

एक पाठक के रूप में इस "एजेंडा सेटिंग" से कैसे बचा जाए?

डिजिटल युग में सूचनाओं का सैलाब है, और इस "एजेंडा सेटिंग" के चक्रव्यूह से बचना किसी चुनौती से कम नहीं है। एक जागरूक पाठक के रूप में आप 'मीडिया साक्षरता' (Media Literacy) के इन ५ प्रभावी तरीकों को अपनाकर खुद को सुरक्षित रख सकते हैं:

1. 'इको चैंबर' को तोड़ें (Diversify Your Feed)
सोशल मीडिया के एल्गोरिदम आपको वही दिखाते हैं जो आप पसंद करते हैं। इससे आप एक मानसिक दायरे में कैद हो जाते हैं।

* समाधान: उन लोगों या समाचार स्रोतों को भी फॉलो करें जिनके विचार आपसे अलग हैं। यदि आप केवल एक विचारधारा की खबरें पढ़ रहे हैं, तो समझ लीजिए कि आप किसी के "एजेंडा" का हिस्सा बन चुके हैं।

2. स्रोत की जांच करें (Check the Source)
कोई भी सनसनीखेज खबर पढ़ते समय खुद से पूछें — "यह खबर कहाँ से आ रही है?"

* वेबसाइट का यूआरएल देखें: कई बार फर्जी वेबसाइट्स असली न्यूज़ पोर्टल जैसी दिखती हैं (जैसे ndtv.com की जगह ndtv-news.co)।

* लेखक की पहचान: क्या उस खबर पर किसी पत्रकार का नाम है? क्या वह संस्था विश्वसनीय है?

3. 'लेटरल रीडिंग' (Lateral Reading) का अभ्यास करें

जब आप कोई विवादास्पद खबर देखें, तो केवल उसी आर्टिकल को न पढ़ें।

* तुलना करें: एक टैब में वह खबर खोलें और दूसरे टैब में गूगल पर सर्च करें कि अन्य विश्वसनीय मीडिया संस्थान (जैसे BBC, PTI, या Reuters) उस बारे में क्या कह रहे हैं। अगर वह खबर केवल एक ही जगह दिख रही है, तो वह प्रायोजित एजेंडा हो सकता है।

4. भावनाओं के प्रति सचेत रहें (Emotional Awareness)

एजेंडा सेटिंग अक्सर आपकी भावनाओं (गुस्सा, डर या अत्यधिक गर्व) को निशाना बनाती है।

* चेतावनी संकेत: यदि कोई हेडलाइन आपको तुरंत गुस्सा दिलाने या किसी समुदाय के प्रति नफरत पैदा करने के लिए लिखी गई है (जैसे—"देखें कैसे...", "सावधान...", "खतरे में..."), तो रुकें। भावनाओं में बहकर शेयर करना ही एजेंडा चलाने वालों की जीत है।

5. फैक्ट-चेक वेबसाइट्स का सहारा लें

आजकल कई विश्वसनीय संस्थान केवल खबरों की सच्चाई जांचने का काम करते हैं।

* भारत में Alt News, Boom Live, और Vishvas News जैसे प्लेटफॉर्म का उपयोग करें। व्हाट्सएप पर आए किसी भी संदिग्ध मैसेज को बिना फैक्ट-चेक किए आगे न बढ़ाएं।

एक पाठक के रूप में आपका 'चेकलिस्ट' :

| क्या करना चाहिए? | क्यों? |

| हेडलाइन के आगे पढ़ें | अक्सर हेडलाइन भ्रामक (Clickbait) होती है। |

| तारीख ज़रूर देखें | अक्सर पुरानी घटनाओं के वीडियो को नया बताकर एजेंडा सेट किया जाता है। |

| कमेंट सेक्शन से बचें | कमेंट्स में अक्सर 'बॉट्स' या 'आईटी सेल' का कब्ज़ा होता है जो आपकी राय बदलने की कोशिश करते हैं। |

"सूचना का उपभोग भोजन की तरह करें—सब कुछ मत निगलें, पहले उसकी शुद्धता की जांच करें।"