना स्रोतों का पता लगाना और आकलन करना - कार्यवाही, पृष्ठ 2451-2460. <http://www.nickdiakopoulos.com/wp-content/uploads/2011/07/SRSR-diakopoulos.pdf> पर उपलब्ध [22/04/2018 को देखा गया]।

19 शिफ्टरेस, एस., न्यूमैन, एन., थुम्मन, एन., कोर्नें, डी., गोकर, ए. और मार्टिन, सी. (2014)। सोशल मीडिया के माध्यम से समाचारों की पहचान और सत्यापन करना। डिजिटल पत्रकारिता, 2(3), पृष्ठ 406-418. http://openaccess.city.ac.uk/3071/1/IDENTIFYING_AND VERIFYING_NEWS_THROUGH_SOCIAL_MEDIA.pdf [22/04/2018 को देखा गया]।

20 ब्रांटजाएग, पी.बी., लुडर्स, एम., स्पैनजेनबर्ग, जे., रथ-विंगेस, एल. और फोल्स्टेड, ए. (2016)। सोशल मीडिया से संबंधित उभरती पत्रकारिता सत्यापन प्रथाएं। पत्रकारिता अध्याय, 10 (3), 323-342.

ऐसे कई मामले हैं जहां पेशेवर पत्रकारों और न्यूजरूम ने भ्रामक जानकारी, फोटो या वीडियो या झूठे व्यक्तियों से जानकारी साझा करके या उन्हें दोबारा प्रकाशित करके अपनी प्रतिष्ठा को नुकसान पहुंचाया है। कई बार उन्होंने व्यंग्य सामग्री को गलत बताते हुए इसे तथ्य के रूप में साझा या प्रकाशित भी किया है।²¹

समस्या ऑनलाइन उपलब्ध दृश्य सामग्री की मात्रा से बढ़ रही है, जिनमें से संदर्भ उठाया जा सकता है और उसे भविष्य की समाचार घटनाओं में पुनः इस्तेमाल किया जा सकता है, जैसा कि हमें लगभग रोजाना यह देखने को मिलता है कि दुनिया भर में धोखेबाज़ लोग राजनेताओं और पेशेवर पत्रकारों को समान रूप से चकमा देते रहते हैं।

हालांकि, ऐसे कई कदम हैं जो किसी दिए गए स्रोत की विश्वसनीयता का आकलन करने के लिए उठाए जा सकते हैं, जिनके पास बताने के लिए एक कहानी है, या साझा करने के लिए कोई सामग्री है। जांच के माध्यम से उपलब्ध सबूतों का इस्तेमाल करके कुछ सीधे और कुछ महत्वपूर्ण सवाल पूछे जाने चाहिए। सत्यापन टूल का यह पता लगाने के लिए इस्तेमाल किया जा सकता है कि किसी स्रोत को कहां से पोस्ट किया गया है, लेकिन इसे भी मैन्युअल रूप से अपने सोशल मीडिया के इतिहास का विशेषण करके किसी स्रोत को विभाजित करके सुराग का पता लगाया जा सकता है जिससे उनके किसी विशेष समय में और किसी विशेष स्थान पर होने की संभावना का संकेत मिल सकता है। अन्य उपयोगकर्ताओं के साथ उनकी पिछली बातचीत की जांच करना और पोस्ट के भीतर लिंक की गई सामग्री की जांच करना भी मैन्युअल रूप से सत्यापन की प्रक्रिया में सहायता करती है तथा बोट्स द्वारा साझा की गई जानकारी को हटाने में मदद कर सकती है।

संपादन करते समय सदैह अवश्य करना चाहिए, लेकिन अधिकांश व्यक्ति जो समाचार घटनाओं के फेर में पड़कर कहानियों का साझा कर देते हैं, उन्हें यह बात धोखा नहीं लगती – क्योंकि वे सिर्फ अपने अनुभवों को साझा कर रहे होते हैं। यदि यह गलत सूचना साबित होती है, तो भी यह दुर्भावनापूर्ण नहीं हो सकती। इसके बजाय अधिक से अधिक यह होगा कि व्यक्ति घटनाओं को ठीक से याद नहीं कर सकता है या शायद उसने बस कहानी को आकर्षक बनाने के लिए उसे चुना होगा। यह भी हो सकता है यदि आपको किसी का व्यक्तिगत रूप से साक्षात्कार लेने का मौका मिले, जैसा कि अक्सर विवादास्पद रिपोर्टों या अपराधों या दुर्घटनाओं में होता है, तो वहां आघात लगने वाले गवाहों या पीड़ितों के एकाउंट काफी अलग-अलग हो सकते हैं।

हालांकि दृश्य सामग्री के मूल स्रोत का पक्के तौर पर पता लगाना संभव नहीं हो सकता है, लेकिन ऐसे कई "खतरे के संकेत" हैं जिन्हें एक साधारण सत्यापन प्रक्रिया के माध्यम से उजागर किया जा सकता है जैसे:

- ▶ क्या सामग्री मूल है, या इसे पिछली रिपोर्टिंग से "लिया" गया है और भ्रामक रूप से पुनः इस्तेमाल किया गया है?
- ▶ क्या सामग्री को किसी तरह से डिजिटल रूप से हेरफेर करके बनाया गया है? ²²
- ▶ क्या हम उपलब्ध मेटाडेटा का उपयोग करके फोटो/ वीडियो लेने के समय और स्थान की पुष्टि कर सकते हैं?
- ▶ क्या हम सामग्री में दृश्य सुराग का इस्तेमाल करके फोटो/ वीडियो लेने के समय और स्थान की पुष्टि कर सकते हैं?

21 ड्यूश वेले (2018) जर्मनी के बिल्ड अफवाह के धोखे में आ गए और फर्जी समाचार बहस छिड़ गई (22/02/2018) <http://www.dw.com/en/germanys-build-falls-for-hoax-unleashes-debate-on-fake-news/a-42704014> पर उपलब्ध [22/04/2018 को देखा गया]।

22 अमेरिका के प्लॉरिडा के पार्कलैंड में एक स्कूल में सामूहिक गोलीबारी से बचे छात्र, जिन्होंने बंदूक नियंत्रण के लिए एक सफल राष्ट्रीय विरोध का आयोजन किया, को पक्षपातपूर्ण सोशल मीडिया चैनलों पर हेर-फेर की गई तस्वीरों के साथ दिखाया गया https://www.buzzfeed.com/janelytvynenko/heres-what-the-hoaxes-and-conspiracies-still-going-around?utm_term=.euy6NPay#.jhe2YvV44. [22/04/2018 को देखा गया]।

खतरे के संकेत को कुशलतापूर्वक खोजने के लिए, हमें विभिन्न प्रकार की सामान्य झूठी या भ्रामक दृश्य सामग्री को भी समझने की आवश्यकता है:

- ▶ **गलत समय/ गलत जगह:** भ्रामक दृश्यों का सबसे आम प्रकार पुराने दृश्य होते हैं जिन्हें फिर से साझा करके नए दावे किए जा रहे हैं। ऐसे मामलों में दृश्यों का वायरल होना अक्सर गलती से साझा करने के कारण होता है, यह ऐसी सामग्री है जिसका खंडन करना तो आसान हो सकता है, लेकिन इसे वापस लेना आसान नहीं होता है।²³
- ▶ **छेड़छाड़ की गई सामग्री:** फोटो या वीडियो संपादन सॉफ्टवेयर का उपयोग करके डिजिटल रूप से छेड़छाड़ की गई सामग्री।
- ▶ **अलग से अद्यतन की गई सामग्री:** मूल सामग्री जिसे भ्रम पैदा करने के इरादे से बनाया या साझा किया गया है।²⁴

इस मॉड्यूल में, छात्रों को स्रोत और सामग्री सत्यापन (प्रशिक्षकों के नोट्स सहित स्लाइडें, और अतिरिक्त पठन सामग्री प्रदान की जाती है) सीखने और अभ्यास करने के लिए बुनियादी उपकरणों और तकनीकों से परिचित कराया जाएगा²⁵:

फेसबुक अकाउंट विश्लेषणः इंटेल तकनीकों से ऑनलाइन टूल का उपयोग करके आप अपने फेसबुक अकाउंट का विश्लेषण करके किसी स्रोत के बारे में अधिक जानकारी प्राप्त कर सकते हैं।²⁶

ट्रिटर खाता विश्लेषणः अफ्रिका चेक से इस गाइड का उपयोग करके आप अपने सोशल इतिहास का विश्लेषण करके स्रोत के बारे में अधिक जानकारी प्राप्त कर सकते हैं और इस तरह यह पहचान सकते हैं कि यह बोट ट्रिट है या नहीं।²⁷

रिवर्स इमेज सर्चः गुगल रिवर्स इमेज सर्च²⁸, टीनआई²⁹ या रेवआई³⁰ का उपयोग करके, आप यह देख सकते हैं कि किसी नए दावे या घटना का समर्थन करने के लिए किसी चित्र में सुधार किया जा रहा है या नहीं। रिवर्स इमेज सर्च की मदद से आप देख सकते हैं कि एक या एक से अधिक इमेज डेटाबेस (अरबों चित्रों के साथ) में चित्र का कोई पिछला संस्करण शामिल है। यदि रिवर्स इमेज सर्च किसी दावा किए गए घटना से पहले मौजूद कोई दृश्य दिखाता है, तो यह एक प्रमुख खतरे का संकेत है और यह संभव है कि इस दृश्य को पहले की घटना से सुधार कर बनाया गया हो। यदि रिवर्स इमेज सर्च कोई परिणाम नहीं देता है, तो इसका मतलब यह नहीं है कि दृश्य मूल है, और आपको अभी भी अतिरिक्त जांच करने की आवश्यकता है।

यू ट्यूब डेटा व्यूअरः सार्वजनिक रूप से कोई "रिवर्स वीडियो खोज" उपलब्ध नहीं है - लेकिन एमनेस्टी के यू ट्यूब डेटा

23 भारत के बैंगलुरु अंतर्राष्ट्रीय हवाई अड्डे पर बाढ़ के सबूत होने का दावा करने वाला यह वीडियो दरअसल मैक्सिकन हवाई अड्डे पर आई बाढ़ से एक रिहैशेड वीडियो था। <https://www.thequint.com/news/webqoof/fake-video-claiming-bengaluru-airport-was-flooded-is-from-mexico> [22/04/2018 को देखा गया]।

24 कृत्रिम बुद्धिमत्ता और आधुनिक वीडियो संपादन उपकरण नकली वीडियो को पहचानना मुश्किल बनाते हैं, जैसा कि बराक ओबामा के इस फुटेज से पता चलता है: <https://www.youtube.com/watch?v=AmUC4m6wIwo> [03/04/2018 को देखा गया]।

25 ध्यान दें कि समाचार उपकरण विकसित होते रहते हैं और प्रशिक्षक, शिक्षार्थियों के साथ मिलकर इन प्रौद्योगिकियों और तकनीकों की खोज और परीक्षण कर सकते हैं।

26 <https://inteltechniques.com/osint/facebook.html> पर उपलब्ध [03/04/2018 को देखा गया]।

27 जोसफ (2018)। ओपी सीआईटी

28 गुगल रिवर्स इमेज सर्च कैसे करें: <https://support.google.com/websearch/answer/1325808?hl=en> [22/04/2018 को देखा गया]।

29 <https://www.tineye.com/> [देखें] [22/04/2018 को देखा गया]।

30 <http://squibble.blogspot.co.uk/2009/12/chromeeye-tineye-extension-for-google.html> [22/04/2018 को देखा गया]।

व्यूअर³¹, इनविड³² और न्यूजचेक³³ जैसे टूल यू ट्यूब वीडियो के लिए वीडियो थंबनेल का पता लगा सकते हैं, और उन थंबनेलों पर एक रिवर्स इमेज सर्च से पता चल सकता है कि वीडियो के पहले संस्करण अपलोड किए गए हैं या नहीं। (उपकरण अपलोड का सही समय भी दिखाते हैं।)

एंजिफ व्यूअर: एंजिफ दृश्य सामग्री से जुड़ा मेटाडेटा है जिसमें कैचर के बिंदु पर डिजिटल कैमरों और फोन कैमरों द्वारा बनाए गए डेटा बिंदुओं की एक विस्तृत शृंखला शामिल है। इनमें सटीक समय और तारीख, स्थान मेटाडेटा, डिवाइस डेटा और लाइट सेटिंग जानकारी शामिल हो सकती है। इस प्रकार एंजिफ मेटाडेटा सत्यापन प्रक्रिया में बेहद उपयोगी है, लेकिन इसकी सबसे बड़ी मुश्किल यह है कि सोशल नेटवर्क दृश्य सामग्री से मेटाडेटा को निकाल देते हैं। इसका मतलब है कि ट्रिटर या फेसबुक पर साझा किए गए दृश्य एंजिफ डेटा प्रदर्शित नहीं करेंगे। हालांकि, यदि आप अपलोडर से संपर्क करने और मूल छवि फ़ाइल प्राप्त करने में सक्षम हैं, तो आप सामग्री को सत्यापित करने के लिए एंजिफ डेटा का उपयोग कर सकते हैं। यह भी ध्यान रखना महत्वपूर्ण है कि एंजिफ डेटा को संशोधित किया जा सकता है, इसलिए आगे सत्यापन की आवश्यकता है।

प्रतिभागियों को आगे पढ़ने और केस स्टडी के लिए अतिरिक्त संसाधनों के साथ, अधिक उन्नत तकनीकों की बुनियादी जानकारी मिलेगी। इन तकनीकों में निम्नलिखित शामिल हैं:

- ▶ **भौगोलिक स्थल:** भौगोलिक स्थल यह निर्धारित करने की प्रक्रिया है कि वीडियो या छवि को कहाँ कैचर किया गया था। यदि पर्याप्त मेटाडेटा उपलब्ध है तो यह आसान हो सकता है: मोबाइल फोन से एंजिफ डेटा अक्सर समन्वय करने वालों का पता चलता है, और सोशल सामग्री (उदाहरण के लिए इंस्टाग्राम, फेसबुक और ट्रिटर पर) को कभी-कभी जियोटैग किया जाता है (हालांकि यह ध्यान रखना महत्वपूर्ण है कि इस तरह के मेटाडेटा का संपादन किया जा सकता है और ये भ्रामक हो सकते हैं।) प्रायः भौगोलिक स्थल के लिए सेटेलाइट इमेजरी, स्ट्रीटब्यू इमेजरी और अन्य स्रोतों से उपलब्ध दृश्य सामग्री से क्रॉस-रेफरेंस करने वाली दृश्य विशेषताओं और स्थलों की आवश्यकता होती है (जैसे कि ट्रिटर, इंस्टाग्राम, फेसबुक और यूट्यूब पर पोस्ट की गई अन्य दृश्य सामग्री)।
- ▶ **मौसम की पुष्टि:** वोलफ्रामएल्फा³⁴ जैसे स्रोत ऐतिहासिक मौसम डेटा बता सकते हैं, जिससे हम यह जांच सकते हैं कि क्या दृश्य सामग्री में दिखने वाले मौसम की ऐतिहासिक रिकॉर्ड से पुष्ट की जा सकती है या नहीं। (अर्थात् क्या वीडियो उस दिन बारिश दिखा रहा है जिस दिन मौसम सूत्रों के अनुसार कोई बारिश नहीं हुई थी?)
- ▶ **छाया विश्लेषण:** तस्वीर या वीडियो में जांच का एक पहलू दिखाई देने वाला किसी छाया की आंतरिक एकरूपता की जांच है (अर्थात् छाया वहां है जहां उसे होना चाहिए था, और क्या दिखाई देने वाली कोई छाया प्रासंगिक प्रकाश स्रोतों के अनुरूप है?)

31 एमनेस्टी के यू ट्यूब डेटा व्यूअर का उपयोग कैसे करें: https://firstdraftnews.org/curriculum_resource/youtube-data-viewer/ [22/04/2018 को देखा गया]।

32 इनविड वीडियो सत्यापन उपकरण पर उपलब्ध: <http://www.invid-project.eu/tools-and-services/invid-verification-plugin/> [22/04/2018 को देखा गया]।

33 न्यूजचेक के बारे में: <https://firstdraftnews.org/launching-new-chrome-extension-newscheck/> [22/04/2018 को देखा गया]।

34 वोलफ्रामएल्फा उपकरण <https://www.wolframalpha.com/examples/science-and-technology/weather-and-meteorology/> पर उपलब्ध [22/04/2018 को देखा गया]।

- ▷ **छवि फोरेंसिक:** कुछ उपकरण छवि मेटाडेटा में विसंगतियों का पता लगाने में सक्षम हैं जो की गई हेरफेरी की ओर इंगित करते हैं। इन तकनीकों की वैधता अत्यधिक संदर्भ और आवेदन के अधीन है, लेकिन फोरेंसिक³⁵, फोटो फोरेंसिक³⁶ और इजितरू जैसे उपकरण क्लोन का पता लगाने और त्रुटि के स्तर का विश्लेषण कर सकते हैं जो उपयोगी समझ प्रदान कर सकता है।



मॉड्यूल का लक्ष्य

- ▷ समकालीन पत्रकारिता में सोशल नेटवर्क के माध्यम से उपयोगकर्ता द्वारा सृजित सामग्री (यूजीसी) को साझा करने की भूमिका, इससे जुड़े जोखिम और नुकसान के बारे में जागरूकता बढ़ाना।
- ▷ किसी कहानी में प्राथमिक स्रोत से संपर्क और जानकारी हासिल करने के महत्व की व्यापक समझ प्राप्त करना और ऐसा करने की प्रक्रिया।
- ▷ यूजीसी सामग्री को सत्यापित करने की आवश्यकता के बारे में समझ बढ़ाना, और विभिन्न प्रकार की नकली और भ्रामक सामग्री को निकालना।
- ▷ छवियों और वीडियो को सत्यापित करने के लिए उपयोग किए जाने वाले बुनियादी तरीकों के बारे में जागरूकता बढ़ाना, और झूठी दृश्य सामग्री का खंडन करना।



सीखने के परिणाम

1. समकालीन पत्रकारिता में यूजीसी की भूमिका की गहरी समझ प्राप्त करना।
2. डिजिटल सामग्री के सत्यापन की आवश्यकता को समझना।
3. मूल स्रोत को सत्यापित करने के लिए उपकरणों का उपयोग कैसे किया जाए, इस बारे में जागरूकता और तकनीकी समझ प्राप्त करना।
4. फोटो और वीडियो सामग्री के लिए बुनियादी सत्यापन चरणों का संचालन करने की क्षमता।
5. सत्यापन प्रक्रियाओं में उपयोग की जा सकने वाली अधिक उन्नत तकनीकों और मेटाडेटा के बारे में जागरूकता।
6. यूजीसी और अन्य ऑनलाइन सामग्री का उपयोग करने की अनुमति लेने की आवश्यकता और ऐसा कैसा किया जाए, के बारे में जागरूकता।

³⁵ वैगनर, जे. (2015)। फोरेंसिक, वेब के लिए फोटो फोरेंसिक। [ब्लॉग] 29a.ch.: <https://29a.ch/2015/08/16/forensically-photo-forensics-for-the-web> [22/04/2018 को देखा गया]।

³⁶ फोटोफोरेंसिक्स उपकरण। <http://fotoforensics.com/> पर उपलब्ध [22/04/2018 को देखा गया]।



मॉड्यूल का प्रारूप

इस मॉड्यूल को 60 मिनट के सैद्धांतिक व्याख्यान और 120 मिनट में तीन भाग वाले व्यावहारिक प्रदर्शन के रूप में प्रस्तुत किया गया है। हालांकि, विषय की व्यावहारिक प्रकृति, प्रदर्शनों की पूरकता के रूप में व्यावहारिक अभ्यास के साथ लंबे समय तक परस्पर सक्रिय कार्यशाला करने के लिए प्रेरित करती है।

सैद्धांतिक: ऊपर दी गई टिप्पणियों का उपयोग करके डिजिटल युग में पत्रकारिता की विधि के एक अभिन्न किंतु विकसित भाग के रूप में सत्यापन से संबंधित व्याख्यान डिजाइन करें।

व्यावहारिक: 120 मिनट का व्यावहारिक सत्र स्वतः ही एक परस्पर-सक्रिय प्रदर्शन और कार्यशाला का अवसर प्रदान करता है। इसे तीन अलग-अलग हिस्सों में बांटा जा सकता है।

शिक्षकों को ऊपर दी गई टिप्पणियों का उपयोग करना चाहिए और स्लाइडों के माध्यम से काम करना चाहिए जिन्हें निम्नलिखित लिंक से डाउनलोड किया जा सकता है। ध्यान रखें कि आगे की स्लाइडों में प्रशिक्षक की अतिरिक्त टिप्पणियां दी गई हैं:

- i. **स्रोत पहचान और सत्यापन।** स्रोतों के सामाजिक इतिहास की जांच: https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco_fake_news_curriculum_verification_digital_sources_one.pdf
- ii. **मूल तस्वीर सत्यापन।** सामान्य प्रकार की झूठे चित्र और बुनियादी सत्यापन चरण: https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco_fake_news_curriculum_verification_digital_sources_two.pdf
- iii. **अधिक उन्नत सत्यापन।** मेटाडेटा विश्लेषण और भौगोलिक स्थल सहित सामग्री विश्लेषण के लिए दृष्टिकोण: https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco_fake_news_curriculum_verification_digital_sources_three.pdf

सीखने के परिणामों के लिए योजना को जोड़ना

क. सैद्धांतिक

मॉड्यूल योजना	घंटों की संख्या	सीख के परिणाम
व्याख्यान: सत्यापन और तरीकों के विकास पर पृष्ठभूमि और सिद्धांत	1 घंटा	1, 2, 6

ख. अभ्यास

मॉड्यूल योजना	घंटों की संख्या	सीख के परिणाम
i) स्रोत सत्यापन - सामाजिक (व्यायाम)	30 मिनट	2, 3

ii) रिवर्स इमेज सर्च (प्रदर्शन और अभ्यास)	15 मिनट	2, 3, 4
ii) वीडियो का विश्लेषण (प्रदर्शन)	30 मिनट	2, 3, 4
iii) विभिन्न प्रकार के मेटाडेटा (प्रदर्शन) का परिचय	15 मिनट	2, 5
iii) भौगोलिक स्थान (प्रदर्शन + अभ्यास)	20 मिनट	2, 4, 5
iii) मौसम, छाया और छवि फोरेंसिक (प्रदर्शन)	10 मिनट	2, 4, 5

सुझाए गए कार्य

- ▷ प्रतिभागियों को पहली स्लाइड डेक की स्लाइड 8 में जेनेरिक टेम्पलेट का उपयोग करके स्रोत सत्यापन का एक वर्कफ्लो डिजाइन करना चाहिए। प्रतिभागियों को या तो वास्तविक भूमिका, स्थान जहां वे काम करते हैं, या कोई समाचार संगठन जिससे वे परिचित हैं, का उपयोग करना चाहिए।
- ▷ किसी लोकप्रिय व्यक्ति के जुड़े सोशल मीडिया खाते का चयन करें और प्रतिभागियों से यह निर्धारित करने के लिए प्रदर्शित उपकरणों का उपयोग करने के लिए कहें कि क्या वे वास्तविक खाते हैं और किसी भी संबंधित लेकिन प्रामाणिक खातों की पहचान करने के लिए कहें।
- ▷ कक्षा के साथ एक दृश्य फ़ाइल का चयन करें और उसे साझा करें तथा उन्हें मूल स्रोत बताने के लिए एक ऑनलाइन एजिफ व्यूवर और रिवर्स इमेज सर्च टूल के माध्यम से इसे चलाकर जानकारी के कुछ हिस्सों की पहचान करने के लिए कहें।



सामग्री

स्लाइडें

1. https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco_fake_news_curriculum_verification_digital_sources_one.pdf
2. https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco_fake_news_curriculum_verification_digital_sources_two.pdf
3. https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco_fake_news_curriculum_verification_digital_sources_three.pdf



स्रोत सत्यापन

अयाला इयाकुची, ए. (2014)। केस स्टडी 3.1: यूकेनी संसदीय चुनाव के दौरान निगरानी और सत्यापन, सत्यापन पुस्तिका। यूरोपीय पत्रकारिता केंद्र।

<http://verificationhandbook.com/book/chapter3.1.php> पर उपलब्ध [04/04/2018 को देखा गया]।

बेल, एफ. (2015)। सत्यापनः स्रोत बनाम सामग्री, फर्स्ट ड्राफ्ट न्यूज। <https://medium.com/1st-draft/verification-source-vs-content-b67d6eed3ad0> पर उपलब्ध [04/04/2018 को देखा गया]।

कार्विन, ए. (2013), दूरस्थ गवाह, सीयूएनवाई जर्नेलिज्म प्रेस। <http://press.journalism.cuny.edu/book/distant-witness-social-media-the-arab-spring-and-a-journalism-revolution/>. पर उपलब्ध [04/04/2018 को देखा गया]।

टॉलर, ए. (2017)। वीडियो सामग्री की पुष्टि करने संबंधी उन्नत गाइड। <https://www.bellingcat.com/resources/how-tos/2017/06/30/advanced-guide-verifying-video-content/> पर उपलब्ध [04/04/2018 को देखा गया]।

ट्रेविनार्ड, टी. (2016)। स्रोत सत्यापनः बॉट्स से सावधान रहें। फर्स्ट ड्राफ्ट न्यूज। <https://firstdraftnews.com/source-verification-beware-the-bots/>. पर उपलब्ध [04/04/2018 को देखा गया]।

वीडियो

असली या नकली: आप इंटरनेट पर क्या देखते हैं उसे कैसे सत्यापित करें। (2015) फ्रांस24. <https://www.youtube.com/watch?v=Q8su4chuU3M&feature=yout> पर उपलब्ध [04/04/2018 को देखा गया]

नाइट, डब्ल्यू. (2018)। रक्षा विभाग ने फर्जी खबर का पता लगाने के लिए पहला उपकरण तैयार किया है, एमआईटी टेक्नोलॉजी रिव्यू। <https://www.technologyreview.com/s/611726/the-defense-department-has-produced-the-first-tools-for-catching-deepfakes/> [23/08/2018 को देखा गया]। [23/08/2018 को देखा गया]।

प्रत्यक्षदर्शी मीडिया

ब्राउन, पी. (2015)। ऑनलाइन अखबारों की साइटों में चश्मदीद गवाह मीडिया का एक वैश्विक अध्ययन। आईविटनेस मीडिया हब। <http://eyewitnessmediahub.com/uploads/browser/files/Final%20Press%20Study%20-%20eyewitness%20media%20hub.pdf>. पर उपलब्ध [04/04/2018 को देखा गया]।

हर्मिंडा, ए. (2013)। #पत्रकारिता डिजिटल पत्रकारिता, 1(3), पृष्ठ.295-313।

कोएट्ल, सी. (27 जनवरी2016)। नागरिक मीडिया अनुसंधान और सत्यापनः मानवाधिकार प्रेक्टिशनरों के लिए एक विश्लेषणात्मक ढांचा। सेंटर ऑफ गवर्नेंस एंड ह्यूमन राइट्स, कैम्ब्रिज यूनिवर्सिटी। <https://www.repository.cam.ac.uk/handle/201810/253508> पर उपलब्ध [04/04/2018 को देखा गया]।

कु़ज़ेरावी, ए. (16 दिसंबर 2016)। सरासर झूठः सामग्री सत्यापन उपकरण और फर्जी खबर समस्या से निपटने के लिए अन्य तरीके। <https://revealproject.eu/pants-on-fire-content-verification-tools-and-other-ways-to-deal-with-the-fake-news-problem/> [22/01/2018 को देखा गया]।

नोवाक, एम. (एन.डी.)। 2016 से 69 वायरल चित्र जो पूरी तरह से नकली थे। <https://gizmodo.com/69-viral-images-from-2016-that-were-totally-fake-1789400518>. पर उपलब्ध [12/11/2017 को देखा गया]।

ऑनलाइन न्यूज एसोसिएशनः यूजीसी आचार नीति दिशानिर्देश <https://ethics.journalists.org/topics/user-journalist-konten/> [18/4/2018 को देखा गया]।

पियरे-लुई, के. (2017)। आपको शायद नकली तस्वीरों को पहचानने की समझ नहीं है। <https://www.popsci.com/fake-news-manipulated-photo> पर उपलब्ध [12/11/2017 को देखा गया]।

रोहड़े, डी. (2013)। तस्वीरें जिनहोने इतिहास बदल दिया: दुनिया को फोटोजर्नेलिस्ट की जरूरत क्यों है। अटलांटिक। <https://www.theatlantic.com/international/archive/2013/12/pictures-that-change-history-why-the-world-needs-photojournalists/282498/>. पर उपलब्ध [03/04/2018 को देखा गया]।

शापिरो, आई., ब्रिन, सी., बेड्फोर्ड-ब्रुले, आई. और माईचाजलोविज के. (2013)। एक रणनीतिक अनुष्ठान के रूप में सत्यापनः पत्रकार पिछले प्रभाव से सटीकता सुनिश्चित करने के लिए प्रक्रियाओं का वर्णन कैसे करते हैं, जर्नेलिज्म प्रेक्टिस में प्रकाशित, 7(6)।

स्मिथ, जे.एल., लुईस, सी. एंड श्मिट, आर. (2017)। तूफान इरमा के बारे में गलत सूचना की एक अनंतिम सूची। <https://www.buzzfeed.com/janelytvynenko/irma-misinfo/>. पर उपलब्ध [23/10/2017 को देखा गया]।

वार्डल, सी. (2015)। 7/7: 10 वर्ष बाद चश्मदीद गवाह मीडिया के इस्तेमाल की तुलना। <https://firstdraftnews.com:443/77-comparing-the-use-of-eyewitness-media-10-years-on/>. पर उपलब्ध [12/11/2017 को देखा गया]।

वार्डल, सी., डबरले, एस., और ब्राउन, पी. (2017)। शौकिया फुटेज़: टीवी और ऑनलाइन न्यूज आउटपुट में उपयोगकर्ता जनित सामग्री पर एक वैश्विक अध्ययन। <http://usergeneratednews.towcenter.org/how-when-and-why-ugc-is-integrated-into-news-output/>. [accessed 23/10/2017].

ज्डानोविच्ज, सी. (2014)। "हडसन पर चमत्कार" ट्रिटपिक ने उसकी जिंदगी बदल दी। <http://www.cnn.com/2014/01/15/tech/hudson-landing-twitpic-krums/index.html>. पर उपलब्ध [23/10/2017 को देखा गया]।

रिवर्स इमेज सर्च

फर्स्ट ड्राफ्ट न्यूज। दृश्य सत्यापन गाइड - तस्वीरें - https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2017/03/FDN_verificationguide_photos.pdf?x47084 पर उपलब्ध [06/11/2017 को देखा गया]।

फर्स्ट ड्राफ्ट न्यूज। दृश्य सत्यापन गाइड - वीडियो - https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2017/03/FDN_verificationguide_photos.pdf?x47084. पर उपलब्ध [06/11/2017 को देखा गया]।

सुईभाने, ई. (2015)। बाल्टीमोर "लूटपाट" ट्रीट्स जल्दी और आसान चित्र की जांच के महत्व को दिखाते हैं। <https://medium.com/1st-draft/baltimore-looting-tweets-show-importance-of-quick-and-easy-image-checks-a713bbcc275e>. पर उपलब्ध [06/11/2017 को देखा गया]।

सेट्ज, जे. (2015)। गूगल और टिनआर्ड के साथ मैनुअल रिवर्स छवि की खोज। <https://www.bellingcat.com/resources/how-tos/2015/05/08/manual-reverse-image-search-with-google-and-tineye/>. पर उपलब्ध [06/11/2017 को देखा गया]।

यू ट्यूब डेटा व्यूअर

फर्स्ट ड्राफ्ट न्यूज। (एन.डी.)। वीडियो के अपलोड समय की जांच करने के लिए यू ट्यूब डेटा व्यूअर का उपयोग <https://firstdraftnews.com:443/resource/using-youtube-data-viewer-to-check-the-upload-time-of-a-video/>. पर उपलब्ध [13/11/2017 को देखा गया]।

टॉलर, ए. (2017)। वीडियो सामग्री की पुष्टि करने पर उन्नत गाइड। <https://www.bellingcat.com/resources/how-tos/2017/06/30/advanced-guide-verifying-video-content/>. [13/11/2017 को देखा गया]।

मेटाडेटा विश्लेषण

होन, एम. (2012)। कैसे अनैतिक पर भरोसा करना जॉन मैकेफे के पतन का कारण बन गया। <https://www.wired.com/2012/12/how-vice-got-john-mcafee-caught/> पर उपलब्ध [03/04/2018 को देखा गया]।

स्टोरीफुल (2014) चित्रों की पुष्टि: जो दिखता है वह हमेशा विश्वास करने योग्य नहीं होता है। पर उपलब्ध [13/11/2017 को देखा गया]।

वेन, टी. (2017)। छिपे हुए संकेत नकली चित्र को उजागर कर सकते हैं। <http://www.bbc.com/future/story/20170629-the-hidden-signs-that-can-reveal-if-a-photo-is-fake> पर उपलब्ध [12/11/2017 को देखा गया]।

सामग्री विश्लेषण

ईएसएस, एच के. (2017). सूचना युद्ध की खाइयों के अंदर। मीडियम। <https://medium.com/@henkvaness/how-to-date-a-mysterious-missile-launcher-78352ca8c3c3>. पर उपलब्ध [03/04/2018 को देखा गया]।

फरीद, एच. (2012ए)। चित्र प्रमाणिकता और फोरेंसिक | फोरएंडसिक्स टेक्नोलॉजीज - ब्लॉग एक बेहूदा परछाई का विश्लेषण। <http://www.fourandsix.com/blog/2012/9/4/a-pointless-shadow-analysis.html>. पर उपलब्ध [03/04/2018 को देखा गया]।

फरीद, एच. (2012बी)। चित्र प्रमाणिकता और फोरेंसिक | फोरएंडसिक्स टेक्नोलॉजीज – ब्लॉग – द जेएफके जाप्रूडेर फिल्म। Available at <http://www.fourandsix.com/blog/2012/9/11/the-jfk-zapruder-film.html>. पर उपलब्ध [03/04/2018 को देखा गया]।

फरीद, एच. (एन.डी.सी.)। फोटो फोरेंसिक: अंधेरे में - अभी भी खोज जारी - http://www.fotomuseum.ch/en/explore/still-searching/articles/26425_photo_forensics_in_the_shadows. पर उपलब्ध [03/04/2018 को देखा गया]।

फर्स्ट ड्राफ्ट न्यूज़। (2016) वॉच एलियट हिंगिंस ने #एफडीलाइव में उन्नत सत्यापन तकनीकों का प्रदर्शन <https://firstdraftnews.com:443/watch-eliot-higgins-discuss-advanced-verification-and-geolocation-techniques-at-fdlive/>. [03/04/2018 को देखा गया]।

हिंगिंस, ई. (24 जुलाई 2015)। पृथकी खोज: सत्यापन के लिए अनिवार्य भौगोलिक स्थल उपकरण। <https://medium.com/1st-draft/searching-the-earth-essential-geolocation-tools-for-verification-89d960bb8fba> पर उपलब्ध [03/04/2018 को देखा गया]।

ऑनलाइन संसाधन

फर्स्ट ड्राफ्ट इंटरएक्टिव: जियोलोकेशन चैलेंज। <https://firstdraftnews.com/resource/test-your-verification-skills-with-our-geolocation-challenge/>. [03/04/2018 को देखा गया]।

फर्स्ट ड्राफ्ट इंटरएक्टिव: ऑब्जर्वेशन चैलेंज। <https://firstdraftnews.com/resource/test-your-verification-skills-with-our-observation-challenge/>. [03/04/2018 को देखा गया]।

फर्स्ट ड्राफ्ट ऑनलाइन सत्यापन पाठ्यक्रम। <https://firstdraftnews.org/learn/> पर उपलब्ध [03/04/2018 को देखा गया]।

**ऑनलाइन दुर्घटनाएँ से निपटना:
जब पत्रकारों और उनके स्रोतों को
निशाना बनाया जाता है**

जूली पोसेटी

माइयूल 7

सारांश



दुष्प्रचार और गलत सूचना की समस्या¹ विश्वसनीय पत्रकारिता और विश्वसनीय सूचना की अनदेखी करने के सोशल मीडिया के युग में नाटकीय रूप से बढ़ रही है। परिणामों में पत्रकारों और अन्य ऑनलाइन प्रकाशकों को उनके सूत्रों सहित जानबूझकर निशाना बनाया जाता है, जो सूचना और टिप्पणी का सत्यापन या सूचना को साझा कर रहे होते हैं। इससे जुड़े जोखिम पत्रकारों और उनके स्रोतों की सुरक्षा के साथ पत्रकारिता में विश्वास को और कमज़ोर कर सकते हैं।

कुछ उदाहरणों में, पत्रकारों को 'एस्ट्रोटर्फिंग'² और 'ट्रॉलिंग'³ के रूप में लक्षित किया गया है – जो जानबूझकर "गुमराह करने, गलत सूचना देने, भ्रमित करने, या पत्रकारों को खतरे में डालने"⁴ के प्रयास में उन्हें या उनके संभावित स्रोतों का ध्यान भटकाने और गुमराह करने के लिए बनाई गई जानकारी साझा की जाती है। वैकल्पिक रूप से, पत्रकारों को गलत जानकारी साझा करके उन्हें धोखा देने का प्रयास किया जा सकता है जो तथ्यों की झूठी व्याख्या प्रदान करती हैं या, जब इनके नकली होने का पता चलता है, तो पत्रकार (और समाचार संगठन जिसके साथ वे संबद्ध हैं) की विश्वसनीयता कम हो जाती है। अन्य मामलों में, वे डिजिटल खतरों का सामना करते हैं जो उनके स्रोतों का पता लगाते हैं, उनकी निजता को भेदकर उनके लिए जोखिम बढ़ाते हैं, या उनके अप्रकाशि त डेटा को प्राप्त करते हैं।

ऐसी भी घटनाएं हैं जहां सरकारों ने आलोचक टिप्पणी को शांत करने और अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता को समाप्त करने के लिए 'डिजिटल धृणा फैलाने वाले दल' जुटाए हैं।⁵ फिर, ऑनलाइन उत्पीड़न और हिंसा की गंभीर समस्या है (कभी-कभार समस्याग्रस्त रूप से 'ट्रॉलिंग' के रूप में चिह्नित)⁶ जो महिलाओं द्वारा असंगत रूप से अनुभव की जाती हैं और अक्सर महिलाओं की प्रकृति के प्रतिकूल होती हैं। इसमें पत्रकारों, उनके स्रोतों, और टिप्पणी करने वालों को देखा जा सकता है जो टोरेंट के ऑनलाइन दुरुपयोग, उनके आचरण के बारे में झूठे दावे, उनकी पहचान की गलत बयानी, या उन्हें अपमानित करने और उनके विश्वास को कमज़ोर करने, उनकी बदनामी करने, उनका ध्यान हटाने और अंततः उनकी रिपोर्टिंग को बेअसर करने के अधीन होता है।⁷ इस बीच कई स्थानों में, महत्वपूर्ण रिपोर्टिंग को दबाने के लिए शारीरिक उत्पीड़न किया जा रहा है, जिसे अब ऑनलाइन उकसाकर और धमकियां देकर भी जोखिम को बढ़ाया जा रहा है।

1 परिभाषाओं के लिए, देखें: वाईल, सी. और डेराख्शान, एच. (2017)। भ्रामक सूचना: अनुसंधान और नीति निर्माण के लिए एक अंतरिक्षयक ढांचे की ओर (यूरोप परिषद)। <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research/168076277c> [30/03/2018 को देखा गया]।

2 'एस्ट्रोटर्फिंग' नकली धास के ब्रांड से प्राप्त एक शब्द है जिसे धर के बाहर की जगह को ढकने के लिए किया जाता है जो प्राकृतिक धास जैसा आभास करता है। दुष्प्रचार के संदर्भ में, इसमें फर्जी खबर फैलाना, दर्शकों और पत्रकारों को उन्हें आगे भेजना या गुमराह करने के इरादे से लक्षित करना शामिल है, विशेष रूप से किसी व्यक्ति, विचार या नीति के लिए नकली लोकप्रियता जुटाने के 'सबूत' के रूप में। टेक्नोपीडिया परिभाषा भी देखें: <https://www.techopedia.com/definition/13920/astroturfing> [20/03/2018 को देखा गया]

3 कोको, जी. (2012)। क्यों कोई नहीं जानता कि ट्रॉलिंग का क्या मतलब है? Vice.com पर मीडिया के लिए एक त्वरित संदर्भ गाइड। https://www.vice.com/en_au/article/ppqk78/what-trolling-means-definition-UK-newspapers [30/03/2018 को देखा गया]

4 पोसेटी, जे. (2013)। खोजी पत्रकारिता का ट्रिटरीकरण एस. टैनर और एन. रिचर्सन (संपा.), डिजिटल दुनिया में पत्रकारिता अनुसंधान और जांच (पृष्ठ 88-100): ऑक्सफोर्ड यूनिवर्सिटी प्रेस, मेलबोर्न। <http://ro.uow.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=2765&context=lhapapers> [30/03/2018 को देखा गया]

5 रिले एम., ईट्टर, एल. और प्रथान, बी (2018) राज्य प्रायोजित ट्रॉलिंग के लिए एक वैश्विक गाइड, ब्लूबर्ग: <https://www.bloomberg.com/features/2018-government-sponsored-cyber-militia-cookbook/> [21/07/2018 को देखा गया]

6 नोट: इंटरनेट से संबंधित एलीकेशन में 'ट्रॉलिंग' का अर्थ मज़ाक में चिढ़ाना, धीर-धीरे और जानबूझकर धोखे के लिए उकसाना है। हालांकि, इसका इस्तेमाल बड़ी तेजी से ऑनलाइन दुरुपयोग के सभी मामलों को कवर करने के लिए एक शब्द के रूप में किया जाता है। यह एक बड़ी समस्या है क्योंकि यह गतिविधियों की एक विस्तृत शृंखला की आपस में जोड़ता है और संभावित ऑनलाइन उत्पीड़न की गंभीरता को कम करता है।

7 उदाहरण के लिए देखें: <https://www.independent.co.uk/news/world/americas/twitter-maggie-haberman-new-york-times-quits-social-media-jack-dorsey-a8459121.html>



मुद्दों को गंभीरता से न लेना

i) 'ट्रॉलिंग' और 'एस्ट्रोटरफिंग' को पहचानना और जवाब देना⁸

इस घटना में संगठित सोशल मीडिया अभियानों सहित पत्रकारों और दर्शकों को धोखा देने के लिए पात्रों और घटनाओं को गढ़ना शामिल है, जिसका उद्देश्य सार्वजनिक प्रतिक्रिया को गंभीरता से न लेना है। सामग्री से संबंधित ब्रेकिंग न्यूज और असली गवाह रिपोर्टों में अंतर करना मुश्किल हो सकता है जो पत्रकारों और अन्य ऑनलाइन टिप्पणी करने वालों को धोखा देने, जानबूझकर गुमराह करने या उनकी विश्वसनीयता को कम करने के लिए फर्जी या गलत तथ्यों के साथ दी गई है।

इस तरह के व्यवहार के उदाहरणों में निम्नलिखित शामिल हैं:

- ▶ आपदा पीड़ितों और आतंकवादी हमले के हताहतों का झूठा गढ़ना (उदाहरण के लिए मैनचेस्टर बम विस्फोट देखें⁹), सामग्री को साझा करके लोगों को मूर्ख बनाया गया जिसने पत्रकारों सहित व्यक्तियों, जिन्हें इसकी वितरण प्रक्रिया में टैग किया गया होगा, की प्रतिष्ठा और/या विश्वसनीयता को संभावित रूप से नुकसान पहुंचाया।
- ▶ 'दमिश्क में समलैंगिक लड़की'¹⁰ जैसे काल्पनिक पात्रों को गढ़कर समाचार के रूप में सामग्री का प्रकाशन किया गया। 2011 में, दुनिया के मीडिया ने ब्लॉगर की गिरफ्तारी की करने के लिए संघर्ष किया, जो कथित तौर पर एक सीरियाई समलैंगिक था - लेखक देश के बाहर रहने वाला एक अमेरिकी छात्र निकला। पत्रकार जेस हिल को ऑस्ट्रेलियाई ब्रॉडकास्टिंग कॉर्पोरेशन के पीएम कार्यक्रम को कवर करने का कार्य सौंपी गया था। उन्होंने कहा कि पारंपरिक सत्यापन मूल्यों और विधियों ने उनके कार्यक्रम को झूठ बताने से रोका। "हमने उसकी गिरफ्तारी की सूचना नहीं दी, केवल एक साधारण कारण से - हमें कोई ऐसा व्यक्ति नहीं मिला जो वास्तव में उससे व्यक्तिगत रूप से मिला हो। न कोई रिश्तेदार, और न कोई निजी दोस्त। हमने लोगों की तलाश में दो दिन बिताए, अपने सीरियाई संपर्कों से हमने उन लोगों को पता करने के लिए कहा, जिनका उसके साथ संपर्क हो सकता था, लेकिन हर सुराग आखिर में गलत साबित हुआ। तथ्य यह है कि हमें कोई भी ऐसा नहीं मिला जो वास्तव में उससे मिला था, यह प्रमुख खतरे की धंटी थी, इसलिए हमने इसकी रिपोर्ट नहीं की ... जिन समाचार एजेंसियों ने इस कहानी को प्रमुखता से छापा, उन्होंने वास्तव में मूल स्रोत पर काम नहीं किया था। उन्होंने एक ब्लॉग पर की गई एक प्रविष्टि के आधार पर समाचार की सूचना दी।"¹¹

8 शक्षिण उद्देश्यों के लिए उपयोगी 'एस्ट्रोटरफग' की व्याख्या के लिए, नमिन लकि उपयोगी है: <https://youtu.be/Fmh4RdlwsWE>

9 मैनचेस्टर बमबारी उदाहरण, <https://www.theguardian.com/technology/2017/may/26/the-story-behind-the-fake-manchester-attack-victims> [30/03/2018 को देखा गया]।

10 यंग, के. (2017)। खुद को धोखा कैसे दें: दमिश्क में समलैंगिक लड़की का मामला, 9 नवंबर, 2017, न्यू यॉर्कर में। <https://www.newyorker.com/books/page-turner/how-to-hoax-yourself-gay-girl-in-damascus> [30/03/2018 को देखा गया]।

11 पोसटी, जे. (2013)। ओपी सीआईटी

अन्य मंशा में पत्रकारों को कोई निरर्थक सुराग देकर जांच से गुमराह करने या भटकाने की इच्छा शामिल है, जो रिपोर्टिंग के प्रयासों में बाधा डालती है और अंततः इसका सच खोजने पर बुरा प्रभाव पड़ता है।

गलत दिशा की ओर निर्देशित करने के उदाहरणों में निम्नलिखित शामिल हैं:

- ▶ जनवरी 2017 में डोनाल्ड ट्रम्प के उद्घाटन में भीड़ के आकार के बारे में दावों को 'वैकल्पिक तथ्य'¹² के रूप में दर्शने का प्रयास किया गया।
- ▶ समकालीन युद्धकालीन प्रचार, जैसे तालिबान ने अफगानिस्तान में पत्रकारों पर लड़ाई के झूठे और भ्रामक विवरण के साथ ट्रीट किया।¹³
- ▶ डेटासेट पत्रकारों को सौंपा गया जिसने कुछ सत्यापन योग्य जन हित मूल्य जानकारी प्रदान की लेकिन इसे दुष्प्रचार से विकृत किया गया था।

हाल ही में, कम्प्यूटेशनल प्रचार¹⁴ ने 'एस्ट्रोटर्फिंग' और 'ट्रॉलिंग' की जांच करने वाले पत्रकारों के लिए जोखिम बढ़ा दिया है। इसमें पूरे लक्ष्य को ध्यान में रखते हुए झूठी जानकारी और प्रचार संदेशों का प्रसार करने के लिए बॉट का उपयोग शामिल था जो बिल्कुल असली आंदोलन लगाता था।¹⁵ समान रूप से, एआई प्रौद्योगिकी का इस्तेमाल पत्रकारों और विशेष रूप से महिला संवाददाताओं को बदनाम करने के लिए 'सरासर झूठे'¹⁶ वीडियो और सामग्री के अन्य रूपों को बनाने के लिए किया जा रहा है।

इन प्रथाओं के उदाहरणों में शामिल हैं:

- ▶ Rappler.com जैसे स्वतंत्र समाचार साइट और उसकी बड़ी संख्या में महिला कर्मचारियों को एक व्यापक ऑनलाइन दुरुपयोग अभियान द्वारा लक्षित किया गया। "फिलीपींस में, ट्रोल के लिए भुगतान किया गया, भ्रामक तर्क, निराधार तर्क, प्रतिकूल समाचार - ये कुछेक प्रचार तकनीकों के प्रकार हैं जिन्होंने प्रमुख मुद्दों पर लोगों की राय बदलने में मदद की है।" (विस्तृत चर्चा के लिए नीचे देखें)¹⁷।
- ▶ दक्षिण अफ्रीका में प्रमुख राज्य उद्यमों और राजनेताओं पर कब्जा करने के आरोपी एक अमीर परिवार ने ब्रिटेन की जनसंपर्क फर्म बेल पोटूंगर को एक विस्तृत प्रचार अभियान तैयार करने का कार्य सौंपा। इसने दुष्प्रचार वेबसाइटों, मीडिया और एक ट्रीटर आर्मी के माध्यम से राज्य पर कब्जा करने के लिए अपने संदेशों में पत्रकारों, व्यापारियों और राजनीतिज्ञों को निशाना बनाते हुए उनके खिलाफ

12 एनबीसी न्यूज (2017) वीडियो: <https://www.nbcnews.com/meet-the-press/video/conway-press-secretary-gave-alternative-facts-860142147643> [30/03/2018 को देखा गया]।

13 कर्निंगम, ई. (2011)। धीरे-धरि ही सही, तालिबान ने नए मीडिया, ग्लोबलपोर्ट को अपनाया। <https://www.pri.org/stories/2011-05-21/shift-taliban-embrace-new-media> [30/03/2018 को देखा गया]।

14 वूली, एस. एंड हावर्ड, पी. (2017)। दुनिया भर में कम्प्यूटेशनल प्रचार: कार्यकारी सारांश, वर्किंग पेपर नं. 2017.11 (ऑक्सफोर्ड यूनिवर्सिटी)। <http://comprop.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/89/2017/06/Casestudies-ExecutiveSummary.pdf> [30/03/2018 को देखा गया]।

15 नोट: 2017 के ब्रिटेन आम चुनाव के दौरान बॉट अभियानों के बारे में मामूली रिपोर्ट इन मुद्दों पर रिपोर्टिंग की कठिनाई को उजागर करती है। सी.एफ.डायस, एन. (2017)। डिजिटल एस्ट्रोटर्फिंग के नए युग पर रिपोर्टिंग, फर्स्ट ड्राफ्ट न्यूज। <https://firstdraftnews.com/digital-astroturfing/> [29/03/2018 को देखा गया]।

16 डीपफेक शब्द 'गहन ज्ञान' और 'झूठ' का एक संयुक्ताक्षर है। इसमें कपटपूर्ण सामग्री, कभी-कभी अश्वेल प्रकृति की सामग्री बनाने के लिए एआई तकनीक का इस्तेमाल किया जाता है, जिसका वास्तव में पता नहीं लगाया जा सकता है। इसका उपयोग साइबर हमलों में पत्रकारों सहित लोगों को बदनाम करने के लिए किया जाता है। देखें: कथर्बर्टसन, ए. (2018)। 'डीपफेक' पोर्न क्या है? एआई ने न्यूजीलैंड में परेशान करने के लिए नए स्तर पर चेहरे की अदला-बदली की सुविधा प्रदान की है <http://www.newsweek.com/what-deepfake-porn-ai-brings-face-swapping-disturbing-new-level-801328> [17/06/2018 को देखा गया]।

17 रेसा, एम. (2016)। प्रचार युद्ध: इंटरनेट का हाथियार के रूप में इस्तेमाल, रैपलर। <https://www.rappler.com/nation/148007-propaganda-war-weaponizing-internet> [30/03/2018 को देखा गया]।

अपमानजनक, शत्रुतापूर्ण संदेश और फोटोशॉप किए गए चित्रों का प्रसार किया।¹⁸ प्रमुख संपादक फेरियल हफकाजी को इस अवधि के दौरान ॲनलाइन उत्पीड़न के एक अभियान में निशाना बनाया गया था, जिसमें देखा गया कि उनके चित्र को हैशटैग#वैश्या करने के साथ-साथ उनके चरित्र पर झूठे लांछन लगाने के लिए चित्र में हेरफेर किया गया था।¹⁹

- ▶ पत्रकार राणा अयूब के मामले में संयुक्त राष्ट्र के पांच विशेष दूतों ने भारत सरकार को उन्हें सुरक्षा प्रदान करने के लिए कहा क्योंकि उनकी गहन रिपोर्टिंग से निपटने के लिए उनके खिलाफ बड़े पैमाने पर झूठी सूचनाओं का प्रसार किया गया था। स्वतंत्र पत्रकार सोशल मीडिया पर उसके बारे में दुष्प्रचार से जूझ रही थी, जहां उनके 'सरासर झूठे' वीडियो डाले गए थे, जिसने यह कहा गया था कि उसने अश्वील फिल्में बनाई हैं, साथ ही प्रत्यक्ष बलात्कार और मौत की धमकियां भी दी हैं।²⁰
- ▶ फिनलैंड के पत्रकार जेसिका आरो के मामले में इस मॉड्यूल के खंड ii) में 'डिजिटल सुरक्षा खतरे और रक्षात्मक रणनीति' के तहत चर्चा की गई है।

इस पुस्तिका के अन्य मॉड्यूल में विशेष रूप से तकनीकी सत्यापन तकनीकों के बारे में बताया गया है, लेकिन यह भी महत्वपूर्ण है कि प्रतिभागियों को कुछ ॲनलाइन ऑपरेटरों की दुर्भावनापूर्ण प्रेरणा की पहचान करने में सक्षम बनाया जाए जो दुर्व्यवहार के पैटर्न के भाग के रूप में सूचना के सृजन और वितरण में दुष्प्रचार और गलत सूचना के माध्यम से पत्रकारों को निशाना बनाते हैं।

सूचना के सत्यापन के लिए तकनीक के इस्तेमाल के दौरान जोड़े जाने वाले महत्वपूर्ण प्रश्न:

1. क्या इस शेयर या टैग के पीछे दुर्भावनापूर्ण मंशा हो सकती है?
2. सामग्री पोस्ट करने वाले व्यक्ति को इसे साझा करके क्या हासिल होगा?
3. यदि मैं इसे साझा करता हूं तो मेरे/मेरी पेशेवर विश्वसनीयता/एक समाचार मीडिया संस्थान या नियोक्ता के तौर पर इसके क्या परिणाम हो सकते हैं?
4. क्या मैंने इस व्यक्ति की पहचान/ संबद्धता/ विश्वसनीयता/ मंशा का पता लगाने के लिए काफी मेहनत की है (उदाहरण के लिए, क्या वे जनहित औचित्य के बिना अवैध रूप से प्राप्त सामग्री की बिक्री से दुष्प्रचार या लाभ लेने की अपेक्षा कर रहे हैं)?
5. यह एक मानव या बोट है?²¹
6. यदि आपको किसी कथित क्लिसल ब्लॉअर से 'डेटा डंप' प्राप्त होता है, तो क्या आपको डेटासेट को पूर्ण रूप से प्रकाशित करने से पहले सामग्री को स्वतंत्र रूप से सत्यापित करना चाहिए? क्या यह संभव है कि यह जानबूझकर गुमराह या बदनाम करने के लिए डिज़ाइन की गई दुष्प्रचार और गलत सूचना का मामला है?

18 गुप्ता के 'फर्जी खबर साम्राज्य' पर व्यापक डोजियर <https://www.timeslive.co.za/news/south-africa/2017-09-04-the-guptas-bell-pottinger-and-the-fake-news-propaganda-machine/>.

19 हफकाजी, एफ. (2017)। फेरियल हफकाजी: गुप्ता फर्जी खबर फैक्टरी और मैं। हफपोस्ट सातथ अफ्रीका। [ॲनलाइन] https://www.huffingtonpost.co.za/2017/06/05/ferial-haffajee-the-gupta-fake-news-factory-and-me_a_22126282/ पर उपलब्ध [06/04/2018 को देखा गया]।

20 संयुक्त राष्ट्र के विशेषज्ञों ने पत्रकार राणा अयूब की ॲनलाइन घृणा अभियान से बचाने के लिए भारत से आहान किया <http://www.ohchr.org/EN/NewsEvents/Pages/DisplayNews.aspx?NewsID=23126&LangID=E>; [17/08/2018 को देखा गया]। यह भी देखें अयूब, आर. (2018)। भारत में पत्रकारों को फूहड़-शर्मसार करने और बलात्कार की धमकियों का सामना करना पड़ता है। <https://www.nytimes.com/2018/05/22/opinion/india-journalists-slut-shaming-rape.html> [17/06/2018 को देखा गया]।

21 उदाहरण के लिए, देखें <https://botcheck.me>

ii) डिजिटल सुरक्षा खतरे और रक्षात्मक रणनीतियां

पत्रकारों, मानवाधिकार रक्षकों और ब्लॉगर्स/ सोशल मीडिया कार्यकर्ता साइबर हमलों की चपेट में तेजी से आ रहे हैं, और उनके डेटा या स्रोतों को दुर्भावनापूर्ण मंशा रखने वाले लोगों द्वारा फ़िशिंग, मैलवेयर हमलों और पहचान स्पूफिंग के माध्यम से गलत इस्तेमाल किया जा सकता है।²²

इस प्रक्रिया का एक उदाहरण:

फिनलैंड के सार्वजनिक प्रसारक वाईएलई के लिए काम करने वाली पुरस्कार विजेता खोजी पत्रकार जेसिका आरो 2014 के बाद से संगठित 'ट्रोल' अभियानों के निशाने पर रही हैं। उन्होंने स्पूफिंग और डॉक्सिंग²³ सहित डिजिटल सुरक्षा खतरों का अनुभव किया है, ट्रोल उनकी व्यक्तिगत संपर्क जानकारी का खुलासा करने और उनके बारे में दुष्प्रचार फैलाने के साथ, उनकी संदेश ऐप्प और इनबॉक्स में गुस्से से भरे संदेश भेजे गए। "मुझे एक फोन आया जिसमें किसी ने बंदूक चलाई। उन्होंने कहा, बाद में, किसी ने मुझे टैक्सट संदेश किया, जिसमें मेरे पिता के मरने का दावा किया गया था और मुझे बताया कि वह मुझ पर 'नज़र' रखे हुए है।"²⁴ आरो ने उन संपादकों की सराहना की है जो पत्रकारों को धमकियों से बचाते हैं और पत्रकारों से प्रचार की जांच और पर्दाफाश करने का आग्रह किया है।

इसलिए पत्रकारिता करने वालों के लिए निम्नलिखित खतरों के प्रति सचेत रहना महत्वपूर्ण है:

12 प्रमुख डिजिटल सुरक्षा खतरे²⁵

- ▷ लक्षित निगरानी और जन निगरानी
- ▷ लक्ष्य की जानकारी के बिना सॉफ्टवेयर और हार्डवेयर का दोहन
- ▷ फ़िशिंग हमले²⁶
- ▷ नकली डोमेन हमले
- ▷ प्रमुख व्यक्ति पर (एमआईटीएम) हमले²⁷
- ▷ सेवा देने से मना करने (डीओएस) जैसे हमले और सेवा वितरित करने से इनकार (डीडीओएस - सेवा वितरित करने से इनकार)²⁸

22 टेक्नोपीडिया से: स्पूफिंग एक धोखाधड़ी या दुर्भावनापूर्ण प्रथा है जिसमें प्राप्तकर्ता को ज्ञात स्रोत के रूप में कपटपूर्ण ढंग से अङ्गात स्रोत से संदेश भेजा जाता है। ईमेल स्पूफिंग इस पहलू का सबसे आम रूप है। स्पूफ किए गए किसी ईमेल में ट्रोजन या अन्य वायरस जैसे अतिरिक्त खतरे भी हो सकते हैं। ये कार्यक्रम अप्रत्याशित गतिविधियों, दूरस्थ पहुंच, फ़ाइलों को हटाने आदि को अंजाम देकर पर्याप्त कंप्यूटर क्षति का कारण बन सकते हैं। <https://www.techopedia.com/definition/5398/spoofing> [29/03/2018 को देखा गया]।

23 टेक्नोपीडिया से: डॉक्सिंग अन्य लोगों की सूचना जैसे नाम, पते, फोन नंबर और क्रेडिट कार्ड विवरण को पुनः प्राप्त करने, हैकिंग और प्रकाशित करने की प्रक्रिया है। डॉक्सिंग को किसी विशिष्ट व्यक्ति या संगठन की ओर से निशाना बनाया जा सकता है। डॉक्सिंग के कई कारण हैं, लेकिन सबसे लोकप्रिय में से एक दबाव है। डॉक्सिंग एक खिचड़ी भाषा शब्द है जो ".doc" शब्द से प्राप्त होता है क्योंकि दस्तावेज अक्सर प्राप्त किए जाते हैं और साझा किए जाते हैं। हैकर्स ने डॉक्स के लिए अलग-अलग तरीके विकसित किए हैं, लेकिन सबसे आम तरीकों में से किसी पीडिट का ईमेल प्राप्त करना और फिर अधिक व्यक्तिगत जानकारी प्राप्त करने के लिए उसका खाता खोलने के लिए पासवर्ड का पता लगाना है। <https://www.techopedia.com/definition/29025/doxing> [29/03/2018 को देखा गया]।

24 आरो, जे. 2016. साइबर स्पेस युद्ध: युद्ध उपकरण के रूप में प्रचार और ट्रोलिंग। यूरोपीयन व्यू। सेज जर्नल्स, जून 2016, वॉल्यूम 15, अंक 1. <http://iournals.sagepub.com/doi/full/10.1007/s12290-016-0395-5> [20/07/2018 को देखा गया]

25 पोसेटी, जे. (2015)। नया अध्ययन: पत्रकारों की डिजिटल सुरक्षा के लिए बढ़ते खतरों से निपटना (वान-इप्रा)। <https://blog.wan-ifra.org/2015/03/27/new-study-combatting-the-rising-threats-to-iournalists-digital-safety> [एक्सेसेड 30/03/2018]।

26 किंग, जी. (2014) स्पीयर फ़िशिंग हमले डिजिटल सतर्कता की आवश्यकता पर बल देते हैं, सीपीजे। <https://cpj.org/blog/2014/11/spear-phishing-attacks-underscore-necessity-of-dig.php> [एक्सेसेड 29/03/2018]।

27 मध्य हमले में मनुष्य की टेक्नोपीडिया परिभाषा (एमआईटीएम): "छिपकर बात करने का एक रूप, जहां दो उपयोगकर्ताओं के बीच बातचीत की निगरानी और उसमें संशोधन किसी अनधिकृत पार्टी द्वारा किया जाता है। आम तौर पर, हमलावर सक्रिय रूप से छिपकर किसी सार्वजनिक कुंजी संदेश के आदान-प्रदान को रोककर और अपनी कुंजी को बदलकर संदेश को पुनः प्रसारित करता है।" <https://www.techopedia.com/definition/4018/man-in-the-middle-attack-mitm> [29/03/2018 को देखा गया]।

28 टेक्नोपीडिया में परिभाषाएं देखें। <https://www.techopedia.com/definition/24841/denial-of-service-attack-dos> b. <https://www.techopedia.com/definition/10261/distributed-denial-of-service-ddos> [29/03/2018 को देखा गया]।

- ▷ वेबसाइट विकृत करना
- ▷ उपयोगकर्ता के खाते के साथ छेड़छाड़
- ▷ ऑनलाइन नेटवर्क की धमकी, उत्पीड़न और जबरन खुलासा करना
- ▷ दुष्प्रचार और बदनाम करने का अभियान चलाना
- ▷ पत्रकारिता कार्य उत्पाद को जब्त करना, और
- ▷ डेटा भंडारण और खोज

रक्षात्मक रणनीतियों के लिए देखें: पत्रकारिता के लिए डिजिटल सुरक्षा का निर्माण।²⁹

गोपनीय स्रोतों तथा पत्रकारों और अन्य मीडिया प्रोफ्यूसरों के साथ फ्रिसल ब्लॉअर्स की बातचीत के प्रभाव के लिए देखें: डिजिटल युग में पत्रकारिता स्रोतों की रक्षा।³⁰

ऑनलाइन उत्पीड़न और हिंसा को पहचानना और उससे निपटना

"मुझे एक नीच वेश्या, आवारा जिप्सी, यहूदी, मुस्लिम रंडी, ग्रीक परजीवी, घृणित प्रवासी, बेवकूफ पागल, बेहद झूठी, पक्षपातपूर्ण नफरत करने वाली कहा गया है। वे मुझे घर जाने, खुद को मारने के लिए कहते रहते हैं या वे मुझे गोली मार देंगे, मेरी जीभ काट देंगे, मेरी उंगलियों को एक-एक करके तोड़ देंगे। वे मुझे सामूहिक बलात्कार और यौन प्रताड़ना की धमकी देते रहते हैं।"³¹ ये शब्द प्रतिष्ठित स्वीडिश पत्रकार एलेक्जेंड्रा पास्कलीडाउ के हैं, जिन्होंने ऑनलाइन दिए गए अपने अनुभवों के बारे में ब्रेसेल्स में एक यूरोपीय आयोग के सत्र के समक्ष 2016 में गवाही दी।

महिला पत्रकारों और टिप्पणी करने वालों को निशाना बनाने वाले इस तरह के ऑनलाइन दुर्व्यवहार के वैश्विक प्रसार के कारण संयुक्त राष्ट्र (यूनेस्को सहित) और अन्य एजेंसियां इस समस्या को पहचानने और कार्रवाई और समाधान करने का आह्वान कर रही हैं।³²

यूरोप में सुरक्षा और सहयोग संगठन (ओएससीई) ने एक अनुसंधान प्रायोजित किया है जो महिला पत्रकारों को असंगत रूप से 'घृणा अभियान'³³ का निशाना बनाने के ऑनलाइन दुरुपयोग के अंतरराष्ट्रीय प्रभाव को दर्शाता है।

इस शोध के बाद एक अध्ययन हुआ जिसमें ब्रिटिश थिंक टैंक, डेमो जिसने लाखों ट्रीट्स की जांच की और पाया कि पत्रकारिता एकमात्र श्रेणी है जहां महिलाओं को पुरुषों की तुलना में अधिक अपशब्द कहे गए हैं, "महिला पत्रकारों और टीवी समाचार प्रस्तुतकर्ताओं को उनके पुरुष समकक्षों की तुलना में लगभग तीन गुणा अधिक अपशब्द³⁴ कहे गए"। अपशब्दों के प्रमुख शब्द थे «फूहड़», «बलात्कार» और «वेश्या» थे।

29 हेनरिचसेन, जे. एवं अन्य (2015)। पत्रकारिता के लिए डिजिटल सुरक्षा का निर्माण (यूनेस्को) पेरिस। <http://unesdoc.unesco.org/images/0023/002323/232358e.pdf> [30/03/2018 को देखा गया]।

30 पोसेटी, जे.(2017)। डिजिटल युग (यूनेस्को) में पत्रकारिता के स्रोतों की रक्षा करना। पेरिस। <http://unesdoc.unesco.org/images/0024/002480/248054E.pdf> [30/03/2018 को देखा गया]।

31 पोसेटी, जे. (2016)। स्वीडिश पत्रकार एलेक्जेंड्रा पास्कलीडाउ द्वारा द सिडी मॉर्टिंग डेराल्ड में यौन यातना और ग्राफिक दुरुपयोग के ऑनलाइन खतरों का वर्णन, 24/11/2016. <http://www.smh.com.au/lifestyle/news-and-views/swedish-broadcasteralexandra-pascalidou-describes-online-threats-of-sexual-torture-and-graphic-abuse-20161124-gswuw.html> [30/03/2018 को देखा गया]।

32 पोसेटी, जे. (2017)। व्यापक ऑनलाइन उत्पीड़न के खिलाफ लड़ना: मारिया रेसा एल. किलमैन (संपा.) ओपी सीआईटी। यह भी देखें: यूनेस्को के 39वें महासम्मेलन का 39वां संकल्प देखें जिसमें ऑनलाइन और ऑफलाइन दोनों यौन उत्पीड़न और हिंसा सहित महिला पत्रकारों के सामने आने वाले विशिष्ट खतरों को नोट किया गया है। <http://unesdoc.unesco.org/images/0026/002608/260889e.pdf> [29/03/2018 को देखा गया]।

33 ओएससीई (2016)। महिला पत्रकारों के ऑनलाइन दुरुपयोग से निपटना। <http://www.osce.org/fom/220411?download=true> [30/03/2018 को देखा गया]।

34 बार्टलेट, जे. एवं अन्य (2014) ट्रिपर पर द्वेष, डेमोस। https://www.demos.co.uk/files/MISOGYNY_ON_TWITTER.pdf [30/03/2018 को देखा गया]।

महिला पत्रकारिता के इस ऑनलाइन दुरुपयोग की एक बानगी दुष्प्रचार रणनीति का उपयोग है - उनके चरित्र पर लांछन लगाया जाता है या उनकी विश्वसनीयता को कम करने के एक साधन के रूप में उनके काम के बारे में उन्हें अपमानित किया जाता है, और उनकी सार्वजनिक टिप्पणी और रिपोर्टिंग को बेअसर करने के लिए झूठ फैलाया जाता है।

बलात्कार और हत्या सहित हिंसा की धमकियों के अलावा, 'देरों धमकियों' (जैविक, संगठित, या ऑनलाइन किसी व्यक्ति के खिलाफ रोबोट द्वारा सामूहिक हमले) का काफी बुरा असर पड़ता है।

इन हमलों की अंतरंग प्रकृति, अक्सर सुबह में व्यक्तिगत उपकरणों पर प्राप्त होती है और रात होते-होते आखिरी चीज, प्रभाव को और तेज कर देती है। "ऐसे दिन भी थे जब सुबह उठते हुए मुझे गाली-गलौच हिंसा का सामना करना पड़ा तथा सोते समय मेरे कानों में व्याभिचारिणी और नस्लवादी शब्द गूंजते रहते थे। पास्कलीडाउ कहती हैं, यह एक धीमा, लेकिन लगातार युद्ध लड़ने जैसा है।

फिलीपींस में, रैपियर सीईओ और कार्यकारी संपादक, मारिया रेसा³⁵, राज्य के साथ बड़े पैमाने पर दुष्प्रचार अभियान के संदर्भ में व्यापक ऑनलाइन उत्पीड़न से निपटने के लिए एक केस स्टडी है। वह एक पूर्व सीएनएन युद्ध संवाददाता है, लेकिन उनका कहना है कि फिल्ड में उनके अनुभवों में से बड़े पैमाने पर और विनाशकारी अभियान के दौरान जेंडर ऑनलाइन उत्पीड़न का कोई भी मामला सामने नहीं आया जबकि 2016 के बाद से वह इसके निशाने पर हैं।

उन्होंने कहा, "मुझे भद्दी, कुतिया और सांप कहा गया, तथा बलात्कार और हत्या की धमकी दी गई।

रेसा को याद नहीं कि उसे कितनी बार मौत की धमकियां मिली हैं। इसके अलावा, वह #मारियारेसाको गिरफ्तार करो और #उसेसीनेटकेसामनेलाओ जैसे हैशटैग अभियानों का हिस्सा रही हैं, जो ऑनलाइन भीड़ को हमले के मोड में लाने के लिए चाबुक लगाने जैसा है, रेसा और रैपलर दोनों को बेइज्जत करो और उनकी रिपोर्टिंग को ठंडे बस्ते में डाल दो। "इसकी शुरुआत अलग-थलग करने से हुई। जिस किसी ने गैर-न्यायिक हत्याओं के बारे में सवाल पूछे, उस पर हमला किया गया, बेरहमी से हमला किया गया। महिलाओं के साथ यह और भी बुरा था। और हमने महसूस किया कि व्यवस्था विरोधियों को चुप कराने के लिए बनाई गई है – जो पत्रकारों को विनम्र बनाने के लिए बनाई गई है। रेसा कहती हैं, हमें न तो कठिन सवाल पूछने हैं, और न ही निश्चित रूप से आलोचनात्मक होना है।³⁶

मारिया रेसा की जवाबी हमला करने की रणनीति में निम्नलिखित शामिल है:

- ▶ समस्या की गंभीरता को पहचानना।
- ▶ मनोवैज्ञानिक प्रभावों को पहचानने और प्रभावित कर्मचारियों के लिए मनोवैज्ञानिक सहायता की सुविधा।
- ▶ जवाबी हमले में खोजी पत्रकारिता का एक हथियार के रूप में उपयोग करना।³⁷
- ▶ निष्ठावान दर्शकों को जवाब देने और हमलों को रोकने में मदद करने के लिए पूछना।

35 मारिया रेसा यूनेस्को - गिलर्मो कैनो वर्ल्ड प्रेस फ्रीडम प्राइज की की जूरी की अध्यक्ष हैं <https://en.unesco.org/prizes/guillermo-canjo/jury>

36 पोसेटी, जे. (2017)। व्यापक ऑनलाइन उत्पीड़न के खिलाफ लड़ना: किलमैन में मारिया रेसा एल. (संपा.) एक पर हमला सभी (यूनेस्को) पर हमला है। <http://unesdoc.unesco.org/images/0025/002593/259399e.pdf> [30/03/2018 को देखा गया]।

37 यह भी एक रणनीति थी जो पहले संदर्भित गुप्ता लीक मामले के अध्ययन में फेरियल हाफजी द्वारा इस्तेमाल की गई थी। उन्होंने कुछ ट्रोल को बेनकाब करने के लिए खोजी पत्रकारिता तकनीकों और डिजिटल सुरक्षा गुत्तचरों का इस्तेमाल किया जो उनके घोटाले की रिपोर्टिंग को बदनाम करने के प्रयास में उन्हें निशाना बना रहा था। देखें: <https://www.news24.com/SouthAfrica/News/fake-news-peddlers-can-be-traced-hawks-20170123> [16/06/2018 को देखा गया]।

- ▷ उत्पीड़न के जवाब में ऑनलाइन और ऑफलाइन सुरक्षा कड़ी करना।
- ▷ ऑनलाइन उत्पीड़न को कम करने और पर्याप्त रूप से प्रबंधित करने के लिए सार्वजनिक प्लेटफार्मों (जैसे फेसबुक और ट्विटर) पर लोगों से मदद मांगना।

ऑनलाइन उत्पीड़न के बढ़ते खतरे से निपटने के दौरान, दुष्प्रचार अभियानों के संदर्भ में महिला पत्रकारों के चल रहे ऑफलाइन उत्पीड़न को स्वीकार करना भी महत्वपूर्ण है। उदाहरण के लिए, ऑस्ट्रेलियाई खोजी पत्रकार वेंडी कार्लीसले को एबीसी रेडियो के लिए एक वृत्तचित्र बनाते समय 2011 में ऑस्ट्रेलिया में जलवायु परिवर्तन की खंडनवादी रैली के दौरान दुर्घटनाएँ घटकर्ता-मुक्की का सामना करना पड़ा था। दुर्घटनाएँ के कारण उन्हें अपनी सुरक्षा के मद्देनज़र कार्यक्रम को छोड़ना पड़ा था।³⁸



मॉड्यूल का लक्ष्य

यह मॉड्यूल: प्रतिभागियों को 'भ्रामक सूचना' के संदर्भ में ऑनलाइन दुरुपयोग के जोखिमों के बारे में जानकारी देगा; प्रतिभागियों को खतरों को पहचानने में मदद करेगा; और ऑनलाइन दुरुपयोग को कम करने में सहायता करने के लिए कौशल विकास करेगा और उपकरण प्रदान करेगा। इसके उद्देश्य हैं:

- ▷ पत्रकारों, उनके स्रोतों, और दुष्प्रचार/ गलत सूचना अभियानों में अन्य ऑनलाइन संदेश देने वालों को लक्षित करने वाले दुर्भावना रखने वाले लोगों की समस्या के बारे में प्रतिभागियों की जागरूकता बढ़ाना;
- ▷ प्रतिभागियों को 'एस्ट्रोटर्फिंग', 'ट्रॉलिंग', डिजिटल सुरक्षा खतरों और ऑनलाइन दुर्घटनाएँ को बेहतर ढंग से पहचानने में सक्षम बनाना,
- ▷ प्रतिभागियों को 'एस्ट्रोटर्फिंग' और 'ट्रॉलिंग', डिजिटल सुरक्षा खतरों और ऑनलाइन दुर्घटनाएँ का जेंडर संवेदनशील तरीके से मुकाबला करने के लिए बेहतर तरीके से तैयार करना।



सीखने के परिणाम

1. इस मॉड्यूल के अंत तक, प्रतिभागी निम्नलिखित में सक्षम होंगे:
2. पत्रकारिता से जुड़े लोगों, पत्रकारिता, सूचना साझा करने, और अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता पर ऑनलाइन दुरुपयोग के प्रभावों की गहरी समझ;
3. पत्रकारों और अन्य ऑनलाइन संचारकों को दुष्प्रचार/ गलत सूचना अभियानों में निशाना बनाने वाले दुर्भावनापूर्ण लोगों के बारे में अधिक जागरूक होंगे;
4. ऑनलाइन पत्रकारिता करने वाली महिलाओं द्वारा सामना किए जा रहे विशेष सुरक्षा खतरों को समझना;
5. 'एस्ट्रोटर्फिंग', 'ट्रॉलिंग', डिजिटल सुरक्षा खतरों और ऑनलाइन दुरुपयोग की घटनाओं के साथ-साथ दुर्भावना रखने वाले लोगों को ऑनलाइन अधिक आसानी से पहचानने में सक्षम होना;
6. 'एस्ट्रोटर्फिंग', 'ट्रॉलिंग', डिजिटल सुरक्षा खतरों और जेंडर संवेदनशील तरीके से ऑनलाइन दुर्घटनाएँ से

³⁸ कार्लीसले, डब्ल्यू (2011)। लॉर्ड मॉन्कटन रोडशो, बैकग्राउंड ब्रीफिंग, एबीसी रेडियो नेशनल। <http://www.abc.net.au/radionational/programs/backgroundbriefing/the-lord-monckton-roadshow/2923400> [30/03/2018 को देखा गया]।

निपटने के लिए बेहतर ढंग से तैयार होना।



मॉड्यूल का प्रारूप

इस मॉड्यूल को आमने-सामने या ऑनलाइन वितरित करने के लिए डिज़ाइन किया गया है। यह दो पहलू हैं: सैद्धांतिक और व्यावहारिक।

सीखने के परिणामों को योजना के साथ जोड़ना

क. सैद्धांतिक

मॉड्यूल योजना	घंटों की संख्या	सीख के परिणाम
एक परस्पर सक्रिय व्याख्यान और प्रश्नोत्तरी (90 मिनट), जिसे पारंपरिक रूप से या वेबिनार मंच के माध्यम से दिया जा सकता है, जो दूरस्थ भागीदारी को प्रोत्साहित करने के लिए डिज़ाइन किया गया है। व्याख्यान सामग्री सिद्धांत और ऊपर दिए गए उदाहरणों से तैयार की जा सकती है। हालांकि, पाठ्यक्रम संयोजकों को इस मॉड्यूल में सांस्कृतिक/ स्थानीय रूप से प्रासंगिक केस स्टडी को भी शामिल करने के लिए प्रोत्साहित किया जाता है।	60 - 90 मिनट	1, 2, 3, 4, 5

ख. अभ्यास

मॉड्यूल योजना	घंटों की संख्या	सीख के परिणाम
<p>एक कार्यशाला/ ट्यूटोरियल (90 मिनट) जो एक पारंपरिक कक्षा सेटिंग, या मूल, फेसबुक समूहों या अन्य सेवाओं की तरह एक ई-शिक्षा मंच के माध्यम से चलाई जा सकती जिसमें दूर-दराज की ऑनलाइन भागीदारी भी शामिल की जा सकती है। कार्यशाला/ ट्यूटोरियल अभ्यास में निम्नलिखित प्रारूप को अपनाया जा सकता है:</p> <ul style="list-style-type: none"> ट्यूटोरियल को प्रत्येक 3-5 प्रतिभागियों के कार्य समूहों में बांटें। प्रत्येक कार्य समूह को दुर्भावनापूर्ण सामग्री का एक उदाहरण दिया जाए (मारिया रेसा, जेसिका एआरओ और एलेक्जेंड्रा पास्कलिडोऊ को लक्षित करने के लिए बनाई गई सामग्री के लिए खोज ब्लॉग और सोशल मीडिया चैनल, उदाहरण के लिए, जिनके मामलों पर इस मॉड्यूल में चर्चा की जाती है) जो दुष्प्रचार/ गलत सूचना/ ट्रोलिंग/ एस्ट्रोटर्फिंग/ ऑनलाइन दुरुपयोग अभियान से जुड़ा हो। प्रत्येक कार्य समूह को सामग्री का सहयोग करने हुए आकलन करना चाहिए (सामग्री के पीछे व्यक्ति/ समूह का अनुसंधान); जोखिमों और खतरों की पहचान करें (अनुशंसित पाठ में निहित प्रभावों के बारे में प्रासंगिक शोध पर चर्चा करते हुए); सामग्री का जवाब देने के लिए कार्य-योजना का प्रस्ताव करें (इसमें रणनीतिक रूप से उत्तर देना, उपयोगकर्ता को प्लेटफॉर्म या पुलिस को रिपोर्ट करना, यदि उचित हो, तो इस मुद्दे पर एक कहानी सौंपना शामिल हो सकता है); अपनी कार्य-योजना का 250 शब्दों में सारांश लिखें (गुगल डॉक्स या इसी तरह के सहयोगी संपादन उपकरण का उपयोग करके) और समीक्षा के लिए अपने व्याख्याता/ ट्यूटर को प्रस्तुत करें। 	90 - 120 मिनट	1, 2, 3, 4, 5

वैकल्पिक संरचना

मुद्दों पर गहन विचार के लिए, इस मॉड्यूल का तीन अलग-अलग पाठों के रूप में चलाने के लिए विस्तार किया जा सकता है (प्रत्येक को दो भागों में विभाजित किया जाए, जैसा कि ऊपर वर्णित है):

- ▶ 'ट्रॉलिंग' और 'एस्ट्रोटर्फिंग' को पहचानना और उसका जवाब देना।
- ▶ डिजिटल खतरा-मॉडलिंग³⁹ और रक्षात्मक रणनीतियां।
- ▶ ऑनलाइन जेंडर उत्पीड़न और हिंसा को पहचानना और उसका प्रबंधन करना।

39 सदरे, जे. (2014)। पत्रकारों के लाए सुरक्षा, भाग दो: खतरा मॉडलिंग। <https://source.opennews.org/articles/security-journalists-part-two-threat-modeling/> [2/03/2018 को देखा गया]

सुझाए गए कार्य

1200 शब्दों की एक कहानी लिखें, या एक पांच मिनट की ऑडियो रिपोर्ट, एक तीन मिनट की वीडियो रिपोर्ट, या ऑनलाइन दुरुपयोग के अनुभवों के बारे में एक या एक से अधिक पत्रकारों के साथ किए गए साक्षात्कार के आधार पर एक विस्तृत परस्पर-चर्चा इन्फोग्राफिक बनाएं (उदाहरण के लिए, जिन्हें दुष्प्रचार का निशाना बनाया जा रहा है और/या जो दुष्प्रचार अभियान के भाग के रूप में डिजिटल सुरक्षा खतरों और/या ऑनलाइन हिंसा का समना कर रहे हैं)। प्रतिभागियों को अपनी विशेषता के भाग के रूप में मान्यता-प्राप्त अनुसंधान का हवाला देना चाहिए और पत्रकारिता/अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता और जनता के जानने के अधिकार के लिए इन घटनाओं के प्रभावों के प्रभाव की व्याख्या करनी चाहिए।



पढ़ें

आरो, जे. 2016. साइबर स्पेस युद्ध: युद्ध उपकरण के रूप में प्रचार और ट्रोलिंग। यूरोपीयन व्यू। सेज जर्नल्स, जून 2016, वॉल्यूम 15, अंक 1. <http://iournals.sagepub.com/doi/full/10.1007/s12290-016-0395-5> [20/07/2018 को देखा गया]।

हाफजी, एफ. (2017)। फेरियल हाफजी: गुप्ता फर्जी खबर फैक्टरी और मैं। हफपोस्ट साउथ अफ्रीका। [ऑनलाइन] https://www.huffingtonpost.co.za/2017/06/05/ferial-haffajee-the-gupta-fake-news-factory-and-me_a_22126282 पर उपलब्ध। [29/03/2018 को देखा गया]

ओएससीई (2016)। महिला पत्रकारों के ऑनलाइन दुरुपयोग से निपटना। <http://www.osce.org/fom/220411?download=true> [29/03/2018 को देखा गया]

पोसेटी, जे. (2017)। व्यापक ऑनलाइन उत्पीड़न के खिलाफ जवाबी हमला: किलमैन में मारिया रेसा एल. (संपा.) एक पर हमला सभी (यूनेस्को) पर हमला है। <http://unesdoc.unesco.org/images/0025/002593/259399e.pdf> [29/03/2018 को देखा गया]

पोसेटी, जे. (2016)। स्वीडिश पत्रकार एलेक्जेंड्रा पास्कलीडऊ द्वारा द सिडनी मॉर्निंग हेराल्ड में यौन यातना और ग्राफिक दुरुपयोग के ऑनलाइन खतरों का वर्णन, 24/11/2016. <http://www.smh.com.au/lifestyle/news-and-views/swedish-broadcasteralexandra-pascalidou-describes-online-threats-of-sexual-torture-and-graphic-abuse-20161124-gswuvv.html> [29/03/2018 को देखा गया]

रिपोर्टर्स सैन्स फ्रंटियर्स (2018) पत्रकारों का ऑनलाइन उत्पीड़न: सीमाओं के बिना ट्रॉल्स रिपोर्टर्स का हमला: https://rsf.org/sites/default/files/rsf_report_on_online_harassment.pdf [20/08/18 को देखा गया]।

रिले एम., ईट्टर, एल. और प्रधान, बी (2018) राज्य प्रायोजित ट्रोलिंग के लिए एक वैश्विक गाइड, ब्लूमबर्ग: <https://www.bloomberg.com/features/2018-government-sponsored-cyber-militia-cookbook/> [21/07/2018 को देखा गया]।

स्ट्रे, जे. (2014)। पत्रकारों के लिए सुरक्षा, भाग दो: खतरा मॉडलिंग। <https://source.opennews.org/articles/security-journalists-part-two-threat-modeling/> [02/03/2018 को देखा गया]

ऑनलाइन संसाधन

वीडियो: ट्रॉल से कैसे निपटें और ऑनलाइन उत्पीड़न का प्रबंधन कैसे करें - अंतरराष्ट्रीय पत्रकारिता उत्सव, पेरुगिया, इटली (अप्रैल 2017) में जूली पोसेट्टी (फेयरफैक्स मीडिया), हन्नाह स्ट्रॉम (इंटरनेशनल न्यूज सेफ्टी इंस्टीट्यूट), एलेक्जेंड्रा पास्कलीडाऊ (स्वीडिश पत्रकार), मैरी हैमिल्टन (द गार्जियन), बलाथनैड हीली (सीएनएनआई) के साथ एक पैनल चर्चा। <http://media.journalismfestival.com/programme/2017/managing-gendered-online-harrassment> पर उपलब्ध।

योगदानकर्ता

मागदा अबू-फादिल लेबनान स्थित मीडिया अनलिमिटेड के निदेशक हैं।

फर्गस बेल डिजिटल समाचार संग्रह और उपयोगकर्ता-जनित सामग्री के सत्यापन के विशेषज्ञ हैं। वह डिगीपर मीडिया के संस्थापक हैं।

होसैन डेराखशानी एक ईरानी-कनाडाई लेखक, शोधकर्ता और हार्वर्ड के कैनेडी स्कूल में शोरेंस्टीन केंद्र में फेलो हैं।

चेरिलिन इरेटन एक दक्षिण अफ्रीकी पत्रकार हैं, जो वर्ल्ड एसोसिएशन ऑफ न्यूजपेपर्स एंड न्यूज पब्लिशर्स (वैन-ईफ्रा) में वर्ल्ड एडिटर्स फोरम का निर्देशन करते हैं।

एलेक्सियोस मन्ज़ारलिस पॉयन्टर इंस्टीट्यूट में इंटरनेशनल फैक्ट-चेकिंग नेटवर्क का नेतृत्व करते हैं। एलिस मैथ्यूज ऑस्ट्रेलियन ब्रॉडकास्टिंग कॉर्पोरेशन (एबीसी), सिडनी में समाचार और समसामयिक मामलों की पत्रकार हैं।

जूली पोसेटी ऑक्सफोर्ड यूनिवर्सिटी में रॉयटर्स इंस्टीट्यूट फॉर द स्टडी ऑफ जर्नलिज्म में सीनियर रिसर्च फेलो हैं। जहां वे पत्रकारिता नवाचार परियोजना का नेतृत्व करती हैं।

टॉम ट्रेविनार्ड मीडिया के खुले स्रोत सत्यापन टूलकिट जांच पर प्रोग्राम लीड हैं।

क्लेयर वार्डले फर्स्ट ड्राफ्ट के कार्यकारी निदेशक हैं, और हार्वर्ड कैनेडी स्कूल में मीडिया, राजनीति और सार्वजनिक नीति पर शोरेंस्टीन केंद्र में रिसर्च फेलो हैं।

फोटो थ्रेय

आवरण: यूनेस्को/ ऑस्कर कास्टेलानोस

मॉड्यूल 1: अनस्पलैश पर अभिजीत एस नायर

मॉड्यूल 2: फिलिकर पर क्रिस्टोफ शोल्ज़

मॉड्यूल 3: अनस्पलैश पर सैमुअल जेलर

मॉड्यूल 4: अनस्पलैश पर हारून बोझ़

मॉड्यूल 5: अनस्पलैश पर जलवायु वास्तविकता परियोजना

मॉड्यूल 6: अनस्पलैश पर ओलोवेब सोल्यूशन्स

मॉड्यूल 7: अनस्पलैश पर रॉपिक्सेल

पिछला आवरण: अनस्पलैश पर रॉपिक्सेल

ग्राफिक डिजाइन

श्री क्लिंटन www.mrclinton.be

बाहरी सहकर्मी समीक्षक: प्रोफेसर यल्वा रॉडनी-गुमेटे, पत्रकारिता, फिल्म और टेलीविजन विभाग, जोहानसबर्ग यूनिवर्सिटी, दक्षिण अफ्रीका; बसुनी हमदा, प्रोफेसर, जनसंचार विभाग, कला और विज्ञान कालेज, करतर यूनिवर्सिटी; प्रो. जयसन हरसिन, ग्लोबल कम्युनिकेशंस विभाग, अमेरिकन यूनिवर्सिटी ऑफ पेरिस



यह पुस्तिका अंतरराष्ट्रीय स्तर पर प्रासंगिक मॉडल पाठ्यक्रम प्रदान करना चाहती है, जो विचारों को अपनाने या उसके अनुरूप बनने का स्वागत करती है, यह सामान्य तौर पर लोगों, और विशेष रूप से पत्रकारिता के संबंध में दुनिया भर में दुष्प्रचार की उभरती समस्या का समाधान प्रस्तुत करती है।

एक मॉडल पाठ्यक्रम के रूप में कार्य करते हुए, यह पुस्तिका पत्रकारिता शिक्षकों और प्रशिक्षकों के साथ-साथ, पत्रकारिता के छात्रों को एक ऐसी रूपरेखा और सबक प्रदान करने के उद्देश्य से तैयार की गई है जो ‘फर्जी खबर’ से जुड़े मुद्दों की खोज करने में मदद करती है। हम उम्मीद करते हैं कि यह पत्रकारिता का अभ्यास करने वाले पत्रकारों के लिए एक उपयोगी मार्गदर्शका साबित होगी।

सामग्री में प्रमुख अंतरराष्ट्रीय पत्रकारिता शिक्षकों, शोधकर्ताओं और विचारकों जो पत्रकारिता की पद्धति को अद्यतन करने तथा गलत सूचना और दुष्प्रचार की चुनौतियों से निपटने में मदद कर रहे हैं, के विचार शामिल किए गए हैं। ये सबक प्रासंगिक, सैद्धांतिक और ऑनलाइन सत्यापन के मामले में अत्यंत व्यावहारिक हैं। इन्हें एक पाठ्यक्रम के रूप में, या स्वतंत्र रूप से एक साथ इस्तेमाल किया जा सकता है, ये मौजूदा शिक्षण मॉड्यूल को नए सिरे से बनाने या नया विकल्प बनाने में मदद कर सकते हैं।

यह “पत्रकारिता शिक्षा में उत्कृष्टता की वैश्विक पहल” का एक हिस्सा है, जिसमें यूनेस्को के अंतर्राष्ट्रीय संचार विकास कार्यक्रम (आईपीडीसी) पर ध्यान केंद्रित किया गया है। इस पहल में अंतरराष्ट्रीय अच्छी प्रथाओं को साझा करने के साथ-साथ वैश्विक दृष्टिकोण से पत्रकारिता के शिक्षण, अभ्यास और शोध के साथ जुड़ने की अपेक्षा की गई है।



The International
Programme for
the Development
of Communication

- यूनेस्को - संचार और सूचना क्षेत्र
- 7, प्लेस डी फॉन्टेनॉय, एफ-75352 पेरिस 07 एसपी, फ्रांस
- अधिक जानकारी के लिए ipdc.secretariat@unesco.org से संपर्क करें



9 789230 001704