

क्या अब भी पारंपरिक मीडिया ही एजेंडा तय करता है या सोशल मीडिया ने इसे विकेंद्रीकृत कर दिया है?

यह एक बहुत ही गंभीर, दिलचस्प और सामयिक प्रश्न है। सच तो यह है कि अब शक्ति का संतुलन "विकेंद्रीकृत" (Decentralized) हो गया है, लेकिन पारंपरिक मीडिया पूरी तरह से अप्रासंगिक नहीं हुआ है। आज के दौर में एजेंडा सेटिंग को समझने के लिए हमें इसे दो दृष्टिकोणों से देखना होगा:

1. सोशल मीडिया का 'लोकतांत्रिकरण' और विकेंद्रीकरण:

सोशल मीडिया ने एजेंडा सेट करने के एकाधिकार को खत्म कर दिया है। इसे अब 'इंटरमीडियरी एजेंडा सेटिंग' कहा जाता है।

\* नीचे से ऊपर का प्रवाह (Bottom-up flow): पहले बड़े न्यूज़ चैनल तय करते थे कि "ब्रेकिंग न्यूज़" क्या होगी। अब किसी दूरदराज के इलाके का एक वायरल वीडियो या एक हैशटैग (#Hashtag) मुख्यधारा के मीडिया को मजबूर कर देता है कि वह उस पर चर्चा करे।

\* नागरिक पत्रकारिता: आम जनता अब केवल सूचना प्राप्त करने वाली नहीं है, बल्कि वह खुद सूचना का स्रोत बन गई है।

\* सीधा संवाद: राजनेता और प्रभावशाली व्यक्ति अब प्रेस कॉन्फ्रेंस के बजाय ट्विटर (X) या इंस्टाग्राम लाइव का सहारा लेते हैं, जिससे पारंपरिक संपादकों की 'गेटकीपिंग' खत्म हो गई है।

## 2. पारंपरिक मीडिया का 'वैधता' प्रभाव (Legitimacy Power)

विकेंद्रीकरण के बावजूद, पारंपरिक मीडिया (अखबार और टीवी) के पास अब भी एक चीज़ है जो सोशल मीडिया के पास अक्सर नहीं होती: विश्वसनीयता और आधिकारिक मोहर।

\* पुष्टि (Verification): सोशल मीडिया पर कोई खबर वायरल हो सकती है, लेकिन जनता उस पर पूरी तरह भरोसा तब करती है जब उसे किसी प्रतिष्ठित अखबार या न्यूज़ चैनल पर देखती है।

\* गहन विश्लेषण: सोशल मीडिया केवल "क्या हुआ" बताता है, जबकि पारंपरिक मीडिया "क्यों हुआ" और उसके प्रभाव का विश्लेषण करता है, जो दीर्घकालिक एजेंडा तय करने में मदद करता है।

\* नीति निर्धारण: सरकारें और संस्थाएं आज भी अक्सर अखबारों के संपादकीय और टीवी बहसों को देखकर ही बड़े नीतिगत निर्णय लेती हैं।

## 3. वर्तमान स्थिति: एक 'हाइब्रिड' मॉडल

आज हम एक ऐसे दौर में हैं जहाँ दोनों माध्यम एक-दूसरे पर निर्भर हैं:

\* सोशल मीडिया मुद्दा उठाता है: (जैसे किसानों का विरोध, पर्यावरण मुद्दे या कोई स्कैम)।

\* पारंपरिक मीडिया उसे विस्तार देता है: उसे प्राइम टाइम बहस और फ्रंट पेज की खबर बनाता है।

\* एल्गोरिदम उसे जीवित रखता है: सोशल मीडिया के एल्गोरिदम उस न्यूज़ क्लिप को बार-बार दिखाकर लोगों के दिमाग में उसे टिकाए रखते हैं।

## निष्कर्ष

एजेंडा अब विकेंद्रीकृत तो हो गया है, लेकिन यह बिखरा हुआ भी है। अब कोई एक संस्था एजेंडा तय नहीं करती, बल्कि यह पारंपरिक मीडिया, सोशल मीडिया इन्फ्लुएंसर्स और यूज़र्स के बीच होने वाली एक निरंतर 'खींचतान' (Tug of war) का परिणाम है।