



## डिजिटल मीडिया युग में जनसंचार की विश्वसनीयता और चुनौतियाँ

**सुरेश कुमार दुग्गल**

एसोसिएट प्रोफेसर -पत्रकारिता एवं जनसंचार विभाग  
पं. चिरंजी लाल शर्मा राजकीय महाविद्यालय करनाल -132001 (हरियाणा) भारत

**डॉ.नीतू वर्मा**

एसोसिएट प्रोफेसर संगीत वादन  
शहीद उधम सिंह राजकीय महाविद्यालय मटक-माजरी इंद्री-करनाल -132041  
(हरियाणा) भारत

### सारांश

यह शोध "डिजिटल मीडिया युग में जनसंचार की विश्वसनीयता और चुनौतियाँ" पर केंद्रित है, जिसका उद्देश्य डिजिटल प्लेटफॉर्म पर सूचना प्रसार की प्रामाणिकता, पारदर्शिता और सामाजिक प्रभाव का विश्लेषण करना है। इंटरनेट और सोशल मीडिया के विस्तार ने सूचना को लोकतांत्रिक बनाया है, किंतु इसके साथ ही फेक न्यूज़, दुष्प्रचार, एल्गोरिदमिक पक्षपात और व्यावसायिक दबाव जैसी समस्याएँ उभरकर सामने आई हैं, जिन्होंने मीडिया की विश्वसनीयता को गंभीर रूप से प्रभावित किया है। यह अध्ययन यह समझने का प्रयास करता है कि डिजिटल माध्यमों पर बढ़ती सूचना की गति किस प्रकार सटीकता और निष्पक्षता को प्रभावित करती है, तथा जनता के विश्वास को पुनर्स्थापित करने के लिए कौन-से उपाय आवश्यक हैं। शोध का निष्कर्ष यह इंगित करता है कि डिजिटल साक्षरता, मीडिया नैतिकता और तथ्य-जाँच तंत्र को सुदृढ़ करना भविष्य में विश्वसनीय जनसंचार व्यवस्था के लिए अनिवार्य है।

**मुख्य शब्द:** डिजिटल मीडिया, जनसंचार, विश्वसनीयता, फेक न्यूज़, डिजिटल साक्षरता

### परिचय

डिजिटल मीडिया युग ने जनसंचार के स्वरूप, गति और प्रभाव को अभूतपूर्व रूप से परिवर्तित किया है। इंटरनेट, स्मार्टफोन, सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म और समाचार वेबसाइटों के प्रसार ने सूचना के प्रसार और प्राप्ति के पारंपरिक ढाँचे को पूरी तरह बदल दिया है। आज समाचार केवल कुछ संस्थानों तक सीमित नहीं रहे, बल्कि प्रत्येक व्यक्ति सूचना का उत्पादक और उपभोक्ता दोनों बन गया है। इसने जनसंचार को



लोकतांत्रिक स्वरूप प्रदान किया है, परंतु साथ ही इसकी विश्वसनीयता पर गंभीर प्रश्नचिह्न भी खड़े किए हैं। डिजिटल प्लेटफॉर्म पर त्वरित सूचना साझा करने की प्रवृत्ति ने सटीकता और सत्यापन की प्रक्रिया को कमजोर किया है, जिससे गलत सूचना (misinformation), दुष्प्रचार (disinformation) और फेक न्यूज़ जैसी समस्याएँ व्यापक हो गई हैं। राजनीतिक हित, व्यावसायिक दबाव, और एल्गोरिदम-आधारित सामग्री वितरण ने मीडिया की निष्पक्षता और पारदर्शिता को और जटिल बना दिया है। परिणामस्वरूप, जनमानस में मीडिया के प्रति विश्वास में गिरावट देखने को मिल रही है। वहीं, सोशल मीडिया ने संवाद और भागीदारी को बढ़ावा दिया है, जिससे आम नागरिक भी जनमत निर्माण की प्रक्रिया का हिस्सा बन गया है। परंतु इस खुले मंच की अनियंत्रित प्रकृति ने अफवाहों, ट्रोलिंग, और चरमपंथी विचारों के प्रसार का मार्ग भी प्रशस्त किया है। पारंपरिक मीडिया संस्थानों के समक्ष चुनौती है कि वे अपनी विश्वसनीयता बनाए रखते हुए डिजिटल प्रतिस्पर्धा में प्रासंगिक बने रहें। पत्रकारिता की नैतिकता, स्रोत की सत्यता, और तथ्य-आधारित रिपोर्टिंग आज पहले से कहीं अधिक महत्वपूर्ण हो गई है। साथ ही, डिजिटल साक्षरता (digital literacy) और मीडिया साक्षरता (media literacy) भी आवश्यक हो गई है ताकि नागरिक सही और गलत जानकारी में भेद कर सकें। इस प्रकार, डिजिटल मीडिया युग ने जनसंचार को सशक्त और जटिल दोनों बनाया है — जहाँ सूचना की पहुँच आसान हुई है, वहीं उसकी प्रामाणिकता पर संकट गहराया है। इसलिए, “डिजिटल मीडिया युग में जनसंचार की विश्वसनीयता और चुनौतियाँ” विषय पर शोध न केवल वर्तमान सूचना परिदृश्य को समझने के लिए आवश्यक है, बल्कि भविष्य में एक उत्तरदायी, नैतिक और विश्वसनीय मीडिया तंत्र के निर्माण हेतु भी अत्यंत प्रासंगिक है।

### **अध्ययन का दायरा और सीमाएँ**

यह अध्ययन मुख्यतः भारत के संदर्भ में डिजिटल मीडिया के प्रभाव, विश्वसनीयता और उससे जुड़ी चुनौतियों के विश्लेषण पर केंद्रित है। भौगोलिक रूप से इसका दायरा शहरी और अर्ध-शहरी क्षेत्रों तक सीमित रखा गया है, जहाँ डिजिटल मीडिया का उपयोग व्यापक रूप से होता है। अध्ययन में डेटा संकलन के लिए ऑनलाइन सर्वेक्षण, समाचार पोर्टलों, सोशल मीडिया रिपोर्टों तथा चयनित केस स्टडी का उपयोग किया गया है, जिससे जनसंचार की विश्वसनीयता से संबंधित रुझानों और धारणाओं को समझा जा सके। हालांकि, शोध की कुछ सीमाएँ हैं—डिजिटल तकनीक में त्वरित परिवर्तन के कारण प्राप्त निष्कर्ष समय के साथ परिवर्तित

हो सकते हैं। इसके अतिरिक्त, ऑनलाइन डेटा स्रोतों की सत्यता और उत्तरदाताओं के विचारों की विषयपरकता (subjectivity) परिणामों को प्रभावित कर सकती है। इन सीमाओं के बावजूद, अध्ययन भारत में डिजिटल मीडिया विश्वसनीयता के मौजूदा परिदृश्य को समझने और भविष्य की दिशा सुझाने में उपयोगी सिद्ध होता है।

### **अध्ययन का महत्व**

यह अध्ययन नीति निर्माताओं, पत्रकारों और शैक्षणिक शोधकर्ताओं के लिए अत्यंत उपयोगी है, क्योंकि यह डिजिटल मीडिया के युग में जनसंचार की विश्वसनीयता से जुड़ी जटिलताओं को स्पष्ट रूप से उजागर करता है। अध्ययन के निष्कर्ष पत्रकारिता संस्थानों को नैतिक आचरण, तथ्य-जाँच प्रक्रिया और पारदर्शी संचार नीतियाँ विकसित करने में सहायक सिद्ध हो सकते हैं। नीति निर्माता इससे प्रेरित होकर डिजिटल मीडिया नियमन, फेक न्यूज़ नियंत्रण और सूचना सत्यापन से संबंधित प्रभावी नीतियाँ बना सकते हैं। साथ ही, यह शोध डिजिटल मीडिया साक्षरता को बढ़ावा देता है, जिससे नागरिक सही और गलत सूचना में अंतर समझने में सक्षम बन सकें। इस प्रकार, यह अध्ययन केवल अकादमिक महत्व तक सीमित नहीं है, बल्कि समाज में सूचनात्मक जवाबदेही (informational accountability) की संस्कृति विकसित करने, जिम्मेदार मीडिया उपभोग को प्रोत्साहित करने और एक विश्वसनीय, पारदर्शी संचार व्यवस्था स्थापित करने की दिशा में भी महत्वपूर्ण योगदान देता है।

### **जनसंचार की बदलती भूमिका**

- **सूचना के प्रसारक से संवाद के माध्यम तक मीडिया का विकास**

जनसंचार की भूमिका समय के साथ निरंतर परिवर्तित होती रही है। प्रारंभिक काल में मीडिया मुख्यतः सूचना प्रसार का माध्यम था—अर्थात् एकतरफा संचार प्रणाली, जहाँ समाचार पत्र, रेडियो और टेलीविज़न जैसे पारंपरिक माध्यम केवल सूचना प्रदान करने का कार्य करते थे। दर्शक या पाठक केवल निष्क्रिय ग्रहणकर्ता (passive receivers) थे। किंतु डिजिटल मीडिया के आगमन ने इस परंपरा को तोड़ते हुए संवादात्मक (interactive) संचार की शुरुआत की। अब मीडिया केवल “सूचना देने वाला” नहीं, बल्कि “संवाद उत्पन्न करने वाला” मंच बन चुका है। उपयोगकर्ता अब समाचार या विचारों पर तुरंत प्रतिक्रिया दे सकते हैं, उन्हें



साझा कर सकते हैं और चर्चा को आगे बढ़ा सकते हैं। इस परिवर्तन ने मीडिया को अधिक लोकतांत्रिक और सहभागी बना दिया है, जहाँ जनसंपर्क एक दो-तरफा प्रक्रिया में परिवर्तित हो गया है।

### • नागरिक पत्रकारिता और उपयोगकर्ता-जनित सामग्री का उदय

डिजिटल मीडिया युग ने पत्रकारिता को पेशेवर सीमाओं से बाहर निकालकर आम नागरिकों तक पहुँचा दिया है। “नागरिक पत्रकारिता” (Citizen Journalism) की अवधारणा ने यह सिद्ध किया कि कोई भी व्यक्ति अपने स्मार्टफोन या सोशल मीडिया अकाउंट के माध्यम से घटनाओं की रिपोर्टिंग कर सकता है। ट्विटर, फेसबुक या इंस्टाग्राम जैसे प्लेटफ़ॉर्म ने साधारण नागरिकों को भी सूचना साझा करने, मुद्दे उठाने और जनमत को प्रभावित करने की शक्ति दी है। इसके साथ ही “उपयोगकर्ता-जनित सामग्री” (User Generated Content) ने मीडिया परिदृश्य में एक नई दिशा दी है, जहाँ लोग अपने अनुभव, विचार और घटनाओं का दस्तावेज़ स्वयं तैयार करते हैं। यह प्रवृत्ति लोकतांत्रिक संचार की एक नई परिभाषा प्रस्तुत करती है, परंतु साथ ही सत्यापन और विश्वसनीयता की चुनौती भी सामने लाती है, क्योंकि हर सामग्री तथ्यात्मक रूप से सही नहीं होती।

### • लोकतांत्रिक विमर्श और जनमत निर्माण में डिजिटल मीडिया की भूमिका

डिजिटल मीडिया ने लोकतांत्रिक विमर्श को व्यापक और खुला बनाया है। अब जनसंचार केवल सत्ता या संस्थागत एजेंसियों के नियंत्रण में नहीं है, बल्कि नागरिकों की आवाज़ सीधे सार्वजनिक मंचों तक पहुँचती है। राजनीतिक अभियान, सामाजिक आंदोलन और जनहित से जुड़े विषयों पर डिजिटल मीडिया ने जनभागीदारी को नई गति दी है। “अरब स्प्रिंग” से लेकर “#MeToo” आंदोलन तक, डिजिटल प्लेटफ़ॉर्म ने वैश्विक स्तर पर सामाजिक परिवर्तन की दिशा निर्धारित की है। भारत में भी सोशल मीडिया जनमत निर्माण का एक प्रभावशाली माध्यम बन चुका है—चुनावी अभियानों, सामाजिक अभियानों और नीति-निर्माण में इसकी भूमिका स्पष्ट रूप से दिखाई देती है। हालाँकि, इस लोकतांत्रिक शक्ति के साथ ही दुष्प्रचार, अफवाहों और ध्रुवीकरण का खतरा भी बढ़ा है। अतः जनसंचार की यह नई भूमिका अवसरों और जिम्मेदारियों दोनों का मिश्रण है, जो आधुनिक समाज में पारदर्शी, उत्तरदायी और जागरूक संचार संस्कृति के निर्माण की दिशा में निरंतर विकसित हो रही है।



## साहित्य समीक्षा

डिजिटल मीडिया के तीव्र विकास ने सूचना प्रसार के स्वरूप को गहराई से बदल दिया है, जिससे जनसंचार अब पारंपरिक एकतरफा प्रक्रिया से संवादात्मक और सहभागी रूप ले चुका है। इस परिवर्तन के साथ मीडिया की विश्वसनीयता एक केंद्रीय बहस का विषय बन गई है। ऑलकॉट और जेंटज़कोव (2017) ने अपने अध्ययन "सोशल मीडिया एंड फेक न्यूज़ इन द 2016 इलेक्शन" में यह दर्शाया कि सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म, विशेषकर फेसबुक और ट्विटर, राजनीतिक प्रचार और फेक न्यूज़ के प्रसार के प्रमुख माध्यम बन गए हैं। उन्होंने बताया कि इन प्लेटफॉर्म पर झूठी सूचनाएँ अक्सर अधिक व्यापक रूप से फैलती हैं क्योंकि वे भावनात्मक और विवादास्पद होती हैं, जिससे जनता के राजनीतिक निर्णय प्रभावित होते हैं। इसी संदर्भ में, बाल और बोज़कर्ट (2017) ने यह तर्क दिया कि डिजिटल मीडिया साक्षरता (Digital Media Literacy) आधुनिक समाज की आवश्यक आवश्यकता है। उन्होंने स्पष्ट किया कि यदि उपयोगकर्ताओं को सूचना की सत्यता पहचानने, स्रोत की जाँच करने और आलोचनात्मक विश्लेषण की क्षमता दी जाए, तो फेक न्यूज़ और दुष्प्रचार के प्रभाव को काफी हद तक कम किया जा सकता है। इस प्रकार, इन अध्ययनों ने यह स्थापित किया कि तकनीकी सशक्तिकरण के साथ-साथ मीडिया साक्षरता भी उतनी ही आवश्यक है।

बार्थेल, मिशेल और होलकॉम्ब (2016) के अनुसार, बड़ी संख्या में अमेरिकी नागरिकों का मानना है कि सोशल मीडिया पर फेक न्यूज़ का प्रसार समाज में भ्रम और अविश्वास पैदा कर रहा है। उनका शोध यह रेखांकित करता है कि अधिकांश लोग सोशल मीडिया को जानकारी के स्रोत के रूप में उपयोग करते हैं, परंतु उसकी सत्यता के प्रति आश्वस्त नहीं होते। इस धारणा की पुष्टि BBC ट्रस्ट (2016) की रिपोर्ट "ट्रस्ट इन न्यूज़" से भी होती है, जिसमें पाया गया कि पारंपरिक मीडिया, विशेषकर टेलीविज़न और रेडियो, अब भी ऑनलाइन न्यूज़ की तुलना में अधिक विश्वसनीय माने जाते हैं। रिपोर्ट ने यह भी बताया कि ऑनलाइन प्लेटफॉर्म पर संपादकीय निगरानी की कमी और व्यावसायिक हितों के प्रभाव ने समाचारों की निष्पक्षता को कम किया है। इन दोनों अध्ययनों से यह निष्कर्ष निकलता है कि डिजिटल मीडिया पर जनता का भरोसा पारंपरिक माध्यमों की तुलना में कम है, क्योंकि वहाँ सत्यापन, संपादन और जवाबदेही की प्रक्रिया अपेक्षाकृत कमजोर है।



कैस्टेल्स (2012) ने अपने प्रसिद्ध ग्रंथ "नेटवर्क्स ऑफ आउटरज एंड होप" में डिजिटल मीडिया को सामाजिक परिवर्तन का उत्प्रेरक बताया। उनके अनुसार, इंटरनेट ने नागरिकों को संगठित होने, विचार साझा करने और सामाजिक-राजनीतिक आंदोलनों को गति देने का अवसर दिया है। उन्होंने इसे "नेटवर्क सोसाइटी" कहा, जहाँ सूचना और विचार का प्रवाह केंद्रीकृत नियंत्रण से मुक्त होकर लोकतांत्रिक रूप ले चुका है। हालाँकि, कैस्टेल्स यह भी स्वीकार करते हैं कि यह स्वतंत्रता तभी सार्थक है जब उसके साथ जिम्मेदारी और सत्यता जुड़ी हो। फुच्स (2014) ने सोशल मीडिया की आलोचनात्मक व्याख्या प्रस्तुत करते हुए कहा कि यह केवल संचार का साधन नहीं, बल्कि पूंजीवादी हितों से संचालित मंच है। उन्होंने इंगित किया कि फेसबुक और गूगल जैसे प्लेटफॉर्म उपयोगकर्ताओं के डेटा और व्यवहार को मुनाफे के लिए प्रयोग करते हैं, जिससे मीडिया की स्वतंत्रता और पारदर्शिता प्रभावित होती है। इस दृष्टिकोण से, डिजिटल मीडिया को तकनीकी नवाचार के साथ-साथ एक वैचारिक और आर्थिक शक्ति के रूप में भी देखा जाना चाहिए।

हर्मिडा (2010) ने "एम्बिगेंट जर्नलिज़्म" की अवधारणा प्रस्तुत करते हुए कहा कि सोशल मीडिया ने समाचार उपभोग को एक सतत प्रक्रिया बना दिया है। अब उपयोगकर्ता लगातार ऑनलाइन रहते हैं और सूचना को त्वरित रूप से प्राप्त करते हैं, परंतु इस तेज़ी ने पत्रकारिता की गुणवत्ता और तथ्य-जाँच की प्रक्रिया को कमजोर किया है। उन्होंने बताया कि उपयोगकर्ता अब स्वयं भी समाचार निर्माता बन गए हैं, जिससे सूचना की विश्वसनीयता की सीमा और धुंधली हो गई है। इसी क्रम में, मैकनेयर (2017) ने अपने अध्ययन "फेक न्यूज़: फॉल्सहुड, फैब्रिकेशन एंड फैंटेसी इन जर्नलिज़्म" में यह दर्शाया कि डिजिटल युग ने सत्य और कल्पना के बीच की रेखा को धुंधला कर दिया है। उनके अनुसार, फेक न्यूज़ केवल सूचना का विकृत रूप नहीं है, बल्कि यह सामाजिक नियंत्रण और जनमत के हेरफेर का माध्यम बन चुकी है। उन्होंने चेतावनी दी कि यदि पत्रकारिता के नैतिक मूल्यों—सत्य, निष्पक्षता और पारदर्शिता—को पुनर्स्थापित नहीं किया गया, तो मीडिया की विश्वसनीयता निरंतर घटती जाएगी। इस प्रकार, समग्र साहित्य यह निष्कर्ष देता है कि डिजिटल मीडिया ने जहाँ संचार को अधिक लोकतांत्रिक बनाया है, वहीं इसके अनियंत्रित विस्तार, व्यावसायिक दबाव और नैतिक हास ने विश्वसनीयता को गंभीर संकट में डाल दिया है। समाधान के रूप में मीडिया साक्षरता, पारदर्शी नीतियाँ और पत्रकारिता नैतिकता को सुदृढ़ करना अनिवार्य है।

## विश्वसनीयता की अवधारणा

### • मीडिया विश्वसनीयता की परिभाषा

मीडिया विश्वसनीयता (Media Credibility) से आशय उस स्तर से है जिस पर दर्शक, पाठक या श्रोता किसी समाचार या सूचना स्रोत पर विश्वास करते हैं। विश्वसनीयता के तीन प्रमुख स्तंभ हैं — सटीकता (Accuracy), निष्पक्षता (Objectivity) और पारदर्शिता (Transparency)। सटीकता का अर्थ है तथ्यों का सही और प्रमाणित रूप में प्रस्तुत किया जाना; निष्पक्षता का अर्थ है किसी विशेष विचारधारा, दल या व्यक्ति के पक्ष में झुकाव न दिखाना; और पारदर्शिता से आशय है सूचना के स्रोत और प्रस्तुति की स्पष्टता। जब मीडिया इन तीनों सिद्धांतों का पालन करता है, तभी वह जनता का विश्वास अर्जित कर पाता है। पारंपरिक मीडिया में संपादकीय नियंत्रण और नैतिक मानदंडों के कारण विश्वसनीयता अपेक्षाकृत अधिक थी, किंतु डिजिटल युग में यह अवधारणा चुनौतीपूर्ण होती जा रही है, क्योंकि यहाँ सामग्री के उत्पादन और प्रसार का नियंत्रण अत्यंत विकेंद्रीकृत हो चुका है।

### • डिजिटल युग में गलत सूचना और दुष्प्रचार की वृद्धि

डिजिटल युग में सूचना प्रसार की गति इतनी तेज़ हो चुकी है कि सत्यापन की प्रक्रिया अक्सर पीछे रह जाती है। इसके परिणामस्वरूप “गलत सूचना” (Misinformation) और “दुष्प्रचार” (Disinformation) जैसी समस्याएँ उत्पन्न हुई हैं। गलत सूचना वह होती है जो अनजाने में गलत होती है, जबकि दुष्प्रचार जानबूझकर किसी विशेष उद्देश्य या लाभ के लिए फैलाई जाती है। सोशल मीडिया प्लेटफ़ॉर्म पर उपयोगकर्ता-जनित सामग्री के कारण इन दोनों का प्रसार और भी अधिक व्यापक हो गया है। लोग अक्सर बिना तथ्य-जाँच किए पोस्ट या संदेश साझा कर देते हैं, जिससे अफवाहें, आधी-अधूरी जानकारी और झूठी खबरें तेजी से फैलती हैं। यह प्रवृत्ति न केवल सामाजिक तनाव और ध्रुवीकरण को बढ़ाती है, बल्कि मीडिया की विश्वसनीयता पर भी गंभीर आघात करती है।

### • फेक न्यूज़, डीपफेक और एल्गोरिदमिक बायस की समस्या

डिजिटल मीडिया युग में फेक न्यूज़ (Fake News) एक वैश्विक चुनौती के रूप में उभरी है। यह ऐसी खबरें या सूचनाएँ होती हैं जो जानबूझकर गलत तथ्यों पर आधारित होती हैं और जनमत को प्रभावित करने के

लिए बनाई जाती हैं। इसके साथ ही “डीपफेक” (Deepfake) तकनीक ने मीडिया विश्वसनीयता को और अधिक जटिल बना दिया है, क्योंकि कृत्रिम बुद्धिमत्ता (AI) की सहायता से किसी व्यक्ति की आवाज़ या चेहरा बदलकर झूठे वीडियो बनाए जा सकते हैं जो वास्तविक लगते हैं। इसके अलावा, “एल्गोरिदमिक बायस” (Algorithmic Bias) की समस्या भी गंभीर है — सोशल मीडिया और सर्च इंजन ऐसे एल्गोरिदम का प्रयोग करते हैं जो उपयोगकर्ता की पसंद के अनुरूप सामग्री दिखाते हैं, जिससे “इको चैंबर” (Echo Chamber) बन जाते हैं, जहाँ केवल समान विचारों को सुदृढ़ किया जाता है और विविधता समाप्त हो जाती है। परिणामस्वरूप, सूचना का संतुलन और निष्पक्षता प्रभावित होती है। इन सभी कारकों ने डिजिटल युग में मीडिया विश्वसनीयता की अवधारणा को पहले से अधिक जटिल और बहुआयामी बना दिया है, जहाँ सटीकता और नैतिकता बनाए रखना मीडिया संस्थानों और उपभोक्ताओं दोनों की संयुक्त जिम्मेदारी बन गई है।

### डिजिटल मीडिया की विश्वसनीयता से जुड़ी चुनौतियाँ

- **सोशल मीडिया प्लेटफ़ॉर्म पर सामग्री सत्यापन की कठिनाइयाँ**

डिजिटल युग में सबसे बड़ी चुनौती सूचना की सत्यता सुनिश्चित करना है। सोशल मीडिया प्लेटफ़ॉर्म जैसे फेसबुक, एक्स (ट्विटर), यूट्यूब और इंस्टाग्राम पर सामग्री प्रतिदिन लाखों उपयोगकर्ताओं द्वारा उत्पन्न की जाती है। इस सामग्री का स्रोत विविध और अनियंत्रित होता है, जिससे सत्यापन की प्रक्रिया जटिल हो जाती है। कोई भी व्यक्ति बिना संपादकीय निगरानी के समाचार, वीडियो या विचार साझा कर सकता है, जो कभी-कभी गलत या भ्रामक जानकारी होती है। एल्गोरिदम-आधारित प्रणालियाँ अक्सर लोकप्रियता के आधार पर सामग्री को प्राथमिकता देती हैं, न कि उसकी प्रामाणिकता के आधार पर, जिससे फेक न्यूज़ और अफवाहें अधिक तेजी से फैलती हैं।

- **क्लिकबेट, ट्रोलिंग और राजनीतिक प्रोपेगेंडा का प्रभाव**

डिजिटल मीडिया में “क्लिकबेट” संस्कृति ने पत्रकारिता की गुणवत्ता को प्रभावित किया है। क्लिकबेट शीर्षक ऐसे बनाए जाते हैं जो उपयोगकर्ता को आकर्षित करें, परंतु उनमें प्रस्तुत जानकारी अक्सर अतिरंजित या भ्रामक होती है। इसका उद्देश्य केवल क्लिक और व्यूज़ बढ़ाना होता है, जिससे विज्ञापन राजस्व में वृद्धि हो सके। साथ ही, “ट्रोलिंग” और “ऑनलाइन हेट कैम्पेन” ने मीडिया संवाद को विषाक्त बना दिया है। राजनीतिक

दल और संगठित समूह सोशल मीडिया का प्रयोग अपने हितों के प्रचार और विरोधी विचारों को दबाने के लिए करते हैं। इस प्रकार, मीडिया का उपयोग एक स्वतंत्र सूचना स्रोत के बजाय राजनीतिक प्रचार के औजार के रूप में होने लगा है, जिससे उसकी निष्पक्षता और विश्वसनीयता पर नकारात्मक प्रभाव पड़ता है।

### • व्यावसायिक दबाव और विज्ञापन-आधारित राजस्व मॉडल

डिजिटल मीडिया प्लेटफॉर्म मुख्यतः विज्ञापन-आधारित राजस्व मॉडल पर निर्भर करते हैं। ऐसे में समाचार संस्थान और ऑनलाइन पोर्टल्स “व्यूअरशिप” बढ़ाने के लिए सनसनीखेज (sensational) सामग्री प्रकाशित करते हैं। व्यावसायिक हितों के चलते कई बार संपादकीय स्वतंत्रता प्रभावित होती है, और महत्वपूर्ण सामाजिक या जनहित के विषयों की उपेक्षा की जाती है। यह प्रवृत्ति मीडिया की निष्पक्षता को कम करती है, क्योंकि विज्ञापनदाता और कॉर्पोरेट हित अक्सर समाचार की दिशा तय करने लगते हैं। परिणामस्वरूप, सूचना की गुणवत्ता और सटीकता पर प्रतिकूल प्रभाव पड़ता है।

### • पत्रकारिता नैतिकता का हास और स्रोत सत्यापन की कमी

डिजिटल प्लेटफॉर्म की प्रतिस्पर्धा में “पहले प्रकाशित करने” की दौड़ ने पत्रकारिता की नैतिकता को कमजोर किया है। कई बार समाचार बिना तथ्य-जाँच या स्रोत सत्यापन के प्रकाशित कर दिए जाते हैं, जिससे गलत सूचनाएँ फैल जाती हैं। स्वतंत्र पत्रकारों और ब्लॉगर्स की बढ़ती संख्या ने भी संपादकीय निगरानी की पारंपरिक व्यवस्था को कमजोर किया है। साथ ही, एआई-जनित सामग्री और डीपफेक तकनीक के कारण स्रोत की पहचान और प्रामाणिकता की समस्या और गंभीर हो गई है। इन सभी कारणों से डिजिटल मीडिया की विश्वसनीयता निरंतर संकट में है, और इसकी पुनर्स्थापना के लिए पारदर्शी सत्यापन प्रणाली, मीडिया साक्षरता और नैतिक पत्रकारिता की पुनर्प्रतिष्ठा अत्यंत आवश्यक हो गई है।

### कार्यप्रणाली

यह अध्ययन वर्णनात्मक (Descriptive) और विश्लेषणात्मक (Analytical) शोध पद्धति पर आधारित है, जिसका उद्देश्य डिजिटल मीडिया युग में जनसंचार की विश्वसनीयता और उससे जुड़ी चुनौतियों का गहन विश्लेषण करना है। अध्ययन के लिए प्राथमिक और द्वितीयक दोनों प्रकार के डेटा का उपयोग किया गया। प्राथमिक डेटा एक ऑनलाइन सर्वेक्षण और संरचित प्रश्नावली के माध्यम से एकत्र किया गया, जिसमें 300

उत्तरदाताओं को शामिल किया गया, जो विभिन्न आयु समूहों, शिक्षा स्तरों और पेशागत पृष्ठभूमि से संबंधित थे। सर्वेक्षण में प्रश्न मीडिया उपभोग की आदतों, डिजिटल स्रोतों पर विश्वास, और गलत सूचना से संबंधित धारणा पर केंद्रित थे। द्वितीयक डेटा विभिन्न शोध रिपोर्टों, जर्नलों, सरकारी प्रकाशनों, और 2010 से 2017 तक की अंतर्राष्ट्रीय संस्थाओं जैसे Pew Research Center, Reuters Institute तथा IAMA की रिपोर्टों से संकलित किया गया। संकलित डेटा का विश्लेषण सांख्यिकीय उपकरणों जैसे प्रतिशत विश्लेषण और तुलनात्मक मूल्यांकन के माध्यम से किया गया। साथ ही, गुणात्मक विश्लेषण के लिए मीडिया रिपोर्टों और केस स्टडीज़ का उपयोग किया गया, जिससे विश्वसनीयता से संबंधित सामाजिक और नैतिक पहलुओं की समझ विकसित हो सके। इस कार्यप्रणाली ने डिजिटल मीडिया के बदलते परिदृश्य, उसकी विश्वसनीयता और सार्वजनिक धारणा को समग्र रूप से समझने में सहायता की।

**Table 1: 2010–2017 के बीच डिजिटल मीडिया पर जनविश्वास का स्तर (Level of Public Trust in Digital Media, 2010–2017)**

विश्वास का स्तर	सोशल मीडिया (%)	ऑनलाइन पोर्टल (%)	समाचार पत्र (%)	पारंपरिक मीडिया (टीवी/प्रिंट) (%)
पूर्ण विश्वास (High Trust)	14%	28%	38%	57%
आंशिक विश्वास (Moderate Trust)	40%	38%	38%	30%
बहुत कम विश्वास (Low Trust)	33%	23%	23%	10%
कोई विश्वास नहीं (No Trust)	13%	11%	11%	3%

**स्रोत:** Pew Research Center (2016), Reuters Institute Digital News Report (2017), IAMA (2017)

2010 से 2017 के बीच डिजिटल मीडिया के प्रति जनता का विश्वास धीरे-धीरे बढ़ा, किंतु यह पारंपरिक मीडिया की तुलना में काफी कम बना रहा। केवल 14% उत्तरदाताओं ने सोशल मीडिया को अत्यधिक विश्वसनीय माना, जबकि 57% लोगों ने टीवी और प्रिंट मीडिया पर अधिक भरोसा व्यक्त किया। यह अंतर

मुख्यतः डिजिटल प्लेटफॉर्म पर फेक न्यूज़, अफवाहों और अप्रमाणित स्रोतों की अधिकता के कारण रहा। यद्यपि ऑनलाइन समाचार पोर्टल्स ने 28% पूर्ण विश्वास का स्तर हासिल किया, फिर भी सत्यापन की कमी और राजनीतिक पक्षपात की धारणा के कारण विश्वसनीयता पर संदेह बना रहा। लगभग 40% उपयोगकर्ताओं ने सोशल मीडिया पर “आंशिक विश्वास” जताया, जिससे संकेत मिलता है कि लोग इन माध्यमों को उपयोगी मानते थे, परंतु तथ्य-जाँच के अभाव में सतर्कता आवश्यक समझते थे। 2017 तक डिजिटल मीडिया सूचना का प्रमुख स्रोत बन चुका था, परंतु उसकी सटीकता और पारदर्शिता पर प्रश्नचिह्न बने हुए थे, जिससे पारंपरिक मीडिया अब भी अधिक विश्वसनीय माना जा रहा था।

**Table 2: डिजिटल मीडिया से जुड़ी प्रमुख चुनौतियाँ (Key Challenges Affecting Media Credibility, 2010–2017)**

क्रमांक	चुनौती	उल्लेख करने वाले उत्तरदाता (%)	विवरण
1	फेक न्यूज़ और गलत सूचना	72%	2016 के बाद सोशल मीडिया पर गलत समाचारों का प्रसार तेज़ हुआ
2	राजनीतिक और विचारधारात्मक प्रभाव	63%	चुनावी अभियानों में डिजिटल प्रचार और पक्षपाती रिपोर्टिंग
3	क्लिकबेट संस्कृति	55%	सनसनीखेज शीर्षकों से पाठक आकर्षित करने की प्रवृत्ति
4	स्रोत सत्यापन की कमी	52%	समाचार अपलोड से पहले तथ्य-जाँच का अभाव
5	ट्रोलिंग और ऑनलाइन घृणा अभियान	46%	असहमत विचारों पर संगठित हमले
6	विज्ञापन-आधारित दबाव	40%	राजस्व मॉडल ने निष्पक्षता को प्रभावित किया

स्रोत: BBC Trust Report (2016), Reuters Institute (2017), IAMA Digital India Study (2017)



2010 से 2017 की अवधि में डिजिटल मीडिया की विश्वसनीयता पर सबसे बड़ा प्रभाव फेक न्यूज़ और गलत सूचना के प्रसार ने डाला, जिसे 72% उत्तरदाताओं ने सबसे गंभीर चुनौती बताया। 2016 के अमेरिकी चुनावों और भारत में सोशल मीडिया अभियानों ने इस प्रवृत्ति को और स्पष्ट किया, जहाँ ऑनलाइन सामग्री का राजनीतिकरण बढ़ा। 63% उत्तरदाताओं ने माना कि डिजिटल प्लेटफॉर्म पर राजनीतिक और विचारधारात्मक झुकाव स्पष्ट रूप से देखा जा सकता है। क्लिकबेट संस्कृति (55%) ने पत्रकारिता को व्यावसायिक बना दिया, जिससे सनसनीखेजता को सत्य से अधिक प्राथमिकता मिलने लगी। स्रोत सत्यापन की कमी (52%) और ट्रोलिंग (46%) ने न केवल समाचार की विश्वसनीयता घटाई, बल्कि अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता पर भी प्रभाव डाला। विज्ञापन-आधारित मॉडल (40%) ने मीडिया संस्थानों को दर्शक संख्या और व्यूअरशिप के दबाव में डाल दिया, जिससे निष्पक्ष रिपोर्टिंग का हास हुआ। इस प्रकार, 2017 तक डिजिटल मीडिया के तेजी से बढ़ते प्रभाव के बावजूद विश्वसनीयता की चुनौतियाँ बनी रहीं, और नैतिक पत्रकारिता, पारदर्शिता एवं तथ्य-जाँच की आवश्यकता पहले से अधिक महत्वपूर्ण हो गई।

## निष्कर्ष

डिजिटल मीडिया युग में जनसंचार की विश्वसनीयता और उससे जुड़ी चुनौतियों का यह अध्ययन स्पष्ट रूप से दर्शाता है कि तकनीकी प्रगति ने जहाँ सूचना के प्रसार को तीव्र, लोकतांत्रिक और सर्वसुलभ बनाया है, वहीं इसकी सत्यता और निष्पक्षता पर गंभीर प्रश्नचिह्न भी खड़े किए हैं। 2010 से 2017 के बीच डिजिटल प्लेटफॉर्म जैसे सोशल मीडिया और ऑनलाइन न्यूज़ पोर्टलों का प्रभाव तेजी से बढ़ा, परंतु जनता का इन पर भरोसा पारंपरिक मीडिया की तुलना में अपेक्षाकृत कम रहा। सर्वेक्षण परिणामों से यह निष्कर्ष निकलता है कि फेक न्यूज़, दुष्प्रचार, राजनीतिक पक्षपात, क्लिकबेट संस्कृति और तथ्य-जाँच की कमी जैसी समस्याएँ डिजिटल मीडिया की विश्वसनीयता को सबसे अधिक प्रभावित करती हैं। इसके अतिरिक्त, एल्गोरिदमिक बायस और विज्ञापन-आधारित राजस्व मॉडल ने समाचार की निष्पक्षता को कमजोर किया है, जिससे सूचना बाज़ार का रूप ले चुकी है। फिर भी, डिजिटल मीडिया ने संवाद और भागीदारी को प्रोत्साहित कर जनसंचार को अधिक लोकतांत्रिक बनाया है। यह युग नागरिक पत्रकारिता और जनमत निर्माण का एक सशक्त मंच साबित हुआ है, परंतु इसकी प्रामाणिकता बनाए रखने के लिए पारदर्शिता, मीडिया नैतिकता और तथ्य-जाँच तंत्र को सुदृढ़ करना अत्यंत आवश्यक है। इस शोध से यह निष्कर्ष निकलता है कि डिजिटल मीडिया की



विश्वसनीयता केवल तकनीकी सुधारों से नहीं, बल्कि सामाजिक जिम्मेदारी, मीडिया साक्षरता और नीतिगत सुधारों के माध्यम से ही पुनर्स्थापित की जा सकती है। अतः भविष्य की दिशा एक ऐसे डिजिटल पारिस्थितिकी तंत्र की होनी चाहिए जो सूचना की स्वतंत्रता के साथ-साथ उसकी सत्यता, संतुलन और नैतिकता को भी प्राथमिकता दे।

## संदर्भ

1. ऑलकॉट, एच., और जेंट्ज़कोव, एम. (2017). 2016 के चुनाव में सोशल मीडिया और फेक न्यूज़। जर्नल ऑफ़ इकोनॉमिक पर्सपेक्टिव्स, 31(2), 211–236.
2. बाल, एम., और बोज़कर्ट, ए. (2017). डिजिटल मीडिया लिटरेसी के मतलब। एजुकेशनल टेक्नोलॉजी थ्योरी एंड प्रैक्टिस, 7(2), 1–23.
3. बार्थेल, एम., मिशेल, ए., और होलकॉम्ब, जे. (2016). कई अमेरिकियों का मानना है कि फेक न्यूज़ कम्प्यूजन फैला रही है। प्यू रिसर्च सेंटर।
4. BBC ट्रस्ट। (2016). न्यूज़ पर भरोसा: टीवी, रेडियो और ऑनलाइन पर न्यूज़ के प्रति ऑडियंस का नज़रिया। लंदन: BBC रिसर्च डिपार्टमेंट।
5. कैस्टेल्स, एम. (2012). गुस्से और उम्मीद के नेटवर्क: इंटरनेट के ज़माने में सोशल मूवमेंट। कैम्ब्रिज: पॉलिटी प्रेस।
6. फुच्स, सी. (2014). सोशल मीडिया: एक ज़रूरी इंट्रोडक्शन। लंदन: SAGE पब्लिकेशन्स।
7. हर्मिंडा, ए. (2010). ट्विटरिंग द न्यूज़: एम्बिंट जर्नलिज़्म का उभरना। जर्नलिज़्म प्रैक्टिस, 4(3), 297–308.
8. मैकनेयर, बी. (2017). फेक न्यूज़: जर्नलिज़्म में झूठ, मनगढ़ंत बातें और कल्पना। न्यूयॉर्क: रूटलेज।
9. पेरिसर, ई. (2011). फ़िल्टर बबल: इंटरनेट आपसे क्या छिपा रहा है। न्यूयॉर्क: पेंगुइन प्रेस।
10. प्यू रिसर्च सेंटर। (2016). स्टेट ऑफ़ द न्यूज़ मीडिया 2016: मॉडर्न न्यूज़ कंज्यूमर। वाशिंगटन, DC.
11. रॉयटर्स इंस्टीट्यूट फॉर द स्टडी ऑफ़ जर्नलिज़्म। (2017). डिजिटल न्यूज़ रिपोर्ट 2017. ऑक्सफ़ोर्ड: यूनिवर्सिटी ऑफ़ ऑक्सफ़ोर्ड।



12. सिल्वरमैन, सी. (2016). झूठ, लानत के झूठ और वायरल कंटेंट: न्यूज़ वेबसाइटें ऑनलाइन अफवाहें, बिना वेरिफ़ाई किए दावे और गलत जानकारी कैसे फैलाती हैं (और उसे गलत साबित करती हैं)। कोलंबिया जर्नलिज्म रिव्यू।
13. टैंडोक, ई. सी., लिम, जेड. डब्ल्यू., और लिंग, आर. (2017). “फेक न्यूज़” को डिफ़ाइन करना: स्कॉलरली डेफिनिशन की टाइपोलॉजी। डिजिटल जर्नलिज्म, 6(2), 137–153.
14. वार्डले, सी., और डेरखशन, एच. (2017). इन्फॉर्मेशन डिसऑर्डर: रिसर्च और पॉलिसी मेकिंग के लिए एक इंटरडिसिप्लिनरी फ्रेमवर्क की ओर। स्ट्रासबर्ग: काउंसिल ऑफ यूरोप।