

सन् २०२२ को नेपाली निर्वाचनमा मिथ्या सूचना रोक्न गरिएका कार्य र सिकाइ

उज्ज्वल आचार्य

पृष्ठभूमि र राजनीतिक सन्दर्भ

नेपालका ३८ प्रतिशत घरधुरीमा इन्टरनेट जडान भएको सन् २०२१ को जनगणनाले देखाएको छन् भने जनसङ्ख्याको ५२ प्रतिशत इन्टरनेट प्रयोगकर्ता छन्^१। मोबाइल फोनमार्फत इन्टरनेट चलाउने नागरिकको सङ्ख्या ठूलो छ । ब्राउजरबाट इन्टरनेट नचलाउने तर सोसल मिडिया उपयोग गर्ने नागरिक धेरै छन् । फेसबुक, युट्युब र टिकटक नेपालका लोकप्रिय सोसल मिडिया हुन् । समाचारका लागि टिभी हेर्ने (३१ प्रतिशत), रेडियो सुन्ने (२६ प्रतिशत) र अखबार पढ्ने (चार प्रतिशत) नागरिकको सङ्ख्याभन्दा सोसल मिडिया चलाउने मानिसको सङ्ख्या धेरै छ^२ र उनीहरू सूचना चलखेलले प्रभावित हुने सम्भावना धेरै छ । प्रत्येक १० मध्ये ९ जना इन्टरनेट प्रयोगकर्ताले मिथ्या सूचनाको सामना गर्ने हुँदा नेपालका ९८ प्रतिशत इन्टरनेट प्रयोगकर्ता मिथ्या सूचनाको प्रवाह र यसले समाजमा पार्ने प्रभावबारे चिन्तित छन्^३।

सूचना साक्षरताको अभाव, समाचार मिडियाको कम पहुँच र पछिल्ला दशकहरूमा देखिएको राजनीतिक अस्थिरताका कारण नेपालमा सूचना चलखेल हुने सम्भावना धेरै छ । सोसल मिडियामा मिथ्या सूचना र अन्य नकारात्मक प्रवृत्ति फैलिएको भन्दै सरकारले यसलाई नियमन गर्ने भनेर मस्यौदा गरेका नीतिहरूमा वाक् स्वतन्त्रता, इन्टरनेट स्वतन्त्रता र आधारभूत नागरिक अधिकारलाई सम्मान गरेको देखिँदैन^४ ।

नेपालमा सूचनामा चलखेल

सोसल मिडिया लोकप्रिय हुनुअघि देखिनै नेपालले सूचना चलखेल र यसको नराम्रो प्रभाव भोग्दै आएको छ । सन् २००० मा एक भारतीय अभिनेताको भनाइ भनी फैलिएको मिथ्या सूचनाले देशभर जातीय हिंसा भड्किनुको साथै केही नागरिकको मृत्यु भएको थियो । सन् २००९ तिर बालबालिका अपहरणकर्ता भएका भनी मिथ्या सूचना फैलिँदा विभिन्न स्थानमा निर्दोष व्यक्ति सामूहिक कुटाइमा घाइते भएका र मारिएका घटना भएका थिए^५ ।

सन् २००१ को दरबार हत्याकाण्ड वा सन् २०१५ को भूकम्पको समयमा मिथ्या सूचनाहरू धेरै फैलिएको भए पनि सन् २०१७ मा निर्वाचनको बेला मिथ्या सूचना अलि व्यापकरूपमा देखिएको थियो । सन् २०२० मा कोभिड महामारी शुरू भएपछि मिथ्या सूचना ह्यात्तै बढेको र विश्वभर निर्वाचनको बेला मिथ्या सूचनाको प्रयोग हुने क्रम बढेको कारण नेपालमा पनि चुनावलाई प्रभावित पार्न सूचनामा चलखेल हुनसक्ने आँकलन गरिएको थियो । सन् २०२१ को सिएमआर-नेपालको एक सर्वेक्षणमा सहभागी ९२ प्रतिशत उत्तरदाताले इन्टरनेटमा मिथ्या सूचना देखेको र ९८ प्रतिशतले मिथ्या सूचना नेपाली समाज र राजनीतिका लागि समस्या हुनसक्ने देखेको बताएका थिए ।^६ विज्ञहरू पनि निर्वाचनको बेला सूचनामा चलखेल हुनसक्ने र अझ त्यसमा विदेशी पात्रहरू, विशेषगरी छिमेकी राष्ट्रहरू, संलग्न हुनसक्नेमा चिन्तित थिए ।^७

निर्वाचन आयोगको हस्तक्षेप

सन् २०२० मा जारी निर्वाचन व्यवस्थापनमा सामाजिक सञ्जालको उपयोग सम्बन्धी नीति^८ मा नेपालको निर्वाचन आयोगले सूचनाका चलखेललाई चुनौतीका रूपमा राख्दै यस विरुद्ध आवश्यक नीति, रणनीति र कार्यक्रमहरू बनाउने तथा प्रविधि कम्पनीहरूसँग सहकार्य गर्ने अवधारणा अगाडि सारेको थियो । आयोगले मिथ्या सूचनाबारे निर्वाचन अधिकृत र आफ्ना कर्मचारीहरूको क्षमता विस्तार गर्न कार्यक्रमहरू गरेको थियो । सन् २०२२ को निर्वाचनका बेला निर्वाचन आचारसंहितामा मिथ्या सूचना र दुष्प्रचारलाई व्याख्या गर्दै यससम्बन्धी प्रावधान समेटिनुका साथै मिथ्या सूचना र घृणायुक्त अभिव्यक्तिसम्बन्धी नीति पनि जारी गरेको थियो ।

आयोगले अनलाइन माध्यममा प्रसारित मिथ्या सूचना र घृणायुक्त अभिव्यक्ति निगरानी गर्न नेपाल प्रहरी र नेपाली सेनाको साइबर ब्यूरोसमेत सम्मिलित निगरानी एकाइ खडा गरेको थियो । यसबाहेक जनचेतनाका लागि आयोगले मोबाइलको रिङ्ब्याक टोनमा समेत मिथ्या सूचनाबारे जानकारी दिने गरी केही टेलिकम कम्पनीसँग सहकार्य गरेको थियो ।

निर्वाचनका बेला सोसल मिडियामा फैलिन सक्ने मिथ्या सूचनाको सङ्ख्या र प्रभाव कम गर्न निर्वाचन आयोगले फेसबुक, टिकटक र ट्विटरजस्ता प्लेटफर्महरूसँग सन् २०२२ मा सम्बन्ध विस्तार गर्ने प्रयास गर्‍यो । निर्वाचनका बेला सोसल मिडियामा हुनसक्ने सूचना चलखेल सबैभन्दा ठूलो चुनौती हुने भन्दै आयोगले प्रमुख प्रविधि कम्पनीहरूसँग पहिलो पटक सम्पर्क कायम गर्ने प्रयास गरेको थियो । तीमध्ये फेसबुक र इन्स्टाग्रामको कम्पनी मेटाले आयोगसँग सहकार्य गरेको थियो भने टिकटक र ट्विटरले निर्वाचनसम्बन्धी हानिकारक मिथ्या सूचनाबारे सञ्चारका लागि सीधा सम्पर्क खुला गरेको थियो ।^९

फेसबुकले सन् २०२२ सेप्टेम्बर ७ मा एड लाइब्रेरीमा नेपालको तथ्याङ्क उपलब्ध हुने घोषणा गर्‍यो । यो लाइब्रेरीमा नेपालबाट फेसबुक र इन्स्टाग्राममा हुने राजनीतिक वा अन्य विज्ञापनका सम्बन्धमा तथ्याङ्क सात वर्षसम्म हेर्न सकिन्छ । निर्वाचनअघि मेटा कम्पनीले नेपालमा विभिन्न भेटघाट र छलफल गर्नुका साथै निर्वाचन आयोग, राजनीतिक दलका प्रतिनिधि र पत्रकारहरूलाई निर्वाचनसँग सम्बन्धित मेटाका प्रयास र उपलब्ध उपकरणका बारेमा जानकारी दिने छुट्टाछुट्टै कार्यक्रमहरू गरेको थियो ।

सूचना चलखेलविरुद्धका नागरिक समाजका कार्यक्रम

नेपालमा सन् २०२२ मा निर्वाचन हुँदा नागरिक क्षेत्रबाट भएका उल्लेखनीय हस्तक्षेपमध्ये सेन्टर फर मिडिया रिसर्च - नेपाल (सिएमआर-नेपाल) र नेपाल फ्याक्ट चेकले गरेको कार्यलाई उदाहरणका रूपमा हेर्न सकिन्छ । नेपालमा सन् २०१७ मा निर्वाचन हुँदा नागरिक र मिडियालाई मिथ्या सूचनाबारे जानकारी दिनका लागि सिएमआर-नेपालले जानकारी पत्र¹⁰ प्रकाशन गर्नुका साथै निर्वाचनका बेला सूचना चलखेलको सामान्य निगरानी गरेको थियो । निगरानीमा चुनावका कुनै पक्षको फाइदाका लागि अनलाइन मिडिया र सोसल मिडियामा सूचनाको चलखेल गर्ने प्रयास असाध्यै हुने देखिएको थियो । त्यसयता निरन्तर सूचना चलखेलबारे निगरानी गरिरहेको सिएमआर-नेपालले चर्चित ब्लग माइसंसारसँग मिलेर सन् २०२० मा भाइरल मिथ्या सूचनाविरुद्ध लड्न नेपाल फ्याक्ट चेक सुरु गरेको थियो ।¹¹

सन् २०२२ को निर्वाचनअघि इन्टरनेशनल रिपब्लिकन इन्स्टिट्युट -आइआरआइको सहयोगमा उक्त संस्थाले नेपालका सातै प्रदेशमा सूचना चलखेल र यसका प्रभावका बारेमा सरोकारवालाहरूसँग छलफल गरेको थियो । छलफलमा निर्वाचनका बेला सूचनामा धेरै चलखेल हुने र त्यस्तो चलखेलले लोकतन्त्रलाई नै असर गर्न सक्ने हुँदा त्यसलाई समयमै सम्बोधन गर्नुपर्ने निष्कर्ष निकालिएका थिए । आइआरआइले देशका सातै प्रदेशमा निर्वाचनको बेला सूचना चलखेलको निगरानी गर्न निगरानीकर्ताहरू राख्न गरेको सहयोग र उनीहरूलाई तथ्यजाँचसम्बन्धी दिइएको तालिमले नेपाल फ्याक्ट चेकलाई निर्वाचनको समयमा देशभर मिथ्या सूचना निगरानी गर्ने, सम्भावित हानिकारक सामग्रीबारे सोसल मिडियालाई रिपोर्ट गर्ने, तथा तथ्यजाँच गर्ने सामर्थ्य विकास गर्‍यो ।¹²

त्यसका साथै नेपाल फ्याक्ट चेकले मिथ्या सूचनाबारे सचेतना फैलाउन टिकटकका प्रभावी व्यक्तिहरूलाई भिडियो बनाउन सहयोग गरी लाखौँ नागरिकसम्म पुग्न सक्‍यो भने चर्चित लोकगायकसँगको सहकार्यमा मिथ्या सूचनाविरुद्ध गीत समेत निर्माण गर्‍यो जसलाई यूट्युबमा तीन लाखभन्दा बढी पटक हेरिएको छ ।

नेसनल डेमोक्रेटिक इन्स्टिट्युट (एनडिआइ) भने साउथ एशिया चेक नामक पानस साउथ एशियाको तथ्यजाँच प्रयासलाई निर्वाचनअघिको एक वर्ष, राजनीतिमा रहेका महिलाहरूको सोसल मिडिया पेजहरू लक्षित

गरी मिथ्या सूचना र घृणायुक्त अभिव्यक्ति निगरानी गर्न सघाएको थियो । यसका लागि आवश्यक सीप र विधि विकास गर्न एनडिआइले सहयोग गरेको थियो । त्यस्तै उसले पर्पल फाउन्डेसनलाई राजनीतिमा रहेका महिलाहरूमाथि अनलाइन माध्यमबाट हुने घृणायुक्त अभिव्यक्तिको अध्ययन गर्न सहयोग गरेको थियो । एनडिआइका अनुसार देशभर बाट ४९२ जनाको सर्वेक्षण, ८० अन्तर्वार्ता र ४२ छलफलबाट गरिएको अध्ययन नेपालमा यस विषयमा पहिलो हो ।

आईएफईएसले सन् २०२० जुनदेखि नेपालभर युवालाई मिथ्या सूचनाविरुद्ध लड्न सक्षम बनाउन विभिन्न गैरसरकारी संस्थासँग काम गरेको थियो । एस कार्यक्रम अन्तर्गत ३४ युवाहरूलाई तालिम दिएका थियो, जसले पुनः २३ वटा वेबिनारहरू सञ्चालन गरी ५०० भन्दा बढी युवाहरूमा त्यो सिकाइ पुर्याउन सफल भए । यी तालिम प्राप्त युवाहरूको उजुरीको आधारमा निर्वाचन आचारसंहिता उल्लङ्घन गरेको आरोपमा नेपाल प्रेस काउन्सिलले सातवटा अनलाइन न्यूज पोर्टल निलम्बन गरेको थियो । आईएफईएसले देशभर ७,२०० युवालाई मिडिया साक्षरता तालिम पनी दिएको थियो ।

नेपालका पाठहरू

- **सूचनाको चलखेलविरुद्ध समग्र समाज प्रतिक्रिया आवश्यक छ**

नेपालको सन् २०२२ को आमनिर्वाचनका बेला निर्वाचनको नतिजालाई प्रभावित पार्ने वा हिंसा भड्काउने गरी सूचनाको चलखेल भएको देखिँदैन । पत्रपत्रिकाका सामग्री वा सार्वजनिक छलफलहरूमा मिथ्या सूचना र अन्य सूचना चलखेलबारे पहिलेभन्दा धेरै चर्चा भए । यस्तो चर्चा धेरै हुनुको कारण निर्वाचन आयोग र नागरिक समाजले प्लेटफर्महरूसँग गरेको सहकार्य पनि कारक थिए । त्यस्ता सहकार्यहरूमा जनचेतना फैलाउने, अधिकारीहरूलाई शिक्षित गर्नेदेखि तथ्यजाँच र रिपोर्टिङजस्ता सक्रिय र प्रतिक्रियात्मक सञ्चारका कार्यक्रमहरू थिए ।

- **सूचना चलखेलविरुद्ध सरकारी र गैरसरकारी दुवै प्रयास आवश्यक छ**

सूचना चलखेललाई न्यूनीकरण गर्न सरकारी पक्षबाट मात्रै वा गैरसरकारी पक्षबाट मात्रै भएका कार्यहरू प्रभावकारी नहुन सक्छन् । सक्रिय र प्रतिक्रियात्मक दुवै खाले सञ्चारका साथै सूचना चलखेलविरुद्ध सकेसम्म धेरै प्रकारका कार्यक्रम गर्दा प्रभावकारी हुन्छ । सरकारी पक्षले नीति नियम विकास र कार्यान्वयन, प्लेटफर्मसँग सहकार्य, जनचेतना वृद्धि, र निगरानीको कार्यमा प्रभावकारी ढङ्गले काम गर्न सक्छन् भने निजी क्षेत्रले जनचेतना अभिवृद्धि, सोसल मिडिया प्लेटफर्मसँग सहकार्य र रिपोर्टिङ, तथ्यजाँच एवं सम्भावित प्रभाव मूल्याङ्कनसम्बन्धी अध्ययन गर्न सक्छन् ।

• प्लेटफर्मको भूमिका महत्त्वपूर्ण हुन्छ

नेपालको सन् २०२२ को निर्वाचनमा मेटा कम्पनीको सकारात्मक उपस्थिति देखिएको थियो । मेटाले निर्वाचनअघि आफ्नो सक्रियता देखाउन छलफल र भेटघाट मात्रै नगरी सरोकारवालाहरूलाई तालिम पनि दिएको थियो । त्यस्ता तालिममा मेटाले आफ्ना सुविधाहरू देखाउनुका साथै फेसबुकमा नीतिहरूबारे जानकारी दिएको थियो । यसले उनीहरूको तथ्याङ्कमा पहुँच वृद्धि भयो । साथै निर्वाचन आयोग र नागरिक समाजका लागि सीधा सम्पर्क सूत्र राखेर मिथ्या सूचनालाई समयमै पहिचान गरी आवश्यक काम गर्ने गतिलाई तीव्र बनाएको थियो । टिकटक र ट्विटरले पनि सीधा सम्पर्क माध्यम स्थापना गरेर हानिकारक सूचनाबारे समयमै कारबाही गर्ने प्रतिबद्धता जनाएको थियो ।

[यो सामग्री नेसनल डेमोक्रेटिक इन्स्टिट्युट, इन्टरनेसनल रिपब्लिकन इन्स्टिट्युट र द स्ट्यानफोर्ड इन्टरनेट अब्जर्भेटरीले सन् २०२२ मा प्रकाशित गरेको “सूचना चलखेलको मुकाबिला: निर्वाचन र त्यसको सेरोफेरोका लागि स्रोतपुस्तिका” मा नेपाल केस स्टडीको रूपमा समावेश छ।]

¹ National Statistics Office (n.d.). National Population and Housing Census 2021.

<https://censusnepal.cbs.gov.np/results>

² Dixit, Kunda (2022). Nepal's interface with information. Nepali Times, 2022 May 28.

³ Acharya, Ujjwal (2022). Nepal Social Media Users Survey 2021. Center for Media Research – Nepal.

⁴ Digital Rights Nepal (n.d.). https://digitalrightsnepal.org/?page_id=1008

⁵ Acharya, Ujjwal (2023). Nepal: Promoting digital literacy with scarce resources, in Worthington, Jane (eds.) Managing the Misinformation Effect: The State of Fact-Checking in Asia. International Federation of Journalists.

⁶ Acharya, Ujjwal (2022). Nepal Social Media Users Survey 2021. Center for Media Research – Nepal.

⁷ Shrestha, Umesh (2022). Misinformation During Election (in Nepali). Kantipur Daily, 2022 December 23.

⁸ Election Commission of Nepal (2021). Policy on the use of social media in Electoral Management, 2077. https://election.gov.np/source/Resources%20Other/05_ECN_Social_Media_Policy_English_20210622_v1.pdf

⁹ Ojha, Anup (2022). Election Commission joins hands with social media giants to rein in misinformation. The Kathmandu Post, 2022 October 15. <https://kathmandupost.com/politics/2022/10/15/election-commission-joins-hands-with-social-media-giants-to-rein-in-misinformation>

¹⁰ CMR – Nepal (2017). What is misinformation? <https://research.butmedia.org/fake-news-disinformation-misinformation/>

¹¹ CMR – Nepal (2020). NepalFactCheck launched to fight fake news and disinformation. <https://research.butmedia.org/nepal-fact-check-launched-to-fight-fake-news-and-disinformation/>

¹² CMR – Nepal (2022). Roundtables on misinformation and its impact on democracy held in 7 provinces. <https://research.butmedia.org/roundtables-on-misinformation-its-impact-on-democracy-in-all-7-provinces/>