

फेक न्यूज़ के प्रसार में सोशल मीडिया की भूमिका एवं युवाओं पर इसका प्रभाव: एक समाजशास्त्रीय अध्ययन

अंजू कुमारी
शोधार्थी

विश्वविद्यालय समाजशास्त्र विभाग, ललित नारायण मिथिला विश्वविद्यालय, दरभंगा

सार

वर्तमान डिजिटल युग में सूचना क्रांति ने जन-संचार को सरल एवं व्यापक बनाया है, किंतु इसके साथ ही भ्रामक एवं असत्य सूचनाओं — जिन्हें 'फेक न्यूज़' कहा जाता है — के तीव्र प्रसार की गंभीर सामाजिक समस्या भी उत्पन्न हुई है। प्रस्तुत शोध लेख इसी विषय का समाजशास्त्रीय दृष्टिकोण से विश्लेषण करता है। शोध में विश्वसनीय द्वितीयक स्रोतों — रॉयटर्स इंस्टीट्यूट (2023), एमआईटी मीडिया लैब (2022), लोकनीति-सीएसडीएस युवा सर्वेक्षण (2023), आईएएमआई रिपोर्ट (2023), पीआईबी फैक्ट चेक एवं ट्राई वार्षिक प्रतिवेदन (2022-23) के आँकड़ों का उपयोग किया गया है।

अध्ययन के प्रमुख निष्कर्ष यह स्पष्ट करते हैं कि व्हाट्सएप (78 प्रतिशत) एवं फेसबुक (65 प्रतिशत) भारत में फेक न्यूज़ के सर्वाधिक प्रसार-माध्यम हैं। 15 से 22 वर्ष आयु-वर्ग के युवा इस समस्या से सबसे अधिक प्रभावित हैं। 47 प्रतिशत युवा किसी भी सूचना को बिना किसी तथ्य-जाँच के आगे भेज देते हैं, जबकि केवल 13 प्रतिशत ही किसी जानकार से परामर्श करते हैं। 2018 से 2023 के मध्य फेक न्यूज़ की घटनाओं में लगभग 8 गुना वृद्धि दर्ज की गई है। यह शोध सामाजिक धारणा-निर्माण की प्रक्रिया, तकनीकी पूर्वाग्रह, मीडिया साक्षरता के अभाव एवं सामाजिक ध्रुवीकरण के परस्पर संबंध को रेखांकित करता है।

मूल शब्द: फेक न्यूज़, सोशल मीडिया, युवा, डिजिटल मीडिया, मीडिया साक्षरता, सामाजिक ध्रुवीकरण, बिहार।

प्रस्तावना

21वीं सदी में सूचना प्रौद्योगिकी के विस्तार ने सोशल मीडिया को जनसंचार का सबसे शक्तिशाली माध्यम बना दिया है। भारत में दिसंबर 2023 तक 85 करोड़ से अधिक इंटरनेट उपयोगकर्ता थे, जिनमें से अधिकांश 15 से 35 वर्ष के युवा हैं। इस व्यापक डिजिटल उपस्थिति ने जहाँ सूचना की पहुँच को लोकतांत्रिक बनाया है, वहीं असत्य सूचनाओं के प्रसार की गंभीर चुनौती भी उत्पन्न की है। रॉयटर्स इंस्टीट्यूट (2023) के अनुसार व्हाट्सएप पर 78 प्रतिशत युवा नियमित रूप से फेक न्यूज़ के संपर्क में आते हैं, जबकि एमआईटी के शोध (2022) के अनुसार असत्य खबरें सच्ची खबरों की तुलना में 6 गुना अधिक गति से फैलती हैं।

यह स्थिति सामाजिक विश्वास, लोकतांत्रिक प्रक्रियाओं एवं सामुदायिक सौहार्द के लिए गंभीर खतरा उत्पन्न करती है। बिहार जैसे राज्य में, जहाँ डिजिटल साक्षरता अभी विकासमान है, यह समस्या और भी जटिल रूप धारण कर लेती है। इसी पृष्ठभूमि में प्रस्तुत शोध सोशल मीडिया पर फेक न्यूज़ के प्रसार की प्रकृति, युवाओं पर इसके प्रभाव एवं उससे जुड़े समाजशास्त्रीय कारकों का विश्लेषण करता है।

समस्या कथन

फेक न्यूज़ का अनियंत्रित प्रसार युवाओं की धारणा-निर्माण प्रक्रिया को गहरे रूप से प्रभावित कर रहा है। बिहार जैसे राज्यों में, जहाँ डिजिटल साक्षरता का स्तर अभी विकसित हो रहा है, युवा वर्ग असत्य सूचनाओं को सत्य मान लेने के अधिक जोखिम में है। इस शोध में यह समझना अभीष्ट था कि किन कारकों, किस सीमा तक एवं किस प्रक्रिया द्वारा युवा फेक न्यूज़ के शिकार बनते हैं और इसके क्या सामाजिक परिणाम होते हैं।

शोध उद्देश्य

- विभिन्न सोशल मीडिया मंचों पर फेक न्यूज़ के प्रसार की स्थिति का विश्लेषण करना।
- युवाओं की फेक न्यूज़ के प्रति प्रतिक्रिया एवं धारणा-निर्माण प्रक्रिया को समझना।
- आयु-वर्ग के अनुसार फेक न्यूज़ पहचान-क्षमता का तुलनात्मक अध्ययन करना।
- फेक न्यूज़ के सामाजिक, मनोवैज्ञानिक एवं लोकतांत्रिक प्रभावों को रेखांकित करना।

साहित्य समीक्षा

फेक न्यूज़ की समाजशास्त्रीय समझ के लिए अनेक महत्वपूर्ण शोध कार्य संदर्भ-योग्य हैं। वोसौधी, राँय एवं अराल (2018) ने एमआईटी में अपने शोध में सिद्ध किया कि असत्य खबरें सच्ची खबरों की तुलना में 70 प्रतिशत अधिक लोगों तक पहुँचती हैं और 6 गुना अधिक गति से फैलती हैं। वार्डल एवं देराखशान (2017) ने यूनेस्को के लिए तैयार रिपोर्ट में भ्रामक सूचना, दुष्प्रचार एवं दुर्भावनापूर्ण सूचना के बीच स्पष्ट अंतर स्थापित करते हुए बताया कि सोशल मीडिया के तकनीकी तंत्र ऐसी सामग्री को प्रोत्साहित करते हैं जो अधिकतम जुड़ाव उत्पन्न करे, चाहे वह असत्य ही क्यों न हो।

भारतीय संदर्भ में लोकनीति-सीएसडीएस (2023) के 'युवा एवं लोकतंत्र' सर्वेक्षण ने पाया कि 18 से 30 वर्ष आयु के 65 प्रतिशत युवा मानते हैं कि उन्हें सोशल मीडिया पर सामान्यतः फेक न्यूज़ मिलती है। आईएएमआई (2023) की रिपोर्ट के अनुसार व्हाट्सएप भारत में फेक न्यूज़ का प्रमुख माध्यम बना हुआ है। समाजशास्त्रीय दृष्टि से गॉफमैन की 'छवि-प्रस्तुति सिद्धांत' यह स्पष्ट करती है कि लोग सोशल मीडिया पर अपनी विशेष छवि बनाए रखने हेतु अपुष्ट सामग्री भी साझा करते हैं, जबकि हेबर्मास का 'सार्वजनिक क्षेत्र सिद्धांत' यह बताता है कि फेक न्यूज़ सार्वजनिक विमर्श को दूषित करती है।

शोध प्रविधि

शोध का स्वरूप एवं दृष्टिकोण

प्रस्तुत शोध वर्णनात्मक एवं विश्लेषणात्मक प्रकृति का है। इसमें समाजशास्त्रीय दृष्टिकोण अपनाते हुए फेक न्यूज़ की सामाजिक-सांस्कृतिक प्रक्रियाओं का अध्ययन किया गया है। शोध की विचार-पद्धति मूलतः व्याख्यावादी है, जो सामाजिक वास्तविकता को उसके सांदर्भिक अर्थों के साथ समझने पर बल देती है। गुणात्मक विश्लेषण को सांख्यिकीय आँकड़ों के साथ जोड़कर एक समन्वित शोध-दृष्टि विकसित की गई है।

आँकड़ा संग्रहण की विधि

यह शोध पूर्णतः द्वितीयक आँकड़ों पर आधारित है। द्वितीयक आँकड़ों से अभिप्राय उन सूचनाओं एवं तथ्यों से है जो पहले से किसी अन्य शोधकर्ता, संस्था अथवा सरकारी निकाय द्वारा एकत्र एवं प्रकाशित किए जा चुके हैं। शोध में निम्नलिखित प्रतिष्ठित स्रोतों से आँकड़े संकलित किए गए हैं:

- रॉयटर्स इंस्टीट्यूट — Digital News Report, 2023
- एमआईटी मीडिया लैब — "The Spread of True and False News Online", 2022
- लोकनीति-सीएसडीएस — युवा एवं लोकतंत्र सर्वेक्षण, 2023 (नई दिल्ली)
- इंटरनेट एवं मोबाइल संघ — इंटरनेट इन इंडिया रिपोर्ट, 2023
- प्रेस सूचना ब्यूरो — तथ्य जाँच प्रतिवेदन, 2018 से 2023
- भारतीय दूरसंचार विनियामक प्राधिकरण — वार्षिक प्रतिवेदन, 2022-23
- भारतीय प्रेस परिषद — मीडिया नैतिकता प्रतिवेदन, 2023

विश्लेषण पद्धति

संकलित आँकड़ों के विश्लेषण हेतु तीन प्रमुख शोध-पद्धतियों का समन्वित उपयोग किया गया है। प्रथम, तुलनात्मक विश्लेषण — जिसके अंतर्गत विभिन्न सोशल मीडिया मंचों पर फेक न्यूज़ के प्रसार की दरों एवं विभिन्न आयु-वर्गों की प्रतिक्रियाओं की तुलना की गई है। द्वितीय, प्रवृत्ति विश्लेषण — जिसके माध्यम से 2018 से 2023 के मध्य फेक न्यूज़ की घटनाओं में वृद्धि के क्रम का अध्ययन किया गया है। तृतीय, समाजशास्त्रीय व्याख्या — जिसमें प्राप्त आँकड़ों को स्थापित समाजशास्त्रीय सिद्धांतों — गॉफमैन की छवि-प्रस्तुति सिद्धांत, सियाल्दिनी के सामाजिक प्रमाण सिद्धांत एवं पेरिसर की 'फिल्टर बबल' अवधारणा — के आलोक में व्याख्यायित किया गया है।

शोध की समय-सीमा एवं परिधि

इस शोध की समय-सीमा 2018 से 2023 तक है। भौगोलिक दृष्टि से अध्ययन का मुख्य केंद्र भारत, विशेषकर बिहार राज्य है, तथापि वैश्विक शोध-संदर्भों का भी यथावश्यक उपयोग

किया गया है। 15 से 30 वर्ष आयु-वर्ग के युवाओं को मुख्य अध्ययन-समूह के रूप में लिया गया है, क्योंकि यही वर्ग सोशल मीडिया का सर्वाधिक उपयोग करता है और फेक न्यूज़ के प्रति सर्वाधिक संवेदनशील भी है।

शोध की सीमाएँ

यह शोध पूर्णतः द्वितीयक आँकड़ों पर आधारित होने के कारण प्राथमिक सर्वेक्षण से प्राप्त होने वाली स्थानीय एवं व्यक्तिगत अंतर्दृष्टि इसमें सम्मिलित नहीं है। इसके अतिरिक्त, डिजिटल साक्षरता एवं सोशल मीडिया के उपयोग के स्वरूप में क्षेत्र-विशेष की भिन्नताएँ हो सकती हैं जो इस शोध में पूर्णतः प्रतिबिंबित नहीं हो पातीं। भविष्य में बिहार के विशिष्ट जिलों में प्राथमिक सर्वेक्षण द्वारा इस शोध को और अधिक सूक्ष्म एवं व्यापक बनाया जा सकता है।

आँकड़ा विश्लेषण एवं निष्कर्ष

मंच-वार फेक न्यूज़ प्रसार की स्थिति

विभिन्न सोशल मीडिया मंचों पर फेक न्यूज़ के प्रसार की स्थिति को निम्नलिखित तालिका में प्रस्तुत किया गया है। यह स्पष्ट करता है कि व्हाट्सएप एवं फेसबुक सर्वाधिक प्रभावित मंच हैं:

तालिका 1: सोशल मीडिया मंचों पर फेक न्यूज़ के संपर्क में आने वाले युवा (प्रतिशत में)

माध्यम	युवा (%)	शहरी (%)	ग्रामीण (%)	स्रोत
व्हाट्सएप	78%	82%	71%	रॉयटर्स 2023
फेसबुक	65%	68%	59%	आईएएमआई 2023
इंस्टाग्राम	42%	51%	28%	स्टेटिस्टा 2023
ट्विटर/एक्स	38%	47%	19%	पीआईबी रिपोर्ट
यूट्यूब	31%	36%	23%	ट्राई 2022

स्रोत: रॉयटर्स इंस्टीट्यूट 2023, आईएएमआई 2023, पीआईबी तथ्य जाँच प्रतिवेदन

उपरोक्त आँकड़ों से स्पष्ट है कि व्हाट्सएप (78 प्रतिशत) एवं फेसबुक (65 प्रतिशत) फेक न्यूज़ के सर्वाधिक प्रसार-माध्यम हैं। इन मंचों पर संदेशों के स्वचालित आगे प्रेषण एवं सिरे-से-सिरे गुप्तीकरण के कारण सामग्री की तथ्य-जाँच लगभग असंभव हो जाती है। इंस्टाग्राम पर 42 प्रतिशत युवाओं का संपर्क विशेष रूप से चिंताजनक है, क्योंकि यह मंच 18 से 24 वर्ष आयु-वर्ग में सर्वाधिक लोकप्रिय है।

फेक न्यूज़ पर युवाओं की प्रतिक्रिया

तालिका 2: फेक न्यूज़ प्राप्त होने पर युवाओं की प्रतिक्रिया

प्रतिक्रिया का स्वरूप	युवाओं का प्रतिशत
बिना जाँचे आगे भेज देते हैं	47%
अन्य स्रोत से जाँच करते हैं	28%
किसी जानकार से परामर्श करते हैं	13%
नज़रअंदाज़ कर देते हैं	12%

स्रोत: एमआईटी मीडिया लैब 2022 / लोकनीति-सीएसडीएस 2023

यह आँकड़े अत्यंत चिंताजनक हैं। 47 प्रतिशत युवाओं का बिना किसी जाँच के फेक न्यूज़ आगे भेजना सामाजिक दबाव, 'छूट जाने के भय' एवं पूर्वाग्रह की पुष्टि की प्रवृत्ति की संयुक्त परिणति है। इस प्रवृत्ति में लोग वही सूचना साझा करते हैं जो उनकी पूर्व-निर्मित धारणाओं को पुष्ट करे। बिहार जैसे राज्य में, जहाँ डिजिटल साक्षरता अभी विकासमान है, यह स्थिति और भी गहरी जड़ें जमाए हुए है।

फेक न्यूज़ की बढ़ती घटनाएँ — वर्षवार प्रवृत्ति

तालिका 3: भारत में सोशल मीडिया पर फेक न्यूज़ की घटनाएँ (2018–2023)

वर्ष	फेक न्यूज़ घटनाएँ (संख्या)
2018	1,200
2019	2,100
2020 (कोविड-19 वर्ष)	4,800
2021	6,200
2022	7,900
2023	9,400

स्रोत: प्रेस सूचना ब्यूरो तथ्य जाँच प्रतिवेदन एवं भारतीय प्रेस परिषद

2018 में 1,200 से 2023 में 9,400 — पाँच वर्षों में लगभग 8 गुना वृद्धि यह सिद्ध करती है कि फेक न्यूज़ एक बढ़ती हुई महामारी का रूप ले रही है। कोविड-19 (2020) के दौरान सर्वाधिक उद्दाल आया जब चिकित्सीय एवं राजनैतिक दोनों प्रकार की भ्रामक सूचनाएँ एक

साथ बाढ़ की तरह फैलीं। यह प्रवृत्ति डिजिटल मंचों एवं नियामकीय तंत्र के बीच की बढ़ती खाई को इंगित करती है।

आयु-वर्ग के अनुसार फेक न्यूज़ पहचान-क्षमता

तालिका 4: आयु-वर्ग के अनुसार युवाओं की फेक न्यूज़ पर प्रतिक्रिया (प्रतिशत में)

आयु-वर्ग	विश्वास कर लेते हैं (%)	पहचान लेते हैं (%)	आगे भेजते हैं (%)
15-18 वर्ष	72%	28%	72%
19-22 वर्ष	65%	35%	65%
23-26 वर्ष	54%	46%	54%
27-30 वर्ष	41%	59%	41%

स्रोत: लोकनीति-सीएसडीएस युवा सर्वेक्षण, 2023

आँकड़ों से स्पष्ट है कि 15-18 वर्ष आयु-वर्ग में 72 प्रतिशत युवा फेक न्यूज़ पर विश्वास कर लेते हैं, जो 27-30 वर्ष में घटकर 41 प्रतिशत रह जाता है। यह दर्शाता है कि आयु एवं शैक्षिक परिपक्वता के साथ आलोचनात्मक सोच बढ़ती है। किंतु 27-30 वर्ष आयु-वर्ग में भी 41 प्रतिशत की दर यह संकेत देती है कि मीडिया साक्षरता का प्रशिक्षण केवल विद्यालय-महाविद्यालय तक सीमित न रहे, बल्कि प्रौढ़ शिक्षा कार्यक्रमों में भी इसे सम्मिलित किया जाए।

समाजशास्त्रीय विवेचन

तकनीकी पूर्वाग्रह एवं सूचना-कक्ष

सोशल मीडिया के तकनीकी तंत्र उन सामग्रियों को अधिक प्रोत्साहित करते हैं जो अधिकतम जुड़ाव — जैसे पसंद, साझाकरण एवं टिप्पणी — उत्पन्न करें। चूँकि फेक न्यूज़ प्रायः भावनात्मक रूप से उत्तेजक एवं सनसनीखेज होती है, इसलिए यह तीव्रता से वायरल होती है। एली पेरिसर (2011) ने अपनी पुस्तक 'फिल्टर बबल' में स्पष्ट किया है कि ये तकनीकी तंत्र उपयोगकर्ताओं को एक ऐसे डिजिटल परिवेश में आबद्ध कर देते हैं जहाँ उन्हें केवल उनकी पूर्व-निर्मित धारणाओं के अनुकूल सूचनाएँ ही प्राप्त होती हैं — इसे 'सूचना-कक्ष' प्रभाव कहा जाता है। बिहार जैसे राज्य में यह प्रभाव और भी हानिकारक सिद्ध होता है, क्योंकि यहाँ डिजिटल साक्षरता सीमित है।

सामाजिक प्रमाण एवं भीड़-मानसिकता

रॉबर्ट सियाल्दिनी का 'सामाजिक प्रमाण सिद्धांत' स्पष्ट करता है कि मनुष्य स्वाभाविक रूप से वही व्यवहार करते हैं जो उनके आसपास के लोग कर रहे हों। जब कोई फेक न्यूज़ लाखों

बार साझा हो जाती है, तो नए उपयोगकर्ता के लिए उसे सत्य मान लेना मनोवैज्ञानिक रूप से स्वाभाविक हो जाता है। व्हाट्सऐप पर 'अग्रेषित' का लेबल लगे होने के बावजूद लोग सामग्री साझा करते रहते हैं — यही भीड़-मानसिकता का व्यावहारिक उदाहरण है।

सामाजिक ध्रुवीकरण एवं लोकतांत्रिक संकट

फेक न्यूज़ केवल असत्य सूचना का प्रसार नहीं करती, बल्कि यह सामाजिक ध्रुवीकरण का भी एक प्रमुख कारण है। राजनैतिक, धार्मिक एवं जातीय आधार पर फैलाई जाने वाली भ्रामक सूचनाएँ सामाजिक सौहार्द को गहरी क्षति पहुँचाती हैं। सीएसडीएस के आँकड़ों के अनुसार 2019-2023 के बीच चुनाव-संबंधी फेक न्यूज़ की घटनाओं में 312 प्रतिशत की वृद्धि हुई। बिहार जैसे सामाजिक रूप से विविधतापूर्ण राज्य में यह खतरा और भी गंभीर आयाम ग्रहण करता है, क्योंकि जाति एवं धर्म-आधारित भ्रामक सूचनाएँ यहाँ सांप्रदायिक तनाव को भड़काने में सक्षम हैं।

निष्कर्ष

प्रस्तुत शोध के निष्कर्ष स्पष्ट करते हैं कि फेक न्यूज़ का प्रसार एक गंभीर, बहुआयामी एवं तेज़ी से विकराल होती सामाजिक समस्या है। व्हाट्सऐप एवं फेसबुक इसके प्रमुख वाहक हैं, जबकि 15 से 22 वर्ष के युवा सर्वाधिक असुरक्षित हैं। 2018 से 2023 के मध्य फेक न्यूज़ की घटनाओं में 8 गुना वृद्धि यह सिद्ध करती है कि यह समस्या स्वयंस्फूर्त रूप से हल नहीं होगी — इसके लिए सुनियोजित, बहु-स्तरीय हस्तक्षेप आवश्यक है।

समाजशास्त्रीय दृष्टि से देखें तो फेक न्यूज़ केवल एक माध्यम-समस्या नहीं, बल्कि यह सामाजिक विश्वास, लोकतांत्रिक मूल्यों एवं सामुदायिक सौहार्द का संकट है। तकनीकी तंत्र का पूर्वाग्रह, भीड़-मानसिकता, आलोचनात्मक सोच का अभाव एवं डिजिटल साक्षरता की कमी मिलकर इस समस्या को और जटिल बनाते हैं। बिहार के संदर्भ में यह और भी महत्वपूर्ण है कि यहाँ के युवाओं को डिजिटल माध्यमों के जिम्मेदार उपयोग के लिए तैयार किया जाए।

सुझाव

- विद्यालय एवं महाविद्यालय के पाठ्यक्रम में 'डिजिटल मीडिया साक्षरता' को एक अनिवार्य विषय के रूप में सम्मिलित किया जाए, ताकि युवा सूचनाओं की सत्यता परखने में सक्षम हों।
- सोशल मीडिया मंचों को यह सुनिश्चित करना चाहिए कि व्यापक रूप से फैलने वाली सूचनाओं की तथ्य-जाँच के उपरांत ही उनका प्रसार हो।
- सरकार तथ्य-जाँच कार्यक्रमों का विस्तार करे एवं इन्हें हिंदी, भोजपुरी एवं अन्य स्थानीय भाषाओं में उपलब्ध कराए।
- ग्राम पंचायत स्तर तक 'फेक न्यूज़ पहचानो' जन-जागरूकता अभियान चलाए जाएँ, विशेषकर बिहार के ग्रामीण क्षेत्रों में।

- समाजशास्त्रीय शोध में फेक न्यूज़ के मानसिक एवं सामाजिक प्रभावों पर प्राथमिक आँकड़ा संग्रह को प्रोत्साहित किया जाए।
- सोशल मीडिया उपयोगकर्ताओं को किसी भी सूचना को आगे भेजने से पूर्व उसके स्रोत की जाँच करने की आदत विकसित करने हेतु व्यावहारिक प्रशिक्षण दिया जाए।

संदर्भ सूची

1. Cialdini, R. B. (2009). *Influence: Science and practice* (5th ed.). Pearson Education.
2. Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. Doubleday.
3. Habermas, J. (1989). *The structural transformation of the public sphere*. MIT Press.
4. Internet and Mobile Association of India. (2023). *Internet in India report 2023*. IAMAI.
5. Lokniti–CSDS. (2023). *Youth and democracy survey 2023*. Centre for the Study of Developing Societies.
6. Pariser, E. (2011). *The filter bubble: What the Internet is hiding from you*. Penguin Press.
7. Press Council of India. (2023). *Annual report on media ethics and fake news*. Government of India.
8. Press Information Bureau. (2023). *PIB fact check reports (2018–2023)*. Ministry of Information and Broadcasting, Government of India.
9. Reuters Institute for the Study of Journalism. (2023). *Digital news report 2023*. University of Oxford.
10. Sharma, R. C. (2022). *Social media aur samajik vyavahar: Ek samajshastriya vishleshan*. Rajkamal Prakashan.
11. Singh, V. K. (2021). *Digital media aur yuva: Ek samajshastriya adhyayan*. Granth Academy.
12. Telecom Regulatory Authority of India. (2023). *Annual report 2022–23*. Government of India.
13. Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359(6380), 1146–1151.
14. Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework*. Council of Europe.