

डिजिटल मीडिया के दौर में 'एजेंडा सेटिंग' का सिद्धांत किस प्रकार बदल गया है?

डिजिटल मीडिया के उदय ने पारंपरिक जनसंचार के 'एजेंडा सेटिंग' (Agenda-Setting Theory) के बुनियादी ढांचे को पूरी तरह से बदल दिया है। मैक्स कॉम्ब्स और डोनाल्ड शॉ द्वारा 1972 में प्रतिपादित यह सिद्धांत मूल रूप से इस बात पर आधारित था कि "मीडिया हमें यह नहीं बताता कि क्या सोचना है, बल्कि यह बताता है कि किस बारे में सोचना है।"

डिजिटल युग में आए प्रमुख बदलाव निम्नलिखित हैं:

1. गेटकीपिंग (Gatekeeping) का अंत

पारंपरिक मीडिया (अखबार, टीवी) में संपादक तय करते थे कि कौन सी खबर प्रमुखता से दिखाई जाएगी।

डिजिटल दौर में अब हर व्यक्ति एक 'कंटेंट क्रिएटर' है।

* सोशल मीडिया: अब ट्विटर (X), फेसबुक और इंस्टाग्राम जैसे प्लेटफॉर्म पर आम नागरिक भी किसी मुद्दे को 'ट्रेंड' कराकर एजेंडा सेट कर सकते हैं।

* रिवर्स एजेंडा सेटिंग: कई बार सोशल मीडिया पर वायरल होने वाले मुद्दे मुख्यधारा के मीडिया (Mainstream Media) को कवर करने के लिए मजबूर कर देते हैं।

2. एल्गोरिदम की भूमिका (Algorithmic Agenda Setting)

अब एजेंडा केवल संपादक या पत्रकार तय नहीं करते, बल्कि जटिल एल्गोरिदम तय करते हैं।

* पर्सनलाइजेशन: आपके ब्राउज़िंग इतिहास और पसंद के आधार पर एल्गोरिदम तय करता है कि आपकी स्क्रीन पर कौन सी खबरें पहले आएंगी।

* इको चैंबर (Echo Chambers): इसके कारण लोग केवल वही जानकारी देखते हैं जो उनके पहले से बने हुए विचारों की पुष्टि करती है, जिससे सामूहिक सामाजिक एजेंडा बिखर जाता है।

3. सूचना की गति और 'रियल-टाइम' प्रभाव

पहले एजेंडा सेट होने में कुछ दिन या हफ्तों का समय लगता था, लेकिन डिजिटल दौर में यह मिनटों में होता है।

* लाइव रिपोर्टिंग: किसी भी घटना का वीडियो तुरंत वायरल होकर वैश्विक एजेंडा बन सकता है (जैसे 'ब्लैक लाइव्स मैटर' आंदोलन)।

* अल्पकालिक एजेंडा: डिजिटल मीडिया पर एजेंडा बहुत तेजी से बदलता है। आज का सबसे बड़ा मुद्दा कल सुबह तक गायब हो सकता है।

4. फेक न्यूज़ और 'मिसइन्फॉर्मेशन' का खतरा

डिजिटल मीडिया में एजेंडा सेटिंग का एक नकारात्मक पहलू यह है कि झूठ या भ्रामक जानकारी के जरिए भी सार्वजनिक विमर्श को प्रभावित किया जा सकता है।

'बॉट फार्म्स' और 'आईटी सेल' कृत्रिम रूप से किसी खास मुद्दे को चर्चा के केंद्र में लाने की शक्ति रखते हैं।

प्रमुख बदलावों का सारांश

विशेषता	पारंपरिक मीडिया (पुराना दौर) डिजिटल मीडिया (नया दौर)
नियंत्रण	शीर्ष से नीचे (Top-down) नीचे से ऊपर (Bottom-up)
प्रवाह	एकतरफा (One-way) संवादात्मक (Interactive)
मुख्य कारक	संपादक/पत्रकार उपयोगकर्ता/एल्गोरिदम
प्रकृति	स्थिर और दीर्घकालिक अस्थिर और क्षणिक

डिजिटल दौर में एजेंडा सेटिंग अब किसी एक संस्था के हाथ में न रहकर 'नेटवर्क एजेंडा सेटिंग' बन गई है, जहाँ सूचनाएँ कई दिशाओं से एक साथ प्रवाहित होती हैं।