







# प्रदेश में लोकसभा चुनाव संपन्न

देवदत्त दुबे

सामवार का आठ लोकसभा क्षेत्र में चुनाव सप्तर हान के साथ त प्रदेश की सभी 29 सीटों पर लोकसभा के चुनाव हो चुके हैं अब 4 जून को पता चलेगा कि भाजपा के सभी 29 सीटों को जितने के टारगेट हासिल कर पाती है या कांग्रेस कितनी सीटें जीती हैं हालांकि खुजराहो लोकसभा सीट और इंदौर लोकसभा सीट पर भाजपा को बाकोबर जैसे स्थित रही जहां कांग्रेस चुनाव मैदान में नहीं थी। दरअसल, प्रदेश में चरणों में लोकसभा के चुनाव हुए हर चरण अपनी अलग विशेषता लिए हुए था हर चरण में अलग-अलग मुद्दे भी गमनाये रहे भाजपा और कांग्रेस के राष्ट्रीय नेताओं ने भी प्रदेश में आकर जनसभाएं की प्रादेशिक नेताओं ने भी जमकर चुनाव प्रचार किया इसके बावजूद 2019 के लोकसभा चुनाव की तरह मतदान प्रतिशत नहीं आ पाया लगभग प्रत्येक चरण मतदान प्रतिशत कम रहा प्रथम और दूसरे चरण में कम मतदान प्रतिशत के बाद राजनीतिक दल प्रशासन और चुनाव आयोग सक्रिय हुआ औं उसके बाद तीसरे और चौथे चरण में मतदान प्रतिशत बढ़ाने की कोशिश कामयाब रही लेकिन इंदौर जैसे महानगर में जो जागरूकता के लिए जाना जाता है पूरे देश में लगातार सात बार स्वच्छता में प्रथम स्थान पर आ रहा है। इसके बावजूद खबर लिखे जाने तक लगभग 52 लक्ष मतदान व जानकारी आई है इंदौर में कांग्रेस के घोषित प्रत्याशी अक्षय क्रांति बम नामांकन पत्र वापस लेने के आखिरी दिन नामांकन पत्र वापस लिया औं भाजपा में शामिल हो गए इसके बाद इंदौर में दुविधा की स्थिति बनी ज मतदान के आखिरी समय तक बनी रही हालांकि कांग्रेस पार्टी ने खुलक नोटा के पक्ष में मतदान करने की अपील की एक तरह से प्रचार किया कोई दूसरी ओर भाजपा ने नोटा को बोट न देने के लिए पूरी जागरूकता जनता के बीच बढ़ाने की कोशिश की लेकिन मतदान प्रतिशत इन सब त बाद भी नहीं बढ़ पाया भाजपा का दावा है कि इंदौर भाजपा बड़े अंतर जीत करेगी क्योंकि कांग्रेस मैदान में ही नहीं थी और लोग नोटा को बोट क्यों देते जबकि कांग्रेस में कब मतदान को मतदाताओं की सत्ताधारी द से नाराजगी बताया।

जहाहान जाठ लोकसना क्षत्र न शान तक लगाना ६८ प्रतिशत  
 मतदान होने की खबर है सबसे ज्यादा रतलाम लोकसभा सीट की सैलानी  
 विधानसभा सीट पर ८२ प्रतिशत मतदान हुआ है मुख्यमंत्री डॉ मोहावे  
 यादव के गृह क्षेत्र उच्चैन में शुरुआत में धीमा मतदान हुआ लेकिन शान  
 तक ७० प्रतिशत से भी ज्यादा मतदान हो गया देवास में ७१ प्रतिशत धीमा  
 में ६७ प्रतिशत खंडवा में ६८ प्रतिशत खरगोन में ७० प्रतिशत मंदसौर  
 ७१ प्रतिशत रतलाम में ७० प्रतिशत और इंदौर में ५६ प्रतिशत से भी ज्यादा  
 मतदान हुआ। मालवा का इलाका भाजपा का परंपरागत गढ़ माना जाता  
 है इस कारण भाजपा को जीत की पूरी उम्मीद है लेकिन आरक्षित वर्ग व  
 सीटों पर जिस तरह से कांग्रेस ने चुनौती पेश की है उसके कारण धीमा  
 रतलाम और खरगोन में कांटे की टक्कर मानी जा रही है इंदौर सीट पर  
 भाजपा दिन भर बढ़त बनने के लिए कसरत करती रही शुरुआती दौर

के बावजूद यकीन नहीं है कि गाटे के मुताबिक जांच अपने तार्किक निष्कर्ष तक पहुंचेगी। यदि एफएसएआई ने पहले तो अपने कड़े मानक तय करने में सफली से काम लिया होता, फिर इसके साथ ही कड़ाई से इनको लागू किया होता, तो कोई भी विश्लाखाद्य कंपनी भारतीय बाजार को इन्हें हल्के रूप में न लेती। मैं यहां उस बयान को दोहरा रहा हूं- आशोपों के खंडन संबंधी नेटले का वह बयान स्वयं ही स्पष्ट तौर पर दोषों को उजागर करता है जब वह कहता है, ‘भारत में हमें आवश्यकता है, यही कारण है कि हमने इसे मिलाया है, लेकिन उन स्तरों पर जो यहां तक कि स्थानीय नियामक द्वारा निर्दिष्ट स्तर से भी बहुत कम हैं।’ यदि आप इस कथन को देखें, तो यह सवाल तुरंत उठता है कि भारत में ऐसी आवश्यकता कहां है जिसने कंपनी को शिशु आहार में चीनी की ज्यादा मात्रा डालने के लिए प्रेरित किया? बेबी फूट कंपनियों को भारत में बेबी जाने वाले अपने उत्पादों में अधिक चीनी मिलाने के लिए आखिर कहा किसने है? मैंने भारत में पोषण संबंधी संस्थाओं का कोई अध्ययन या रिपोर्ट ऐसी नहीं देखी जो शिशु आहार में ऊर्जा प्रदाता के तौर पर ज्यादा मात्रा में चीनी मिलाने की जरूरत बताता हो। वहीं, नेटले का कहना है कि उसने प्रति 100 ग्राम फ़ीड में केवल 7.1 ग्राम चीनी डाली है, और वह भी एफएसएआई द्वारा निर्धारित 13.6 ग्राम की स्वीकार्य सीमा के मुकाबले बहुत कम, यह बयान मामले का एक और गंभीर पहलू उजागर करता है।

**• 6 x 8 - 1 = 48 - 1 = 47**

# गारंटी में सामान छोड़ा पढ़ाया कि गुणवत्ता मार्फत

स्ले इंडिया के

बा फूड फार्मलूशन में चाना का आधक मात्रा के आरापा का नस्लीय तौर पर रुद्धिबद्ध धारणा' और असत्य के रूप में नकारने वाले से कहा गया कि पोषण पर्यासता अध्ययन करने के लिए कोई थानीय दृष्टिकोण नहीं है। विश्व स्तर पर उम्र के हिसाब से व्यंजन यार किए गए हैं जहां बढ़ते बच्चों को ऊर्जा सघन उत्पादों की नावश्यकता होती है। इसलिए यूरोपीय बच्चे और भारत या दुनिया किसी अन्य हिस्से में एक बच्चे के बीच भेद नहीं किया जाता है। गारायणन स्विटजरलैंड स्थित एनजीओ थर्ड आई और इंटरनेशनल बी फूड एक्शन नेटवर्क (आईबीएफएन) की रिपोर्ट में कंपनी पर घोरे मानदंड अपनाने संबंधी आरोपों के बारे में प्रकाशित समाचारों पर प्रतिक्रिया दे रहे थे। जिसके मुताबिक यूरोप में बचे जाने वाले उत्पादों की तुलना में भारत व विकासशील देशों में बचे जाने वाले शंशु-आहार अनाजों (सेरेलैक) में चीनी की उच्च मात्रा विद्यमान है। 'भारत में हमें आवश्यकता है, यही कारण है कि हमने इसे शामिल किया है, लेकिन उन स्तरों पर जो स्थानीय नियामक द्वारा निर्दिष्ट की तुलना में भी बहुत कम हैं और मुझे लगता है कि किसी को भरोसा रखना होगा कि स्थानीय नियामक जानता है कि क्या हैं जो हम वहाँ ताल रहे हैं। इसलिए ऐसा नहीं है कि मानकों में यह कोई नाटकीय बदलाव किया गया है।' वे कहते हैं कि 'मातृ आहार की कुछ सादतों, कच्चे माल की स्थानीय उपलब्धता व स्थानीय नियामक की सुरक्षाओं जैसी अलग-अलग धारणाओं' के आधार पर फॉर्मलेशन को

इस बयान के जरिये जो कुछ भी कहा गया है यदि वह सच है, तो कोई कारण नहीं दिखता कि उपभोक्ता मामलों के मंत्रालय को नियमक एजेंसी भारतीय खाद्य सुरक्षा और मानक प्राधिकरण (एफएसएसएआई) को नेस्ले के खिलाफ 'उचित कार्रवाई' का निर्देश देना चाहिए था। निर्देश के बाद, एफएसएसएआई ने नेस्ले की फूड उत्पादों की संरचना से संबंधित विवाद की जांच पहले ही पूर्ण कर दी है। और मैं यहां यह भी जोड़ना चाहूंगा, आरोपों की जांच लिए सख्त निर्देश के बावजूद यकीन नहीं है कि वादे के मुताबिक

अपने तार्किक निष्कर्ष तक पहुंचेगी। यदि एफएसएसआई ने अहले तो अपने कड़े मानक तय करने में सख्ती से काम लिया होता, फिर इसके साथ ही कड़ी से इनको लागू किया होता, तो कोई भी विशाल खाद्य कंपनी भारतीय बाजार को इतने हल्के रूप में न लेती। यहां उस बयान को दोहरा रहा हूं- आरोपों के खंडन संबंधी नेस्ले वह बयान स्वयं ही स्पष्ट तौर पर दोषों को उजागर करता है जब वह कहता है, 'भारत में हमें आवश्यकता है, यही कारण है कि हमने से मिलाया है, लेकिन उन स्तरों पर जो यहां तक कि स्थानीय नियामक द्वारा निर्दिष्ट स्तर से भी बहुत कम हैं।' यदि आप इस कथन को देखें, तो यह सवाल तुरंत उठता है कि भारत में ऐसी आवश्यकता कहां है जिसने कंपनी को शिशु आहार में चीज़ी की ज्यादा मात्रा डालने के लिए प्रेरित किया? बेबी फूट कंपनियों को भारत में बेचे जाने वाले अपने उत्पादों में अधिक चीज़ी मिलाने के लिए आखिर कहां किसने है? मैंने भारत में पोषण संबंधी संस्थाओं का कोई प्रधान या रिपोर्ट ऐसी नहीं देखी जो शिशु आहार में ऊर्जा प्रदाता है। और यह आहार स्तरों में जीवी वित्त जैसे जीव उत्पाद उत्पाद है।



नस्ल का कहना है कि उसने प्रति 100 प्राम कॉड में कवल 7.1 प्राम चीनी डाली है, और वह भी एफएसएआई द्वारा निर्धारित 13.5 ग्राम की स्वीकार्य सीमा के मुकाबले बहुत कम, यह बयान मामलत का एक और गंभीर पहलू उत्तरांगर करता है। इससे पता चलता है कि एफएसएआई के मानक कितने ढीले हैं, जिससे एक हाथी को भी गुजरने की इजाजत मिल जाती है। एफएसएआई को वह डेटा जारी करने के लिए कहा जाना चाहिए जिसके आधार पर उसने शिक्षा आहार में चीनी की स्वीकार्य सीमा निर्धारित की है। एफएसएसएआई को इससे बच निकलने नहीं दिया जा सकता है। एफएसएसएआई ने मानक तय करने के लिए 26 वैज्ञानिक समितियां गठित की हैं और फिर भी यदि मानदंडों में इतनी ढीली दी गई है तो यह स्पष्ट हो जाता है कि 'हितों का टकराव' अक्सर चर्चा की तुलना में कहीं अधिक बड़ा है। जैसा कि वरिष्ठ विज्ञान टिप्पणीकार दिनेश से शर्मा कहते हैं

का काफा हृद तक प्रतिबाधत करना चाहें। यहाँ में कवल मुयुम्पे के बारे में बात नहीं कर रहा हूँ जिसके होने के जोखिम कारकों से बहुत अधिक चीनी का सेवन जुड़ा है, बल्कि जैसा कि जर्नल ऑफ डर्मेटोलॉजी में प्रकशित एक अध्ययन से पता चला है विआनुवर्शिक कारकों के अलावा, यहाँ तक कि चीनी आधारित मीठे पेय भी पुरुषों में बालों के झड़ने की वजह बन सकते हैं। यह सब किस दिशा में लेकर जायेगा खासकर तब जब पिछ्ले कुछ सालों से जंक फूड की खपत में भारी उछल देखा जा रहा है? यहाँ एफएसएसएआई एक सख्त नियमक के रूप में उभर सकता है, ताकि औसत उपभोक्ता सुपरमार्केट से जो कुछ भी खरीद रहा है उसके प्रति

सतुष्ट हा जाएगा, यह जानन क चलत आये यह सुरक्षित आर हल्दा है। लेकिन ऐसा नहीं हो रहा है।

उपभोक्ताओं का एक प्रमुख वर्ग जानता है कि वह जो प्रसंस्कृत खाद्य पदार्थ खरीद रहा है वह स्वास्थ्यवर्धक नहीं है, लेकिन उसके पास विकल्प बहुत कम हैं। वैश्विक अध्ययनों से हमें पता चला है कि भारत, और छह अन्य प्रमुख अर्थव्यवस्थाओं, में उपलब्ध 80% प्रतिशत प्रसंस्कृत खाद्य पदार्थ स्वास्थ्य के हिसाब से सही नहीं हैं। हम पहले ही ऐसी स्थिति में हैं जहां बालपन में भूख के मुकाबले इन उम्र का मोटापा बड़ी समस्या बनने जा रहा है। टूसरी ओर, भारत पहले से ही वयस्कों में मोटापे के मामले में शीर्ष पांच देशों में शामिल हैं। रिपोर्टों में कहा गया है कि अनुमानित रूप से 13% मिलियन भारतीय या तो मोटे हैं या फिर अधिक वजन वाले हैं बेशक, इसके लिए पूरी तरह से खान-पान संबंधी आदतें और उपभोग जिम्मेदार नहीं हैं, लेकिन भोजन की गुणवत्ता को नियंत्रित करने का 'चलता है' वाला रवैया अधिक से अधिक लोगों को इन जंजाल में धकेल रहा है। तत्काल आवश्यकता एफएस-आई के एक ऐसी संस्था में बदलने की है जिस पर देश भरोसा कर सके। इसके लिए भले ही मौजूदा ढांचे में बदलाव की बात आये, तो हम यह नहीं कर सकते।

इंडी की इस ठोस दलील की उपेक्षा की गई है कि तब हरेक विचाराधीन राजनीतिक कैदी को चुनाव प्रचार के लिए जेल से बाहर करना होगा। इससे जमानत का नया आधार बनेगा। इससे समानता के सिद्धांत का विभाजन होगा। केजरीवाल की अंतरिम रिहाई इसलिए अटपटी लग रही है। अब इसका राजनीतिक-न्यायिक संदेश जो भी हो, पर दिल्ली के मुख्यमंत्री बाहर हैं। वे ईंडिया गठबंधन के मजबूत और विजयी होने की अवधारणा बनाने में राहुल गांधी की आक्रामकता से मिलकर अपना योगदान दे रहे हैं। तीन चरणों के चुनावों में मतों की गिरावट में भाजपा की अंदरूनी लड़ाई और मोदी के भाषणों में उठाए मुद्दों के आधार पर जो परिदृश्य बन रहा है, वह सत्ता-प्रतिष्ठानों के तमाम अंगों पर पड़ने वाले दबावों को जाहिर करता है। जनता के संदर्भ में एक नए आकलन पर विचार शुरू होने का संकेत देता है। विपक्ष के लिए यह सांत्वना है। पक्ष-विपक्ष के आशावाद पर अंतिम मुहर परिणाम ही होगा।

બિચાર

# ਫਕਲਾਈਵਸ ਆਰ ਫੋਲੋਅਰਸ ਕਾ ਖੇਲ

इंटरनेट की वजह

सोशल माडिया प्लेटफॉर्म्स दुनिया भर के लोगों का आपस में जाड़ने का काम करते हैं। सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म्स की लोकप्रियता और यूजर्स के एकिटव होने वाले पिछले कुछ सालों में लगातार बढ़ी है। ऐसे में पिछले कुछ वर्षों में सोशल मीडिया पर इन्प्लुएंसर्स की बाढ़-सी आ गई है। मगर इन सबके बीच बड़े पैमाने पर नकली फालोअर्स वाले इन्प्लुएंसर्स का बहुत बड़ा खेल हो रहा है, जिससे अलोग अपना नुकसान कर बैठते हैं। पिछले दिनों इंलैड के पोर्टर्समाउथ विश्वविद्यालय के शोधकर्ताओं ने एक शोध में पाया कि धोखेबाज अपने फर्जी सामानों को बढ़ावा देने के लिए सोशल मीडिया इन्प्लुएंसर की पॉपुलरिटी और भरोसे का फायदा उठाते हैं, जिससे कस्टमर्स नकली प्रोडक्ट खरीद बैठते हैं। रिपोर्ट के अनुसार, सोशल मीडिया पर सक्रिय 16-60 साल की उम्र के लगभग 22 प्रतिशत कस्टमर्स इन्प्लुएंसर्स के द्वारा प्रमोट किए गए सामान खरीदे, जो नकली थे। 'बहुत से कंपनियां ऐसी भी हैं जो किसी इन्प्लुएंसर को कहती हैं कि आप हमारे फलाली प्रोडक्ट का अपने बीडियो में जिक्र करके उसको खरीदने का लिंक डाल दीजिए। अब फेक फॉलोअर्स वाले इन्प्लुएंसर्स पैसे के लिए बिना प्रोडक्ट को प्रयोग किए प्रमोट करते हैं और बाद में ग्राहकों को पता चलता है कि वो आइटम या तो नकल है या खराब क्वालिटी का है।

दरबारी, बड़ा रास्ता नामका करना या पर्वत रास्ता नामका रहा है। नेटवर्क की तुलना में टिक्टोर ने ज्यादा फेक अकाउंट पहचाने और हटाए। टिक्टोर ने खरीदे गए आधे लाइक और रिट्वीट हटाए। अविश्वसनीय कंटेंट हटाने के मामां में यूट्यूब सबसे खराब पाई गई। फेसबुक फर्जी अकाउंट बनाने और ब्लॉक करने में सबसे अच्छा साबित हुआ लेकिन उसने फर्जी कंटेंट बहुत कम हटाया। इंस्टाग्राम में गढ़बड़ी करना सबसे आसान और सस्ता रहा। सच तो यह है कि फर्जीवाड़ा करने वाले लोग बड़ा पैसा कमाते हैं। धंधथली करने वाले ये लोग मेजर प्लेटफॉर्म पर खुलेआम अपने विज्ञापन करते हैं। सोशल मीडिया पर लाखों पोस्ट को प्रभावित किया गया। सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म पर पेड प्रमोशन के जरिये इन सेलिब्रिटी की खूब कमाई होती है। लोग अपना ज्यादा से ज्यादा समय मोबाइल की स्क्रीन पर बिताते हैं। इनमें से ज्यादातर योगदान सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म पर बिताए गए समय का होता है। ऐसे में अक्सर हम फेसबुक या इंस्टाग्राम स्क्रॉल करते समय कोई ऐसा देख लेते हैं। विज्ञापन में दिखाए गए प्रोडक्ट्स को देखकर कभी-कभी उस प्रोडक्ट के बारे में और भी ज्यादा जानने की इच्छा होती है। डिजिटल एडवर्टिजमेंट पूरी तरह से इसी पर टिका हुआ होता है। सोशल मीडिया या अन्य डिजिटल प्लेटफॉर्म पर दिखाए जाने वाले एडवर्टिजमेंट के जरिये भी हम प्रोडक्ट्स खरीदने के लिए तत्पुर होते हैं। एक रिपोर्ट के मुताबिक, भारत में करीब 8 करोड़ सोशल मीडिया इनप्लूएंसर हैं। तकनीकी विशेषज्ञों के अनुसार, इसमें तेजी से इजाफा हो रहा है। लेकिन चिंता की बात ये है कि इस तेजी के पीछे फेक फॉलोअर्स और व्यूज वॉलन भी तेजी से बढ़ रहा है। नए-नए लोग जल्दी से बड़ा बनने के चक्र में पैदा होकर अपने फॉलोअर्स बढ़ाते हैं। सच बात यह है कि आज जो लोग इनप्लूएंसर हैं, उसमें से करीब 10 प्रतिशत ही अपनी मेहनत से बिना प्रमोशन का पैसा दिये या तक पहुंचे हैं। ये वो इनप्लूएंसर हैं, जो पुराने समय ये अब तक जगह बनाए हुए हैं। उस दौर में कंटेंट से ही लोग फॉलोअर बढ़ा सकते थे। बचे 90 प्रतिशत में से 45 से 45 प्रतिशत वो लोग हैं, जो जिस साइट पर होते हैं, उसी पर अपना प्रमोशन करते हैं और फॉलोअर्स बढ़ाते हैं। लेकिन बाकी जो 45-50 प्रतिशत इनप्लूएंसर कहलाते हैं, तो कहीं न कहीं फेक फालोअर्स, लाइक्स और व्यूज को खरीदते हैं। दरअसल हर कोई जल्दी इनप्लूएंसर बनना चाहता है। चाहते हैं, किसी तरह मोनेटाइजेशन जाए, हमें बड़ी कंपनियां अपने ब्रैंड प्रमोशन के लिए कॉल करें। दूसरे, वो लोग जो फेमस हैं, लेकिन कोई प्रतियोगिता में उनसे आगे है तो उनसे भी आगे निकलने के लिए वह फेक फॉलोअर्स, लाइक या व्यूज खरीदते हैं। इससे आम लोगों व बड़ा नुकसान हो जाता है। रिपोर्ट ने सोशल मीडिया नेटवर्क पर क्लिक, लाइक और कॉमेंट बेचने वाली कंपनियों के सामने इंटरनेट कंपनियों की कमजोरी पर एक बात फिर लोगों का ध्यान खींचा है। सोशल नेटवर्क के सॉफ्टवेयर सबसे अधिक लोकप्रिय पोस्ट को प्राथमिकता देते हैं। इससे पैसा देकर जनरेट की गई गतिविधि को प्रपुन्न स्थान मिलता है। पैसे बाले लोग या कथित बड़े सेलिब्रिटी फैशन ऑर्डर्स के साथ जुड़ता है।







