

डब्ल्यूएचओ की ऑनलाइन कंसल्टेशन मीटिंग, जिसमें दुनिया भर में लागू होने वाले उन सिद्धांतों पर बातचीत की गई जो सोशल मीडिया पर मौजूद, **स्वास्थ्य** की जानकारी के भरोसेमंद स्रोतों का पता लगाने के लिए हैं

विषय सूची

1. शुरुआती जानकारी	3
बैकग्राउंड	3
मीटिंग में शामिल संगठन	3
मीटिंग के मकसद	4
2. कार्रवाइयां	6
मीटिंग की शुरुआती बातें	6
माटिंग में इस्तेमाल हुए तरीके	7
चर्चा में सामने आई खास बातें	7
क्या सिद्धांतों को दुनिया भर में लागू किया जा सकता है?	7
चुनौतियां	7
3. मीटिंग में सामने आए नतीजे	10
सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म के लिए सुझाव	10
ऐनेक्स	11
ऐनेक्स I: मीटिंग में शामिल और साथ काम करने वाले लोग	11
ऐनेक्स II: एजेंडा	13

1. शुरुआती जानकारी

बैकग्राउंड

इन्फोडेमिक शब्द का इस्तेमाल, आम तौर पर यह बताने के लिए किया जाता है कि COVID-19 के बारे में बहुत सारी जानकारी उपलब्ध है। हालांकि, COVID-19 के बारे में कुछ जानकारी न सिर्फ़ गलत है, बल्कि कुछ हद तक नुकसान पहुंचाने वाली भी है। मिसइन्फ़ॉर्मेशन का मतलब गलत जानकारी देना है। वहीं दूसरी ओर, डिसइन्फ़ॉर्मेशन का मतलब नुकसान पहुंचाने या फ़ायदा पाने के मकसद से जानकारी देना है। इसे सोशल मीडिया प्लैटफ़ॉर्म पर मौजूद भरोसेमंद जानकारी के साथ दिखाया जाता है¹। COVID-19 के बारे में काफ़ी जानकारी उपलब्ध है और यह बहुत तेज़ी से लोगों तक पहुंचती है। इसलिए, भरोसेमंद जानकारी का पता लगाना मुश्किल हो सकता है।

मिसइन्फ़ॉर्मेशन और डिसइन्फ़ॉर्मेशन को रोकने के लिए, विश्व स्वास्थ्य संगठन (डब्ल्यूएचओ) स्वास्थ्य की भरोसेमंद जानकारी को ज़्यादा से ज़्यादा लोगों तक पहुंचाने की कोशिश कर रहा है। डब्ल्यूएचओ, टेक्नोलॉजी इंडस्ट्री के साथ मिलकर काम कर रहा है, ताकि मिसइन्फ़ॉर्मेशन और डिसइन्फ़ॉर्मेशन² को रोका जा सके। डब्ल्यूएचओ ने कुछ संसाधन भी उपलब्ध कराए हैं। इनकी मदद से, लोग स्वास्थ्य की जानकारी के उन स्रोतों का पता लगा पाएंगे जो भरोसेमंद नहीं हैं³।

इन कोशिशों को जारी रखते हुए, डब्ल्यूएचओ ने अमेरिका में मौजूद नैशनल अकैडमी ऑफ़ मेडिसिन (एनएएम) के पेपर के आधार पर नया प्लान बनाया है। जुलाई, 2021 में पब्लिश हुए इस पेपर का नाम है, "Identifying Credible Sources of Health Information in Social Media: Principles and Attributes"। इस पेपर में, स्वतंत्र तौर पर काम करने वाले एक एडवाइज़री ग्रुप की रिसर्च के बारे में खास जानकारी दी गई है। इस रिसर्च का मकसद था कि स्वास्थ्य से जुड़े कुछ सिद्धांत बनाए जा सकें। साथ ही, इनका इस्तेमाल सोशल मीडिया प्लैटफ़ॉर्म, स्वास्थ्य की जानकारी देने वाले भरोसेमंद स्रोतों का पता लगाने के लिए कर पाएं। इस पेपर के लेखकों के मुताबिक, सोशल मीडिया प्लैटफ़ॉर्म पर स्वास्थ्य की जानकारी को अच्छी क्वालिटी और सबूतों के साथ ज़्यादा लोगों तक पहुंचाया जा सकता है। साथ ही, उन्हें लगता है कि ऐसा करना सोशल मीडिया की ज़िम्मेदारी भी है। सोशल मीडिया प्लैटफ़ॉर्म यह काम कर पाएं, इसके लिए इस पेपर में कुछ सिद्धांत और विशेषताएं बताई गई हैं⁴।

इस पेपर में दिए गए सुझावों को, अमेरिका की सोशल मीडिया कंपनियों ने सही माना है। हालांकि, डब्ल्यूएचओ का मानना है कि इन सुझावों को दुनिया भर में लागू किया जाना चाहिए। इसलिए, डब्ल्यूएचओ ने एनएएम और ब्रिटिश मेडिकल जर्नल (बीएमजे) के साथ मिलकर एक मीटिंग शेड्यूल की। इसमें दुनिया के कई स्वास्थ्य विशेषज्ञ भी शामिल हुए। मीटिंग में इस बात पर चर्चा की गई कि क्या एनएएम के पेपर में बताए गए सिद्धांतों और विशेषताओं को, सोशल मीडिया प्लैटफ़ॉर्म से दुनिया भर में लागू किया जा सकता है।

मीटिंग में शामिल संगठन

यह ऑनलाइन कंसल्टेशन मीटिंग, डब्ल्यूएचओ की डिजिटल चैनल टीम ने एनएएम के साथ 15 दिसंबर, 2021 को होस्ट की। इसमें बीएमजे ने भी साथ मिलकर काम किया। इस मीटिंग में, दुनिया भर से 15 स्वास्थ्य विशेषज्ञ शामिल हुए। ये लोग, पब्लिक हेल्थ और हेल्थ कम्यूनिकेशन फ़ील्ड से थे। इस मीटिंग में अमेरिका, यूनाइटेड किंगडम, इटली, नाइजीरिया, दक्षिण अफ़्रीका, लेबनान, भारत, सिंगापुर, और वियतनाम से लोग शामिल हुए। मीटिंग में शामिल हुए लोगों की सूची, एनेक्स I में दी गई है।

¹ <https://www.who.int/news-room/spotlight/let-s-flatten-the-infodemic-curve>

² <https://www.who.int/teams/digital-health-and-innovation/digital-channels/combating-misinformation-online>

³ <https://www.who.int/news-room/spotlight/let-s-flatten-the-infodemic-curve>

⁴ रेनार्ड के, आर्नेसन एस, चोउ डब्ल्यूवाय एस, करी एस, लेज़ार डी, वीलारॉएल ए. Identifying Credible Sources of Health Information in Social Media: Principles and Attributes. *एनएएम पर्सपेक्टिव्स* जुलाई, 2021 <https://nam.edu/identifying-credible-sources-of-health-information-in-social-media-principles-and-attributes/>. नैशनल अकैडमी ऑफ़ मेडिसिन से अनुमति लेकर दोबारा प्रिंट किया गया.

मीटिंग के मकसद

मीटिंग के ये **मकसद** थे:

- 1) एनएएम के पब्लिश किए गए [पेपर](#) की समीक्षा करना
- 2) यह चर्चा करना कि क्या पहली टेबल में बताए गए सिद्धांतों और विशेषताओं को, सोशल मीडिया पर मौजूद स्वास्थ्य की जानकारी के भरोसेमंद स्रोतों को पहचानने के लिए, दुनिया भर में लागू किया जा सकता है
- 3) यह चर्चा करना कि इन सिद्धांतों को अलग-अलग इलाकों में लागू करते समय कौनसी समस्याएं आ सकती हैं.

पहली टेबल: स्वास्थ्य की जानकारी के भरोसेमंद स्रोतों के लिए बुनियादी सिद्धांत और विशेषताएं

बुनियादी सिद्धांत	स्रोत की विशेषताएं
<p>विज्ञान पर आधारित: स्रोतों से ऐसी जानकारी मिलनी चाहिए जो उस समय उपलब्ध सबसे सही वैज्ञानिक सबूतों के मुताबिक हो. साथ ही, इन स्रोतों को विज्ञान से जुड़ा कॉन्टेंट बनाने, उसकी समीक्षा करने, और उसे दिखाने के मानकों को पूरा करना चाहिए.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • इस बात को स्वीकार किया जाता हो कि किसी विषय के बारे में ज़्यादा जानकारी उपलब्ध नहीं है और इस पर रिसर्च चल रही है. जैसे, COVID-19 महामारी जैसे मामलों में शुरुआती या अधूरी जानकारी, छोटा सैंपल साइज़, वैरिएबल के बीच संबंध और एक-दूसरे पर उनके असर की तुलना वगैरह. • यह साफ़ तौर पर बताया जाता हो कि जानकारी को आखिरी बार कब अपडेट किया गया. साथ ही, कॉन्टेंट की दोबारा समीक्षा और उसे अपडेट करने की कोशिश की जाती हो • यह बताया जाता हो कि किसी विषय पर खास विशेषज्ञता है. इसका मतलब है कि किसी फ़ील्ड में लगातार और अहम योगदान दिया गया है • दूसरे भरोसेमंद स्रोतों के लिंक दिए जाते हैं और उनसे लिंक किया जाता हो [a] • शेयर की गई जानकारी से जुड़े उद्धरण और दावों को सही साबित करने के लिए सबूत दिया जाता हो • एक स्रोत के बजाय, कई स्रोतों से जानकारी इकट्ठा की जाती हो • शेयर की गई जानकारी को सभी की सहमति लेकर तैयार किया जाता हो [b] • कोई जानकारी शेयर करने से पहले, उसके विषय से जुड़े विशेषज्ञों से उसकी समीक्षा करवाई जाती हो या समीक्षा का कोई दूसरा तरीका इस्तेमाल किया जाता हो [c]
<p>मकसद: स्रोतों को ऐसा तरीका इस्तेमाल करना चाहिए जिससे वित्तीय और अन्य तरीकों से हितों का टकराव (सीओआई) या भेदभाव कम हो. हो सकता है कि इस तरह के टकराव या भेदभाव से, स्रोतों से मिली जानकारी की क्वालिटी खराब हो जाए. इसके अलावा, लोगों को ऐसा लग सकता है कि टकराव या भेदभाव से क्वालिटी पर असर पड़ेगा.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • स्वास्थ्य की जानकारी को किसी भी वित्तीय, राजनीति या विचारधारा वाले मैसेज से अलग रखा जाता हो • उन लोगों की दखलअंदाज़ी न हो जिन्होंने फ़ंड दिया है [d] • गुट बनाने की गतिविधियों को स्वास्थ्य की जानकारी से अलग रखा जाता हो. इसके अलावा, इस तरह की गतिविधियों में हिस्सा न लिया जाता हो • स्वास्थ्य की ज़रूरी जानकारी के साथ विज्ञापन शामिल न किए जाते हैं या विज्ञापन बिल्कुल न दिखाए जाते हैं [e]

पारदर्शी और जवाबदेह: स्रोतों को किसी भी जानकारी के साथ, उसकी सीमाओं के बारे में भी बताना चाहिए। इसके अलावा, हितों के टकराव, कॉन्टेंट की गड़बड़ियों या प्रोसेस में होने वाली गलतियों के बारे में भी बताना चाहिए।

- वित्तीय और दूसरे हितों के टकराव ज़ाहिर किए जाते हों
- नीति से जुड़ी ज़रूरी स्थितियों और गुट बनाने की गतिविधियों के बारे में बताया जाता हो
- एफ़एसीए या पारदर्शिता को बढ़ावा देने वाली इससे मिलती-जुलती नीतियों का पालन किया जाता हो [f]
- कॉन्टेंट में सार्वजनिक तौर पर किए गए सुधार या वापस ली गई जानकारी को पोस्ट किया जाता हो
- इस बात को प्राथमिकता दी जाती हो कि कोई भी व्यक्ति जानकारी को ऐक्सेस कर सके। साथ ही, सभी को जानकारी ऐक्सेस करने का बराबर मौका मिलता हो
- लोगों को सुझाव/शिकायत/राय देने का तरीका बताया जाता हो
- डेटा, तरीके या सुझावों के ड्राफ़्ट शेयर किए जाते हों

- a. उदाहरण के लिए, अगर किसी संगठन ने स्वास्थ्य को लेकर, फ़िलहाल के लिए कुछ दिशा-निर्देश तय किए हैं, तो इन्हें फ़ाइनल करने और ज़्यादा लोगों से शेयर करने से पहले, वह इन पर लोगों के सुझाव या राय मांग सकता है।
- b. सभी लोगों से सहमति लेने की प्रोसेस में, अलग-अलग विषयों की राय रखने वाले विशेषज्ञों का एक ग्रुप बनाया जाता है। ये विशेषज्ञ, कुछ सबूतों का आकलन और उन पर सोच-विचार कर, एक राय या दिशा-निर्देश तय करते हैं। इसमें सभी लोगों की सहमति होती है।
- c. किसी विषय के विशेषज्ञों से समीक्षा करवाने की प्रोसेस में, कुछ समीक्षकों के साथ किसी पब्लिकेशन या दूसरे प्रॉडक्ट का ड्राफ़्ट शेयर किया जाता है। ये समीक्षक, उस विषय से जुड़े विशेषज्ञ होते हैं या इनके पास उसका अनुभव होता है। ये इस बात पर अपने विचार भी दे सकते हैं कि प्रॉडक्ट कितना सटीक, निष्पक्ष, और सही है।
- d. उदाहरण के लिए, किसी अकैडमिक जर्नल में उस संगठन की दखलअंदाज़ी के बिना कॉन्टेंट तैयार किया जा सकता है जो उसे फ़ंड कर रहा है। इसका मतलब है कि जर्नल के पास, पब्लिश किए गए कॉन्टेंट का पूरा अधिकार हो।
- e. उदाहरण के लिए, कोई संगठन कैंसर की दवा का विज्ञापन चला सकता है। हालांकि, उसे इस विज्ञापन को कैंसर के बारे में शेयर की जा रही जानकारी से अलग रखना होगा।
- f. एफ़एसीए का मतलब है, फ़ेडरल एडवाइज़री कमिटी ऐक्ट। इसके तहत, संघीय सरकार को सलाह देने वाली कमिटी के लिए ज़रूरी शर्तें तय की गई हैं। इन ज़रूरी शर्तों में, मीटिंग और मीटिंग के नोट का ऐक्सेस सभी के लिए होना और खर्चों के बारे में खास जानकारी देना शामिल है (<https://www.gsa.gov/policy-regulations/policy/federal-advisory-committee-management/advice-and-guidance/the-federal-advisory-committee-act-faca-brochure>)

स्रोत: रेनार्ड के, आर्नेसन एस, चोउ डब्ल्यूवाय एस, करी एस, लेज़ार डी, वीलारॉएल ए. Identifying Credible Sources of Health Information in Social Media: Principles and Attributes. *एनएएम पर्सपेक्टिव्स* जुलाई, 2021 <https://nam.edu/identifying-credible-sources-of-health-information-in-social-media-principles-and-attributes/>. नैशनल अकैडमी ऑफ़ मेडिसिन से अनुमति लेकर दोबारा प्रिंट किया गया.

2. कार्रवाइयां

मीटिंग की शुरुआती बातें

ऐंडी पैटीसन, डब्ल्यूएचओ में डिजिटल चैनल टीम लीड हैं। उन्होंने मीटिंग में शामिल लोगों का स्वागत किया। उन्होंने डिजिटल चैनल टीम का मकसद और अपने काम की तीन अहम बातें बताईं। उन्होंने यह भी बताया कि किस तरह वे महामारी के दौरान टेक्नोलॉजी इंडस्ट्री के साथ काम कर रहे हैं, ताकि गलत जानकारी को फैलने से रोक सकें। उन्होंने एनएएम के लेखकों को बधाई दी और उनके पब्लिश किए गए पेपर की तारीफ़ की। उन्होंने बताया कि डब्ल्यूएचओ का मकसद, इस रिसर्च में किए गए काम को आगे बढ़ाना है। उन्होंने यह भी कहा कि इस पेपर में दी गई जानकारी को दुनिया भर तक पहुंचाना है। उन्होंने बताया कि इस मीटिंग के बाद, सोशल मीडिया कंपनियों से बातचीत की जाएगी। इन कंपनियों को इस पेपर में बताए गए सिद्धांतों को अपनाने के लिए कहा जाएगा।

पैटीसन के बाद, बीएमजे की डायरेक्टर ऑफ़ पार्टनरशिप, डॉक्टर ऐशली मिकीम ने कुछ शुरुआती जानकारी दी। मिकीम ने कहा कि वे भी इन सिद्धांतों को आगे बढ़ाने के काम में साथ हैं। उन्होंने साथ मिलकर काम करने के लिए, डब्ल्यूएचओ और एनएएम का धन्यवाद भी किया। ऐशली ने मीटिंग में शामिल सभी लोगों, मीटिंग में साथ काम करने वालों, और मीटिंग के आयोजकों के नाम बताए। उन्होंने इस मीटिंग को आयोजित करने का एजेंडा भी बताया। उन्होंने बताया कि संगठन के अंदरूनी कामों के लिए, इस मीटिंग को रिकॉर्ड किया जा रहा है। उन्होंने यह भी बताया कि मीटिंग, चैटम हाउस रूल के तहत हो रही है (इसका मतलब है कि मीटिंग में शामिल लोग, यहां मिलने वाली जानकारी शेयर कर सकते हैं। हालांकि, जानकारी देने वाले व्यक्ति की पहचान नहीं बताई जा सकती)।

इसके बाद, कुछ जानकारी डॉक्टर विक्टर जे. ज़ाउ ने दी, जो कि एनएएम के प्रेज़िडेंट हैं। उन्होंने एनएएम के बारे में खास जानकारी दी। साथ ही, उन्होंने बताया कि एनएएम, स्वास्थ्य की जानकारी से जुड़े इस काम में डब्ल्यूएचओ और बीएमजे के साथ मिलकर काम करना चाहता है। उन्होंने माना कि स्वास्थ्य के बारे में अच्छी क्वालिटी की जानकारी देने में मदद करना, सोशल मीडिया कंपनियों की ज़िम्मेदारी है। उन्होंने यह भी बताया कि गलत जानकारी से जुड़ी समस्या को हल करने के लिए, किस तरह एनएएम की टीम ने YouTube के साथ काम शुरू किया।

इसके बाद, डॉक्टर रेनार्ड किंगटन ने एनएएम के पब्लिश किए गए पेपर को मीटिंग में शेयर किया। डॉक्टर रेनार्ड, एंडोवर की फ़िलिप्स अकैडमी में हेड ऑफ़ स्कूल हैं। वे अमेरिका के नैशनल इंस्टिट्यूट ऑफ़ हेल्थ के प्रिंसिपल डेप्युटी डायरेक्टर भी रह चुके हैं। उन्होंने कहा कि पेपर तैयार करने के प्रोजेक्ट को फ़रवरी, 2021 में शुरू किया गया। उन्होंने यह भी बताया कि YouTube ने इस प्रोजेक्ट में मदद करने के लिए, एनएएम के स्टाफ़ को 100,000 डॉलर का फ़ंड दिया। फ़रवरी, 2021 के आखिर में एक एडवाइज़री ग्रुप बनाया गया। इसमें मार्च और अप्रैल, 2021 के बीच चार सेशन में बातचीत की गई। इस एडवाइज़री ग्रुप के सदस्य किंगटन, स्टेसी आर्नेसन (नैशनल लाइब्रेरी ऑफ़ मेडिसिन, अमेरिका), वेन-यिंग सिल्विया चोउ (नैशनल कैंसर इंस्टिट्यूट, अमेरिका), सू करी (यूनिवर्सिटी ऑफ़ आयोवा), डेविड लेज़ार (नॉर्थईस्टर्न यूनिवर्सिटी), और एंटोनिया वीलारॉएल (यूनिवर्सिटी ऑफ़ पेंसिलवेनिया) थे। अप्रैल, 2021 में पेपर के बारे में लोगों से सुझाव और राय मांगी गई। इसी महीने एक वेबिनार भी होस्ट किया गया। विशेषज्ञों से समीक्षा करवाने के बाद, डिस्कशन पेपर तैयार किया गया। इसे जुलाई, 2021 में *एनएएम पर्सपेक्टिव्स* में पब्लिश किया गया।

किंगटन ने इस पेपर के दायरे और पैरामीटर के बारे में जानकारी दी। लेखकों ने जानकारी के भरोसेमंद होने से जुड़ी अपनी रिसर्च का दायरा सीमित रखा। उन्होंने इसमें सिर्फ़ इन बातों पर फ़ोकस किया: a) जानकारी के बजाय, उसके स्रोतों का

आकलन. B) लाभकारी कंपनियों और व्यक्तियों की जगह, सरकारी और गैर-लाभकारी संगठनों का आकलन करना. 3) अंतरराष्ट्रीय संगठनों के बजाय, सिर्फ अमेरिका में मौजूद संगठनों का आकलन करना. उन्होंने माना कि पेपर से, “किसी जानकारी के स्रोत का पता लगाते समय ध्यान देने लायक शुरुआती सिद्धांतों और विशेषताओं” का पता चलता है. इसलिए, किंगटन के मुताबिक यह सिर्फ एक शुरुआत है और प्रोसेस आगे भी जारी रहनी चाहिए. किंगटन ने पेपर में इस्तेमाल हुए कुछ अहम शब्दों के बारे में बताया. जैसे, “भरोसेमंद” को पेपर में कैसे समझाया गया है. उन्होंने पेपर में दिए गए सिद्धांतों के साथ-साथ, जानकारी की जांच करने की कैटगरी के बारे में बताया. उन्होंने इस पेपर में दिए गए, जानकारी के भरोसेमंद होने का आकलन करने के तरीकों पर भी बात की. आखिर में, उन्होंने लेखकों की बताई गई कुछ रणनीतियों के बारे में जानकारी दी. इनका इस्तेमाल, स्रोत के आकलन में किया जा सकता है. उन्होंने यह भी बताया कि इस प्रोसेस में कौनसी नैतिक बातों और पब्लिक हेल्थ से जुड़ी चीजों को ध्यान में रखना चाहिए.

माटिंग में इस्तेमाल हुए तरीके

डब्ल्यूएचओ, बीएमजे और एनएएम ने मीटिंग में पहले सभी का स्वागत करके कुछ शुरुआती जानकारी दी. इसके बाद, मीटिंग में शामिल लोगों को तीन ब्रेकआउट ग्रुप में बिना किसी क्रम के बांटा गया. इन ग्रुप के साथ बीएमजे के स्टाफ ने काम किया और ग्रुप को लीड किया. यह पूरी कार्रवाई Zoom पर की गई. मीटिंग में 20 मिनट के तीन ब्रेकआउट सेशन हुए. इस दौरान बनाए गए नोट, Miro पर ऑनलाइन इकट्ठा किए गए. यह एक वर्चुअल व्हाइटबोर्ड प्लैटफॉर्म है. पहले ब्रेकआउट सेशन में, सभी ग्रुप के बीच इस बात पर बातचीत हुई कि “क्या मौजूदा सिद्धांतों को दुनिया भर में लागू किया जा सकता है?”. इसके बाद, हर ग्रुप ने एक-एक सिद्धांत के तहत बताई गई विशेषताओं पर काफ़ी चर्चा की. आखिरी सेशन में, सभी ग्रुप से यह पूछा गया कि “ये सिद्धांत और विशेषताएं, अलग-अलग देशों और इलाकों के लिए किस तरह से सही हैं? क्या कोई ऐसी चुनौती या चेतावनी है जिस पर ध्यान देना चाहिए?”. ब्रेकआउट सेशन के बीच, 10 मिनट के लिए सभी लोग एक साथ इकट्ठा हुए. इसमें, ग्रुप लीड करने वालों ने बताया कि उनके ग्रुप में क्या बातचीत हुई. पूरा एजेंडा जानने के लिए एनेक्स ॥ देखें.

चर्चा में सामने आई खास बातें

[क्या सिद्धांतों को दुनिया भर में लागू किया जा सकता है?](#)

मीटिंग में शामिल सभी लोगों ने इस बात पर सहमति दी कि “विज्ञान पर आधारित”, “भरोसेमंद”, और “पारदर्शी और जवाबदेह” सिद्धांतों और इनसे जुड़ी विशेषताओं को दुनिया भर में लागू किया जा सकता है. कुछ सिद्धांत, लोगों को काफ़ी अच्छे लगे. उनका मानना था कि स्वास्थ्य की जानकारी देने वालों और सोशल मीडिया प्लैटफॉर्म को, इन सिद्धांतों के हिसाब से काम करना चाहिए.

[चुनौतियां](#)

“विज्ञान पर आधारित” सिद्धांत को दुनिया भर में लागू करना ज़्यादा आसान था. वहीं दूसरी ओर, “साफ़ मकसद” और “पारदर्शी और जवाबदेह” सिद्धांतों को लागू करने में काफ़ी चुनौतियां दिखीं. मीटिंग में शामिल सभी लोगों का यह मानना था कि इन सिद्धांतों को, अलग-अलग जगहों में अलग-अलग तरीके से देखा जा सकता है. साथ ही, उन लोगों को यह भी लगा कि देश की संस्कृति, भाषा, जानकारी के स्रोत का असर, और राजनैतिक विचार जैसी चीज़ें, इस बात पर असर डाल सकती हैं कि किस जानकारी को भरोसेमंद माना जाए. मीटिंग में शामिल लोगों के मुताबिक, स्वास्थ्य की जानकारी अक्सर अलग-अलग सोशल मीडिया प्लैटफॉर्म पर कई भाषाओं में शेयर की जाती है. भले ही, किसी जानकारी का मूल स्रोत एक हो, लेकिन उस जानकारी का अनुवाद किया जाता है और उसे दोबारा शेयर किया जाता है. साथ ही, उस जानकारी को नए तरीके से भी बताया जाता है और उसका गलत मतलब निकाला जाता है. इसलिए, अलग-अलग प्लैटफॉर्म के हिसाब से, जानकारी पर अलग-अलग नीतियां लागू होती हैं. मीटिंग में शामिल लोगों ने यह भी बताया कि हर जानकारी का असर एक जैसा नहीं होता. यह ज़रूरी नहीं है कि स्वास्थ्य की जो जानकारी, सोशल मीडिया पर लोग सबसे ज़्यादा देख रहे हों वह

खबर के लायक हो. हो सकता है कि स्वास्थ्य से जुड़े विशेषज्ञों के मुताबिक, उस बात से गलत जानकारी फैल जाए या उसकी कोई अहमियत न हो. इसके अलावा, यह भी हो सकता है कि टीका लगवाने में हिचकिचाहट, उन देशों के लिए एक बड़ी समस्या न हो जहां टीके उपलब्ध नहीं हैं. मीटिंग में शामिल लोगों ने इस बात पर ज़ोर दिया कि सिद्धांतों को लागू करने के लिए, स्थानीय तौर पर उनकी अहमियत समझना ज़रूरी है.

बातचीत की शुरुआत में, मीटिंग में शामिल लोगों ने बताया कि जानकारी को पूरी दुनिया और किसी देश में डिजिटल प्लैटफ़ॉर्म पर एक्सेस करते समय कई समस्याएं आती हैं. इसलिए, यह ज़रूरी था कि इस बात को ध्यान में रखते हुए, तय किया जाए कि क्या इन सिद्धांतों को दुनिया भर में लागू किया जा सकता है या नहीं. एक दूसरा अहम मुद्दा यह उठा कि लोगों को जानकारी आसानी से समझ आनी चाहिए - इसके लिए, समझ आने वाली भाषा में लोगों को बताया जाए. इसके अलावा, यह भी हो सकता है कि कुछ ग्रुप के लिए, इमेज जैसे विजुअल मीडिया से जानकारी दी जाए. खास तौर पर, स्वास्थ्य के बारे में कम जानकारी रखने वाले लोगों के लिए यह ज़रूरी है. हालांकि, टेक्स्ट के अलावा, दूसरे फ़ॉर्मेट में उपलब्ध जानकारी की क्वालिटी का आकलन करना मुश्किल हो सकता है.

विज्ञान पर आधारित

“विज्ञान पर आधारित” सिद्धांत और विशेषताओं के लिए, मीटिंग में शामिल एक व्यक्ति ने बताया कि “इस बात को स्वीकार किया जाता हो कि किसी विषय के बारे में ज़्यादा जानकारी उपलब्ध नहीं है और इस पर रिसर्च चल रही है” विशेषता के साथ क्या चुनौती है. उदाहरण के लिए, COVID-19 से जुड़ी जानकारी लगातार बदल रही है. इसलिए, कौनसी जानकारी मौजूद है और कौनसी नहीं. इस बारे में हो सकता है कि अलग-अलग बात कही जाए. ऐसे में, शायद आम लोगों को यह जानकारी भरोसेमंद न लगे. इसलिए, यह ज़रूरी है कि जानकारी साफ़ तौर पर और ऐसे फ़ॉर्मेट में दी जाए जिसे आम आदमी समझ सके.

मीटिंग में शामिल लोगों ने इस बात को हाइलाइट किया कि सभी वैज्ञानिक सबूतों को पूरी दुनिया में लागू नहीं किया जा सकता. साथ ही, उनका मानना था कि दिया गया सबूत, कभी-कभी सिर्फ़ कुछ इलाकों पर या किसी खास बीमारी के लिए काम करने वाले ग्रुप पर लागू होता है. इससे जानकारी का गलत मतलब निकाला जा सकता है. खास तौर पर, उन प्लैटफ़ॉर्म पर ऐसा हो सकता है जहां काफ़ी कम जानकारी या सिर्फ़ टैगलाइन शेयर की जाती है. मीटिंग में शामिल एक व्यक्ति ने इस बात को भी फ़्लैग किया कि अलग-अलग देशों में तारीख के अलग-अलग फ़ॉर्मेट इस्तेमाल होते हैं. उस व्यक्ति के मुताबिक, इस वजह से उपभोक्ताओं को यह समझने में समस्या आ सकती है कि जानकारी कितनी अप-टू-डेट है.

कई मामलों में धार्मिक स्रोतों और देसी दवाई को, स्वास्थ्य के बारे में पश्चिमी देशों में मौजूद स्रोतों से मिली जानकारी के मुकाबले ज़्यादा भरोसेमंद माना जाता है. इसलिए, दुनिया भर में यह सिद्धांत लागू करते समय समस्या आ सकती है. विज्ञान पर आधारित सिद्धांत में “दूसरे भरोसेमंद स्रोतों के लिंक दिए जाते हों और उनसे लिंक किया जाता हो” विशेषता भी शामिल है. मीटिंग में यह बात सामने आई कि इस विशेषता की वजह से भी, दुनिया भर में यह सिद्धांत लागू करने में समस्या आ सकती है. ऐसा हो सकता है कि वैश्विक/अंतरराष्ट्रीय संगठनों और स्थानीय/क्षेत्रीय संगठनों के बीच तनाव हो. इसलिए, मूल स्रोत से जिन स्रोतों को लिंक किया गया है उनकी जांच की जानी चाहिए. दोनों में स्थानीय विचारधाराओं के हिसाब से अंतर हो सकता है.

आखिर में, मीटिंग में शामिल लोगों ने कहा कि विशेषज्ञों से जानकारी की समीक्षा करवाना ज़रूरी है. विशेषज्ञों की समीक्षा का लेवल अलग-अलग हो सकता है. कई ऐसे जर्नल हैं जो भरोसेमंद नहीं होते. इनमें विशेषज्ञों से बिल्कुल भी समीक्षा नहीं करवाई जाती. इससे विज्ञान पर आधारित जानकारी की क्वालिटी खराब होती है.

साफ़ मकसद, पारदर्शी और जवाबदेह

मीटिंग में शामिल लोगों ने, “साफ़ मकसद” और “पारदर्शी और जवाबदेह” सिद्धांतों के साथ-साथ, इनसे जुड़ी विशेषताओं को लेकर कई सारी चुनौतियां बताईं। मीटिंग में शामिल लोगों ने बताया कि देशों के अंदर ही, अक्सर इस बात को लेकर विवाद होता है कि कौनसी जानकारी भरोसेमंद है। उदाहरण के लिए, सरकार से मिली जानकारी, विज्ञान से जुड़ी कम्यूनिटी के सुझावों के बिल्कुल उलट हो सकती है। सरकार यह कह सकती है कि मास्क से कोई फ़र्क नहीं पड़ता। इसके अलावा, सरकार यह दावा कर सकती है कि COVID-19 है ही नहीं। ऐसे गैर-सरकारी संगठन भी हो सकते हैं जिनका काफ़ी नाम हो और उनसे मिली जानकारी पर लोग भरोसा करते हों। इससे पब्लिक हेल्थ के बारे में दी जाने वाली जानकारी पर असर पड़ता है। साथ ही, इस बात पर भी फ़र्क पड़ता है कि नागरिक किस जानकारी पर भरोसा कर सकते हैं। इसलिए, कुछ जगहों पर स्वास्थ्य की जानकारी को वित्तीय, राजनीति या विचारधारा वाले मैसेज से अलग रखना मुश्किल हो सकता है।

मीटिंग में शामिल लोगों ने इस बात को फ़्लैग किया कि वित्तीय और दूसरे हितों के बारे में बताने से समस्या हो सकती है। इन लोगों का मानना था कि इस वजह से, हो सकता है कि जानकारी के अलग-अलग मतलब निकाले जाएं। मीटिंग में शामिल एक व्यक्ति ने अपने देश का उदाहरण दिया। उसने कहा कि उसके देश में, विदेशी संगठन से फ़ंड मिलने के बारे में बताने पर समस्या हो सकती है। भले ही, ज़्यादातर मामलों में उस संगठन को भरोसेमंद माना जाता हो। उस व्यक्ति ने कहा कि फ़ंड के बारे में बताने के बाद, आपको काफ़ी समय खुद को सही साबित करने में लगाना पड़ सकता है। आपको यह बताना पड़ेगा कि आपके काम में, फ़ंड देने वाले विदेशी संगठनों की कोई दखलअंदाज़ी नहीं है।

मीटिंग में शामिल लोगों ने यह समस्या भी बताई कि स्वास्थ्य की जानकारी के भरोसेमंद स्रोत माने जाने वाले संस्थानों से जुड़े कुछ लोग, शायद खुद अच्छी क्वालिटी की जानकारी शेयर न करते हों

इसलिए, यह ज़रूरी है कि संस्थान से मिली असल और “आधिकारिक” जानकारी को ही भरोसेमंद माना जाए। उस संस्थान में शामिल हर व्यक्ति से मिली जानकारी पर ध्यान न दिया जाए।

मीटिंग में यह बात भी सामने आई कि दुनिया के अलग-अलग हिस्सों में मौजूद, अच्छी क्वालिटी की जानकारी वाले स्रोतों के लिए कारोबार के मॉडल समझना ज़रूरी है। ऐसा इसलिए है, क्योंकि कभी-कभी हो सकता है कि भरोसेमंद स्रोत, विज्ञापन के बिना आगे न बढ़ पाएं। यह भी मुमकिन है कि पेपर में बताई गई विशेषताओं का सही तरीके से पालन करने पर, जानकारी के कुछ भरोसेमंद और अच्छी क्वालिटी के स्रोत शामिल न हो पाएं। हालांकि, इस बात पर खास ध्यान देना होगा कि स्वास्थ्य की जानकारी देने वाले स्रोतों पर, किस तरह के विज्ञापन दिखाए जाते हैं। स्वास्थ्य की जानकारी और विज्ञापन एक साथ दिखने पर किस तरह की समस्याएं आती हैं, इसका एक उदाहरण टीकाकरण का विरोध करने वाली वेबसाइटें हैं। इन पर कई बार स्वास्थ्य से जुड़े ऐसे प्रॉडक्ट बेचे जाते हैं जिन्हें वैज्ञानिक तौर पर साबित नहीं किया गया है। इसके अलावा, इन वेबसाइटों पर “पूरा वीडियो देखने के लिए” पैसे मांगे जाते हैं। मीटिंग के दौरान, “पारदर्शी और जवाबदेह” सिद्धांत में “कोई प्रॉडक्ट नहीं बेचा जाता है” विशेषता को शामिल करने का सुझाव दिया गया। इससे मिलता-जुलता एक सुझाव यह था कि “किसी को नुकसान नहीं पहुंचाया जाता है” विशेषता को शामिल किया जाए।

3. मीटिंग में सामने आए नतीजे

मीटिंग में शामिल लोगों के मुताबिक, अलग-अलग मामलों में सिद्धांतों और विशेषताओं को लागू करने में चुनौतियां आ सकती हैं। हालांकि, उन सभी लोगों का यह मानना था कि ये सिद्धांत और विशेषताएं, दुनिया भर में लागू की जा सकती हैं।

सोशल मीडिया प्लैटफॉर्म के लिए सुझाव

मीटिंग में यह बात सामने आई कि सोशल मीडिया प्लैटफॉर्म को ये सिद्धांत ज़रूर इस्तेमाल करने चाहिए। इनसे, स्वास्थ्य की जानकारी के भरोसेमंद स्रोतों का पता लगाने में मदद मिलेगी। मीटिंग में शामिल लोगों का यह भी मानना था कि इन सिद्धांतों का इस्तेमाल करके, सोशल मीडिया प्लैटफॉर्म पर मौजूद कॉन्टेंट क्रिएटर्स/प्रभावशाली लोगों को गाइड भी किया जा सकता है। इससे, वे अपने दर्शकों के साथ स्वास्थ्य की जानकारी शेयर करते समय, भरोसेमंद स्रोतों का इस्तेमाल करेंगे। मीटिंग में शामिल लोगों ने यह माना कि इन सिद्धांतों और विशेषताओं से, जानकारी तैयार करने वाले लोगों को अच्छी क्वालिटी का कॉन्टेंट बनाने में गाइड किया जा सकता है। इन सिद्धांतों और विशेषताओं की मदद से, कॉन्टेंट बनाने वाले लोग स्वास्थ्य की जानकारी के एक भरोसेमंद स्रोत बनकर काम कर सकते हैं।

मीटिंग में शामिल लोगों ने इस बात पर भी ज़ोर दिया कि आम लोगों को, ऑनलाइन कॉन्टेंट की पहचान करने के बारे में ट्रेनिंग दी जानी चाहिए। इसमें उन्हें वह तरीका सिखाया जाना चाहिए जिससे पता चले कि स्वास्थ्य के बारे में ऑनलाइन मौजूद कॉन्टेंट के स्रोत भरोसेमंद हैं या नहीं। यह लक्ष्य हासिल करने के लिए, सोशल मीडिया कंपनियों को उन प्रोग्राम पर ध्यान देना चाहिए जिनमें लोगों को, ऑनलाइन कॉन्टेंट के सही या गलत होने का पता लगाने का तरीका सिखाया जाए।

इसके अलावा, मीटिंग में शामिल लोगों ने यह माना कि सोशल मीडिया पर कॉन्टेंट मॉडरेशन की अहमियत है और इसमें कई समस्याएं भी हैं। यह सुझाव दिया गया कि सोशल मीडिया प्लैटफॉर्म को, ज़्यादा से ज़्यादा जगहों और भाषाओं में कॉन्टेंट मॉडरेशन की सुविधा देनी चाहिए। इससे, गलत जानकारी के स्रोतों की पहचान हो पाएगी और उन पर कार्रवाई की जा सकेगी। कॉन्टेंट मॉडरेशन का सुझाव सिर्फ़ मुख्य पोस्ट के लिए नहीं, बल्कि टिप्पणी वाले सेक्शन के लिए भी दिया गया। ऐसा इसलिए है, क्योंकि कभी-कभी लोग स्वास्थ्य की जानकारी देने वाले भरोसेमंद स्रोतों पर मौजूद, टिप्पणी वाले सेक्शन में गलत जानकारी फैलाते हैं।

इसके अलावा, मीटिंग में शामिल लोगों ने यह माना कि हर सोशल मीडिया प्लैटफॉर्म के अलग-अलग कॉन्टेंट फ़ॉर्मैट और नीतियां होती हैं। इसलिए, उन्हें लगता है कि ऐसे सुझाव दिए जाने चाहिए जो कई तरह के सोशल मीडिया प्लैटफॉर्म पर लागू किए जा सकें।

आखिर में, सोशल मीडिया कंपनियों को इस बात के लिए बढ़ावा दिया गया कि वे अपने उपयोगकर्ताओं तक, स्वास्थ्य के बारे में सबसे अच्छे स्टैंडर्ड की जानकारी पहुंचाएं। इसके लिए, यह कहा गया कि ये कंपनियां अपने प्लैटफॉर्म से गलत जानकारी हटाएं। साथ ही, इस बारे में लगातार जानकारी शेयर करें कि वे इन लक्ष्यों को हासिल करने के लिए क्या कर रही हैं। इन कंपनियों को संस्थाओं और रिसर्च करने वालों के साथ मिलकर काम करना चाहिए। इससे ऐसे हल ढूंढे जा सकेंगे जो सभी के लिए काम करें। लोगों के स्वास्थ्य और सुरक्षा से जुड़े सभी प्लान और गतिविधियों में, पारदर्शिता और ज़िम्मेदारी पर सबसे पहले काम होना चाहिए।

ऐनेक्स

ऐनेक्स I: मीटिंग में शामिल और साथ काम करने वाले लोग

मीटिंग में शामिल लोग:

नाम	पद और संस्थान
रेनार्ड किंगटन	अमेरिका के ऐंडोवर में मौजूद फ़िलिप्स अकैडमी के हेड ऑफ़ स्कूल हैं
स्टेसी आर्नेसन	अमेरिका में नैशनल लाइब्रेरी ऑफ़ मेडिसिन के पब्लिक सर्विस डिवीज़न की डेप्युटी चीफ़ हैं
वेन-यिंग (सिल्विया) चोउ	अमेरिका के नैशनल कैंसर इंस्टिट्यूट के बिहेवियर रिसर्च प्रोग्राम में, हेल्थ कम्यूनिकेशन ऐंड इन्फ़ॉर्मेटिक्स रिसर्च ब्रांच की डायरेक्टर हैं
एंटनी एम. वीलारॉयल	अमेरिका में यूनिवर्सिटी ऑफ़ पेंसिलवेनिया में, लेनर्ड डेविस इंस्टिट्यूट ऑफ़ हेल्थ इकनॉमिक्स की सीनियर फ़ेलो, प्रोफ़ेसर, और नर्सिंग की मार्गेंट बॉन्ड साइमन डीन हैं
विक्टर जोसेफ़ ज़ाउ	अमेरिका में नैशनल अकैडमी ऑफ़ मेडिसिन के प्रेज़िडेंट हैं
ब्रेंडा क्रैव्ट्री	Instituto Nacional de Ciencias Médicas y Nutrición Salvador Zubirán INCMNSZ (आईएनसीएमएनएसजेड) में संक्रामक रोगों की विशेषज्ञ और मेक्सिको में मौजूद यूएनएएम में HIV / एड्स प्रोग्राम की असिस्टेंट प्रोफ़ेसर हैं
मार्टिन मेकी	यूनाइटेड किंगडम में मौजूद, लंडन स्कूल ऑफ़ हाइजीन ऐंड ट्रॉपिकल मेडिसिन में पब्लिक हेल्थ के प्रोफ़ेसर हैं
अलेसेंड्रो लवारी	इटली में मौजूद, यूनिवर्सिटी ऑफ़ कालयरी में कम्यूनिकेशन सोशियोलॉजी के असिस्टेंट प्रोफ़ेसर हैं
अमोबी थेरीसा इफ़ोमा	नाइजीरिया में यूनिवर्सिटी ऑफ़ लागोस के मास कम्यूनिकेशन डिपार्टमेंट में लेक्चरर हैं
चार्ल्स शे विसॉंगी	साउथ ऐफ़्रिकन मेडिकल रिसर्च काउंसिल में कोक्रेन साउथ ऐफ़्रिका के डायरेक्टर हैं. साथ ही, दक्षिण अफ़्रीका में मौजूद यूनिवर्सिटी ऑफ़ केप टाउन में एपेडिमियोलॉजी और बायोस्टैटिस्टिक्स के आनरेरी प्रोफ़ेसर हैं
मार्कस बर्डस	अमेरिकन यूनिवर्सिटी ऑफ़ बेरूट की हेल्थ साइंस फ़ैकल्टी में, हेल्थ प्रमोशन और कम्यूनिटी हेल्थ डिपार्टमेंट के असिस्टेंट प्रोफ़ेसर हैं
गगनदीप कांग	भारत के क्रिश्चन मेडिकल कॉलेज में, वेलकम ट्रस्ट रिसर्च लैबोरेट्री, डिवीज़न ऑफ़ गैस्ट्रोइंटेस्टिनल साइंसेज़ में माइक्रोबायोलॉजी की प्रोफ़ेसर हैं
मैरी चेंबर्स	वियतनाम, नेपाल, और इंडोनेशिया में ऑक्सफ़र्ड यूनिवर्सिटी क्लिनिकल रिसर्च यूनिट में पब्लिक और कम्यूनिटी एंगेजमेंट की हेड हैं
तबरेज़ अहमद नियाज़ी	नैशनल यूनिवर्सिटी ऑफ़ सिंगापुर में न्यू मीडिया और पॉलिटिकल कम्यूनिकेशन के असिस्टेंट प्रोफ़ेसर हैं
डेविड लेज़ार	अमेरिका में मौजूद नॉर्थ ईस्टर्न यूनिवर्सिटी में नेटवर्क साइंस इंस्टिट्यूट के जाने-माने प्रोफ़ेसर हैं
हॉली रोडज़	अमेरिका में मौजूद नैशनल अकैडमी ऑफ़ मेडिसिन से जुड़ी नैशनल अकैडमी ऑफ़ साइंसेज़, इंजीनियरिंग, ऐंड मेडिसिन में स्टैंडिंग कमेटी ऑन एडवांसिंग साइंस कम्यूनिकेशन की डायरेक्टर हैं

मीटिंग के होस्ट और उनके साथ काम करने वाले लोग:

नाम	पद और संस्थान
ऐंडी पैटिसन	टीम लीड, डिजिटल चैनल, विश्व स्वास्थ्य संगठन
मोंटा रीडनफ़ेल्डा	टेक्निकल ऑफ़िसर, डिजिटल कम्यूनिकेशन, विश्व स्वास्थ्य संगठन
ऐशली मिकीम	डायरेक्टर, पार्टनरशिप डेवलपमेंट, बीएमजे
कीरन वॉल्श	क्लिनिकल डायरेक्टर, बीएमजे
पॉल सिंपसन	इंटरनैशनल एडिटर, बीएमजे
मॉर्गन किंडबर्ग	प्रोग्राम मैनेजर, बीएमजे
ललिता भगवतीश्वरन	एंगेजमेंट और नॉलेज मैनेजर, बीएमजे
मार्क लैनर	जूनियर कॉन्फ्रेंस प्रोड्यूसर, बीएमजे
कमैल कैली	मार्केटिंग मैनेजर, बीएमजे
लौरा डिस्टेफ़्नो	डायरेक्टर, स्ट्रैटिजिक कम्यूनिकेशन एंड एंगेजमेंट, एनएएम

ऐनेक्स II: एजेंडा

मीटिंग में लोगों का स्वागत (पांच मिनट)

ऐंडी पैटीसन, डिजिटल चैनल टीम लीड, डब्ल्यूएचओ. ऐशली
मिकीम, डायरेक्टर, पार्टनरशिप डेवलपमेंट, बीएमजे

एनएएम के बारे में जानकारी (पांच मिनट)

विक्टर जे. ज़ाउ, प्रेज़िडेंट, नैशनल अकैडमी ऑफ़ मेडिसिन, अमेरिका

एनएएम के रिसर्च पेपर का प्रज़ेंटेशन (10 मिनट)

रेनार्ड किंगटन, हेड ऑफ़ स्कूल, फ़िलिप्स अकैडमी, ऐंडोवर. ये ग्रिनैल कॉलेज में प्रेज़िडेंट इमेरिटस भी हैं

पहला ब्रेकआउट (20 मिनट) + फिर से ग्रुप बनाना (10 मिनट)

क्या मौजूदा [सद्धांतों] को दुनिया भर में लागू किया जा सकता है? क्या कोई और [सद्धांत] जोड़ने की जरूरत है? अगर [किसी] [सद्धांत] को दुनिया भर में लागू नहीं किया जा सकता, तो इसकी वजह क्या है और वह [सद्धांत] [किस] हद तक लागू नहीं किया जा सकता?

दूसरा ब्रेकआउट (20 मिनट) + फिर से इकट्ठा होना (10 मिनट)

हर ग्रुप को तीन में से एक [सद्धांत] दिया गया. ग्रुप को उस [सद्धांत] से जुड़ी विशेषताओं की समीक्षा करने के लिए कहा गया. ग्रुप को यह पता लगाने के लिए भी कहा गया कि क्या कोई ऐसी विशेषता है जो मौजूद नहीं है

तीसरा ब्रेकआउट (20 मिनट) + फिर से इकट्ठा होना (10 मिनट)

पेपर में बताए गए [सद्धांत] और विशेषताएं, अलग-अलग देशों और इलाकों के लिए [किस] तरह से सही हैं? क्या कोई ऐसी चुनौती या चेतावनी है जिस पर ध्यान देना चाहिए?

अगले चरण और मीटिंग खत्म करना (पांच मिनट)
