

नेपालमा डिजिटल मिडिया साक्षरता

- गोविन्द आचार्य

भूमिका:

प्राचीन कालदेखि नै मानिसले सूचना आदानप्रदानका लागि विभिन्न माध्यमको प्रयोग गर्दै आएका छन् । छापाखानाको विकासपछि लामो समयसम्म छापा मिडिया (पुस्तक, पत्रपत्रिका) धेरै मानिसका लागि पहुँचयोग्य भयो र यसले समाजको राजनीतिक, सामाजिक, शैक्षिक, साँस्कृतिक, आर्थिक परिवर्तनमा महत्वपूर्ण भूमिका खेल्यो । १९ औं शताब्दीमा औद्योगिक क्रान्तिको कारणले प्राविधिक, आर्थिक र सामाजिक परिवर्तनहरूको छाप पत्रपत्रिकामा पनि देखियो । मिडियालाई राज्यको चौथो अंगको संज्ञा दिन थालियो र लोकतन्त्रको अभिन्न अंग मान्न थालियो । मानिसहरूले आफ्ना विचार तथा अभिव्यक्तिका साथै सूचनाहरू मिडियामार्फत् सार्वजनिक गर्न थाले । सन् १९४८ मा जारी संयुक्त राष्ट्र संघको मानवअधिकार सम्बन्धी विश्वव्यापी घोषणापत्रमा मिडिया स्वतन्त्रताको ग्यारेण्टी गरियो ।

२० औं शताब्दीमा प्रसारण मिडियाका रूपमा रेडियो, चलचित्र, टेलिभिजनको विश्वभरी नै प्रभाव रह्यो । आज, पुरानो प्रिन्ट र प्रसारण मिडियाहरू इलेक्ट्रोनिक सञ्चारका आधुनिक रूपमा बदलिएका छन् । सन् १९९० को दशकमा इन्टरनेटको आविष्कार भयो । इन्टरनेटको विकाससँगै अस्तित्वमा आएको सामाजिक संजाल २१ औं शताब्दीमा आइपुग्दा निकै लोकप्रिय बनिरहेका छन् । कम्प्युटर वा मोबाइलमा इन्टरनेट प्रविधिमार्फत विचार, डिजिटल फोटो वा भिडियोहरू आदानप्रदान गर्न प्रयोग गरिने माध्यम भएकाले यसप्रतिको आकर्षण बढ्दो छ । पछिल्लो समय सूचना

तथा निजी हालखवर आदानप्रदानको प्रमुख माध्यम नै सामाजिक संजाल बन्न पुगेको छ ।

नयाँ मिडिया क्रान्तिले हाम्रो दैनिक जीवन परिवर्तन गरिरहेको छ । यी सबै माध्यमका मिडियाले प्रवाह गर्ने सामग्रीले समाजलाई सूचना र सन्देशमात्र होइन मानिसको चेतना निर्माणमा समेत निर्णायक भूमिका खेलिरेहेका छन् । यति महत्वपूर्ण भूमिकामा रहेका मिडियाको वारेमा, मिडियाले प्रवाह गर्ने सामग्रीका वारेमा, जानकारी र विप्लेषण गर्ने क्षमताका लागि अमेरिका, क्यानडा, बेलायत, जर्मनी, फ्रान्स, अष्ट्रेलिया लगायत देशले विगत ५० वर्ष अघिदेखि नै मिडिया साक्षरता अभियान सञ्चालन गर्दै आएका छन् । यस किसिमको अभियानका कारण मानिसले समाजमा मिडियाको प्रभाव र भूमिका वारे बुझ्न सक्ने भएका छन् । यी मध्ये अधिकांश देशका विद्यालयको पाठ्यक्रममै मिडिया साक्षरताको विषय समावेश गरिएको छ । त्यहाँ मिडियाका सचेत पाठक, स्रोत, दर्शकले मिडियाका सामग्रीमा प्रश्न गर्ने, स्रोत सही हो वा होइन जाच्ने, मिडिया सामग्रीले कसको हित गर्छ बुझ्ने र विप्लेषण गर्ने क्षमता राख्दछन् ।

मिडिया साक्षरता केहो र

मिडिया साक्षरताका विषयमा अहिले विश्वभर चर्चा हुने गर्दछ । विश्वका धेरैजसो देशमा यतिवेला मिडिया साक्षरता एक अभियानकारूपमा अघि बढिरहेको छ । कुनै पनि लोकतान्त्रिक मुलुकमा नागरिकको आलोचनात्मक चेत विकास र सूचनाको विश्लेषणका लागि मिडिया साक्षरता आधारभूत विषय हो । मिडिया साक्षरता भनेको मिडियामार्फत् प्रस्तुत सन्देश वा जानकारी बुझ्न, विप्लेषण गर्न र उचित प्रतिक्रिया दिन सक्ने क्षमता हो । मिडिया साक्षरता सूचना, स्वतन्त्र अभिव्यक्ति र शिक्षामा

नागरिकको पहुँचसँग सम्बन्धित छ । मिडिया साक्षरता आजको नयाँ मिडियाको विकासका लागि समेत एक ज्वलन्त विषय हो ।

मिडिया साक्षरताको अवधारणा विश्वव्यापी मानव अधिकारमा आधारित छ । व्यक्ति, समुदाय र सम्पूर्ण राष्ट्रका लागि अभिव्यक्ति स्वतन्त्रता र सूचनामा पहुँचको अधिकार उपभोगका लागि साक्षरता आधारभूत शर्त मानिन्छ । मिडिया साक्षरता भनेको मिडियामा पहुँच, विश्लेषण, मूल्याङ्कन र मिडिया सामग्री उत्पादन गर्ने क्षमता हो । मिडिया प्रयोगकर्ताहरू इन्टरनेट, टेलिभिजन, रेडियो, पत्रपत्रिका, पुस्तकहरू, बिलबोर्डहरू, भिडियो गेमहरू, संगीत र मिडियाका अन्य सबै रूपहरूबाट प्राप्त जटिल सन्देशहरू बुझ्न सक्षम भएको वा नभएका आधारमा मिडिया साक्षरताको अवस्था बुझ्न सकिन्छ ।

कुनै पनि देशको राजनीति र समाज परिवर्तनमा मिडियाको ठूलो प्रभाव रहन्छ । मिडियाले हामीलाई जनसरोकारका विषय, नागरिक अधिकारका मुद्दाहरू, राज्यका विभिन्न अंगसहित सार्वजनिक निकायका कामहरू एवम् विभिन्न राष्ट्रिय मुद्दा र विश्वव्यापी सरोकारहरूका विषयमा जानकारी दिन्छ ।

सामान्यतः मिडियाले सत्य तथ्य सामग्री प्रवाह गर्छ भन्ने मान्यता छ । मिडियाका सामग्री पढे वा देखे, सुनेका आधारमा धेरैजसो मानिसले आफ्ना बुझाइ निर्माण गर्छन् । यसरी मिडियाले, धेरै हदसम्म, हामीलाई वास्तविकताको जानकारी दिन्छ । तर मिडिया सन्देशहरू व्यावसायिकरूपमा समेत प्रभावित हुन्छन् । किनकी अधिकांश मिडिया उत्पादन एक व्यवसाय हो र तिनले नाफा कमाउने उद्देश्य राखेका हुन्छन् । मिडिया साक्षरताको उद्देश्य मिडिया कसरी व्यावसायिक विचारहरूबाट प्रभावित हुन्छन्, हामीले मिडियामा हेरेका, पढेका र सुनेका कुराहरूलाई अपेक्षाकृत थोरै संख्यामा व्यक्तिहरूले कसरी नियन्त्रण गर्छन् । र, तिनीहरूले सामग्री,

प्रविधि र वितरणमा कसरी प्रभाव पार्छन् भन्ने जागरूकतालाई प्रोत्साहित गर्नु पनि हो । फरक फरक मिडियाले एउटै घटनाको रिपोर्ट गर्दा पनि फरक फरक छाप र सन्देशहरू सिर्जना गर्न सक्छन् ।

सामान्यतः पत्रकारिताले के, को, कहिले, कहाँ, किन, कसरी जस्ता ६ क को जवाफ दिनुपर्ने मानिन्छ । पत्रकारिताको उद्देश्य जनतालाई सही सूचना दिनु हो । मिडिया र सूचना साक्षरता सीपहरूलाई पनि पाँच मुख्य क्षेत्रहरूमा विभाजन गर्न सकिन्छ । पहुँच, विश्लेषण र आलोचनात्मक मूल्याङ्कन, प्रयोग, सिर्जना र संलग्नता गरी यी पाँच मुख्य क्षेत्रहरू हुन् । यसमा सूचना वा समाचार सामग्री कसले सिर्जना गर्छ, उद्देश्य के हो र लक्षित पाठक, दर्शक वा स्रोतहरू को हुन, के सन्देश हो, कुन जानकारी सही छ र के भ्रामक छ, यी सन्देशबाट कसलाई फाइदा पुग्छ र कसलाई फाइदा हुँदैन भन्ने जस्ता विषयमा मिडियाका प्रयोगकर्ताहरूले छुट्याउन सक्ने क्षमता हुनुपर्ने मान्यता राखिन्छ ।

डिजिटल मिडिया साक्षरताको सन्दर्भमा चर्चा गर्दा कस्तो व्यक्तिलाई साक्षर भएको मान्ने भन्ने विषय पनि पटक पटक छलफलमा आउने गर्दछ । यसमा युरोपियन यूनियनले तोकेको क्राइटेरिया अनुसार पहिलो प्रयोग गर्ने क्षमता अर्थात् कम्प्युटर र इन्टरनेट जस्ता साधन प्रयोग गर्न सक्षम छ कि छैन भन्ने हो । यस अन्तर्गत उसले चाहेको विषय इन्टरनेटमा पाउन सक्छ कि सक्दैन र कुनै चीज इन्टरनेटमा पाइसकेपछि त्यसको स्रोत विश्वसनीय हो वा होइन भन्ने विश्लेषण गर्न सक्ने क्षमता राख्छ कि राख्दैन भन्ने पनि पर्दछ । यसैगरी दोस्रो ‘क्रिटिकल्ली कम्पिटेन्स स्कील’ अर्थात् मिडिया सामग्रीलाई बुझ्ने क्षमता । यस अन्तर्गत मिडिया भनेको के हो र मिडियाका सामग्री के हुन् र मिडिया मेरो देशमा कसरी ‘गर्भन’ भएको छ र के कस्ता नियम कानूनले ‘गर्भन’ गरेको छ र भन्ने बुझ्ने हो । तेस्रो कुरा भनेको ‘युजर्स विहेवियर’ अर्थात् पाठकको हिसावले कुनै कुरा खोजेर पढ्छ कि जे आउछ

त्यही पढ्छ भन्ने हो । जस्तो कुनै समाचार सामग्री पढेपछि त्यो मिडिया कसले कसले चलाएको रहेछ भनेर बुझ्नु तथा कुनै पनि सामग्री पढे वा सुनेपछि त्यसलाई 'क्रिटिकल्ली' बुझेर सही, गलत वा प्रोपोगण्डा के हो भनेर निर्णय गर्न सक्ने क्षमता राख्छ कि राख्दैन भन्ने हो ।

मिडिया साक्षरताका विषयमा अनुसन्धानको सवालमा भने यूरोपियन यूनियनले तीनवटा कम्पोनेन्ट उल्लेख गरिएको छ । पहिलो सामाजिक सम्बन्ध । यो भनेको प्राप्त गरेको कुनै पनि सन्देश सामाजिक हिसावले फैलाउन सक्छ कि सक्दैन रु, दोस्रो, आफै सहभागी हुन्छ कि हुँदैन र तेस्रो, 'कन्टेन्ट क्रियसन' अर्थात मिडिया सामग्री उत्पादन प्रक्रिया वारे जानकारी छ कि छैन भन्ने विषयले ऊ मिडिया लिटेरेट हो वा होइन भन्ने निर्धारण गर्छ । यसरी आलोचनात्मक मिडिया साक्षरता गाइडहरूले सामाजिक सञ्जाल, वेबसाइटहरू, समाचार र समाचारपत्रहरू, चलचित्रहरू, टेलिभिजनहरू, छविहरू र विज्ञापनहरू सहित विभिन्न मिडियाका लागि केही आधारभूत प्रश्नहरू प्रदान गर्दछ ।

संयुक्त राष्ट्र संघीय निकाय शैक्षिक, वैज्ञानिक र सांस्कृतिक संगठन (युनेस्को) विश्वमा मिडिया र सूचना साक्षरता प्रवर्द्धन गर्ने अग्रणी संस्था हो । युनेस्कोले मिडिया साक्षरतालाई मिडिया शिक्षाको बृहत रूप ठान्दछ । मिडिया र सूचना साक्षरता सम्बन्धी युनेस्कोको गाइडलाइन २०१३ अन्तर्गत मिडिया सामग्रीसम्म पहुँच, पुनःप्राप्ति, सन्देश बुझ्ने, मूल्याङ्कन गर्ने, प्रयोग गर्ने, समालोचनात्मक ढङ्गले हेर्ने, आफूले पाएको सूचना वा सन्देश नैतिक तथा प्रभावकारी तवरबाट अरूसँग बाँड्ने र वैकल्पिक मिडिया सन्देश सिर्जना गर्नेसम्मका सीपहरू पर्छन् । मिडिया र सूचना साक्षरताले हरेक व्यक्तिलाई सूचना र डिजिटल उपकरणहरूको प्रयोगका बारेमा आलोचनात्मक रूपमा सोच्न सक्षम बनाउने युनेस्कोको मान्यता छ । यसका लागि मानिसमा निम्न सात दक्षता आवश्यक छ ।

१. पहुँच : उपयुक्त मिडिया र सूचना स्रोतहरू पत्ता लगाउने क्षमता
२. आफ्नो दैनिक जीवनमा लागू गर्न मिडिया र सूचनाहरू प्रयोग गर्ने र बुझ्ने क्षमता
३. स्रोतहरूको विश्वसनीयता, शुद्धता र वस्तुनिष्ठता मूल्याङ्कन गर्ने क्षमता
४. मिडिया र सूचनाहरू सिर्जना र उत्पादन गर्ने क्षमता
५. मिडिया र सूचनाका सिर्जनाकर्ताहरू र सम्पादकहरूसँग कसरी र कहाँ अन्तरक्रिया गर्ने भनेर जान्नबाट भाग लिने क्षमता
६. मिडिया र सूचना प्रणालीको काम, तिनीहरूको संगठन र समाचार सामग्री कसरी उत्पादन गरिन्छ भन्ने बुझ्ने क्षमता
७. गुणस्तरीय मिडिया र सूचना स्रोतहरू पहिचान गर्ने, माग गर्ने र रक्षा गर्ने क्षमता

नेपालमा डिजिटल साक्षरताको अवस्था

नेपाली समाजका अधिकांश मान्छेका हात हातमा मोबाइल हुनु र धेरैजसो घरमा इन्टरनेटको पहुँच पुग्नले सामाजिक सञ्जाल र इन्टरनेटमा आधारित मिडियाको प्रयोग दिनानुदिन बढ्दो छ । विगत १० वर्ष पहिले र १० वर्ष यताको नेपाली समाजलाई हेर्ने हो भने पनि अधिकांश नेपालीका लागि आजको दिनमा पत्रपत्रिकाहरू सूचनाको प्राथमिक स्रोतभित्र पर्दैनन् । करिव एक दशक यता पत्रपत्रिका प्राथमिक स्रोत होइनन् । अहिले त हामीले हाम्रा धेरैजसो सूचनाहरू इन्टरनेटमा आधारित मिडिया वा सामाजिक सञ्जालवाटै प्राप्त गर्छौं । ग्रामिण क्षेत्रमा एफएम रेडियोको प्रभाव अहिले पनि कायम छ । टेलिभिजनले विश्वसनीय सूचना दिन्छन् भन्ने मान्यता पनि कायमै छ । तर सबै प्रकारका सञ्चार

साधनवाट सूचना कसरी लिने भन्ने विषयमा नागरिक स्तरसम्म छलफल र बहस हुने गरेको पाइँदैन ।

इन्टरनेटका कारण आज मिडियाको डिजिटल रूपले मिडिया स्वयं एक अर्कामा विलिन वा एकीकृत भए जस्तो स्थिति छ । मिडिया कन्भर्जेन्सको यो अवस्थाका कारण इन्टरनेटमै पत्रिका, रेडियो र टिभी पढ्नु र सुन्न सकिने अवस्था छ । नागरिकको हात हातमा भएको मोवाइलवाटै कम्प्युटर र क्यामराले गर्ने सबै काम गर्न सकिन्छ । मोवाइलमा इन्टरनेट ब्राउज गर्नासाथ पत्रपत्रिका, किताव पढ्नु, रेडियो सुन्न, टेलिभिजन, सिनेमा हेर्न सकिन्छ । त्यतिमात्रै होइन विश्वको जुनसुकै कुनामा रहेकासँग मोवाइलवाटै भिडियो संवाद गर्न, अन्तक्रिया गर्न र प्रतिक्रिया जनाउन सकिन्छ । सञ्चार माध्यमवाट प्रवाह भएका सामग्री वारे के सही हो र के होइन भनेर आफ्ना भनाई सार्वजनिक गर्न सकिन्छ । यसरी आफ्नो हातमा भएको सानो मोवाइलकै भरमा हरेक व्यक्ति सूचनादाता बन्ने, हरेक व्यक्तिले हरेक सूचना पाउने, प्रतिक्रिया जनाउने र आफ्ना धारणा सार्वजनिक गर्न सक्छन् । हरेक व्यक्तिले सञ्चार सामग्री उत्पादन गरी संचार उपभोक्तासम्म पुर्याउन सक्ने यही अवस्थालाई नागरिक पत्रकारिताको उपमा दिने गरिएको छ ।

मिडियामा नागरिकको सहज पहुँच र नियन्त्रणको यही कारण अब मिडियाको स्वामित्व ठूला व्यापारी, राज्य सञ्चालक, धनीमानी र राजनीतिक दलका नेताको हातमा मात्र रहेन । सूचना प्रविधिमा भएको विकासले हरेक नागरिक मिडिया संचालक हुन सक्ने अवस्था सिर्जना भएको छ । कुनै स्थापित मिडियाभन्दा नागरिकले व्यक्तिगतरूपमा चलाएका ब्लग वा सामाजिक सञ्चाल लोकप्रिय र विश्वसनीय बन्न सक्ने अवस्था छ ।

आम मान्छेहरूका लागि जिवन पद्धति जस्तै बनेको सूचना र संचारको अत्याधिक भोकका कारण कुनै पनि व्यक्ति एउटै मात्र सञ्चार माध्यमवाट सन्तुष्ट हुने अवस्था भने छैन । यतिधेरै माध्यमवाट सूचना प्राप्त गर्दा कुन सूचना सही र कुन गलत संचार उपभोक्ताहरू अलमलमा पर्ने अवस्था छ । यस अवस्थामा आम मानिसका लागि दैनिकी जस्तै बनिरहेको इन्टरनेट प्रयोगकर्ताहरूलाई मिडियाका समग्र पक्षवारे जानकारी हुनु आवश्यक हुन्छ । इन्टरनेटको सही प्रयोग कसरी गर्ने र प्रयोगकर्ताहरू यसवारे सुसूचित हुन पाउनु पर्दछ । हरेक व्यक्तिलाई मिडियाका सूचना र सन्देश बुझ्ने, विप्लेषण गर्ने, प्रश्न गर्ने र अन्ततः आफैले मिडिया सन्देश उत्पादन गर्ने सीप, दृष्टिकोण र विधिको विकास गर्ने मिडिया साक्षरता जरूरी छ । मिडिया साक्षरताको लक्ष्य मिडियालाई हाम्रो जीवनमा संलग्न गराउनु नै हो ।

प्रस्तुति: गोविन्द आचार्य