



## 18. डिजिटल युग में हिंदी समाचार पत्र पढ़ने का स्वभाव : एक अध्ययन

डॉ. नीरज कुमार सिंह

सहायक प्रोफेसर

पत्रकारिता एवं जनसंचार विभाग

आईआईएमटी कॉलेज ऑफ मैनेजमेंट, ग्रेटर नोएडा (उ. प्र.)

ईमेल- [nirajsinghbts@gmail.com](mailto:nirajsinghbts@gmail.com)

### शोध सारांश

हम २१वीं सदी के उस गतिमान दौर में हैं जहाँ एक स्पर्श मात्र से ही समाचार तक पहुँच जाते हैं। आज हम डिजिटल भारत और हिंदी की बात करते हैं। डिजिटल भारत में व्यक्ति इतना गतिमान है कि आज इंटरनेट की सर्वसुलभ उपलब्धता की वजह किसी भी खबर को जल्द से जल्द जानना चाहता है। डिजिटलीकरण के वजह से आज प्रत्येक प्रतिष्ठित हिंदी अखबार के वेब संस्करण उपलब्ध है परंतु उसका मुद्रित संस्करण भी प्रतिदिन प्रकाशित होता है। प्रस्तुत अध्ययन एक ऐसा शोध होगा जो रोचक जानकारी प्रस्तुत करेगा कि आज के डिजिटल युग में जहाँ इंटरनेट की उपलब्धता सर्वसुलभ है उसमें पाठक हिंदी अखबारों के मुद्रित पेज को पढ़ते हैं या उसके ऑनलाइन संस्करण को पढ़ते हैं। ऑनलाइन और ऑफलाइन दोनों के आगमन में अत्यधिक समय अंतराल भी होता है क्योंकि अखबारों के ऑनलाइन संस्करण सूर्योदय से पहले आ जाते हैं जबकि उनके ऑफलाइन संस्करण यानी मुद्रित पेज सूर्योदय के बाद व्यक्ति के पास उपलब्ध होते हैं। ऐसे में यह अध्ययन एक आंकड़ा प्रस्तुत करेगा कि पाठक वर्ग मुद्रित पेज को पढ़ता है या ऑनलाइन संस्करण पढ़ता है। यदि मुद्रित पेज पढ़ता है तो क्यों? और यदि ऑनलाइन संस्करण पढ़ता है तो क्यों? मुद्रित पेज के पाठक अधिक हैं कि ऑनलाइन संस्करण के पाठक, क्योंकि यह अध्ययन दक्षिण बिहार केंद्रीय विश्वविद्यालय के छात्रों पर है तो यह और भी रोचक होगा क्योंकि यह परिसर पूर्णतः वाईफाई है। यह अध्ययन आज के डिजिटल युग में पाठक के बीच हिंदी अखबारों के ऑफलाइन संस्करण और ऑनलाइन संस्करण के वास्तविक वस्तुस्थिति को प्रस्तुत करेगा। यह अध्ययन प्राथमिक आंकड़ों पर आधारित है, जिसमें सर्वेक्षण पद्धति और विषय वस्तु विश्लेषण पद्धति का उपयोग किया गया है।

**मुख्य शब्द:** मुद्रित पेज, ऑफलाइन, ऑनलाइन, सर्वसुलभ, परिसर

### प्रस्तावना

महज आज से कुछ साल पहले इंटरनेट की उपलब्धता सर्व सुलभ नहीं थी। 1GB इंटरनेट के लिए हमें 200 से 300 रुपये खर्च करने पड़ते थे फिर भी उस रफ्तार में हम इंटरनेट का इस्तेमाल नहीं कर पाते थे। उस समय पूरा भारत ऑफलाइन अखबार पर ही निर्भर था। इंटरनेट का जब प्रादुर्भाव हुआ तो सबसे पहले भारत के उच्च वर्ग के पास उसकी पहुंच हुई। हिंदी के पाठक को आमतौर पर माना जाता है कि उनका संबंध ग्रामीण परिवेश से ज्यादा रहा है क्योंकि भारत गांवों का देश है इसमें ग्रामीण आबादी बहुतायत पाई जाती है यही कारण है कि हिंदी के अखबार पूरे भारत में सबसे ज्यादा निकलते हैं यानी प्रकाशित होते हैं।



भाषा के आधार पर प्रकाशित सर्वोच्च तीन अखबार

क्र.सं.	भाषा	दैनिक	साप्ताहिक	पाक्षिक	मासिक	त्रैमासिक	वार्षिक	अन्य	कुल
1	हिंदी	4349	6430	1551	3534	302	18	90	16274
2	मराठी	617	1633	90	261	25	39	18	2683
3	अंग्रेजी	820	471	124	622	154	30	213	2434

स्रोत-वार्षिक विवरण 2020-21, आरएनआई.

आज परिस्थिति बिल्कुल उलट है आज पूरा भारत डिजिटल इंडिया का नारा दे रहा है ऐसे में हर अखबार अपना ई अखबार लेकर पाठक के बीच उपलब्ध है फिर भी अखबारों के ऑफलाइन संस्करण का सरकुलेशन पहले की ही भांति बना हुआ है मैं यह बात इसलिए कह रहा हूँ क्योंकि उनके सरकुलेशन में पिछले 1 वर्षों में कुछ कमी आई है लेकिन इतनी भी कमी नहीं आई है जितनी रफ्तार से पूरा भारत ऑनलाइन प्लेटफॉर्म पर उपलब्ध है.

बिहार के शीर्ष दो हिंदी अखबार

क्र.सं.	नाम	पाठक संख्या
1	हिंदुस्तान	9.98 लाख
2	दैनिक भाष्कर	9.11 लाख

स्रोत-<https://www.newslandry.com/2018/08/27/circulation-battles-in-bihar-dainik-bhaskar-inches-close-to-the-top>

प्रस्तुत अध्ययन डिजिटल युग में हिंदी समाचार पत्र पढ़नेके स्वभाव पर है तो तो ऐसे में यह और महत्वपूर्ण हो जाता है कि आज के डिजिटल युग में पाठक अखबार को किस माध्यम से पढ़ने में ज्यादा रुचि रखते हैं वर्तमान समय में भी यदि ऑफलाइन संस्करणोंकी महत्ता बनी हुई है तो इसके पीछे कोई न कोई मजबूत कारण जरूर होगा.आज लगभग हर व्यक्ति के हाथ में एंड्राइड मोबाइल उपलब्ध है मैं समाज के हाशिए पर स्थित वर्ग की बात नहीं कर रहा हूँ मैं उस वर्ग की बात कर रहा हूँ जिस वर्ग पर मेरा शोध कार्य है. आज पूरा देश इतनी तेजी से गतिमान है की हर कोई एक साथ कई कार्य कर रहा है ऐसे में व्यक्ति के पास जब इंटरनेट युक्त संसाधन जिससे वह जो चाहे त्वरित संपर्क कर सकता है ऐसी परिस्थिति में यदि हिंदी अखबार की पत्नी अता पर ध्यान दिया जाए तो इस परिस्थिति में पाठक बंद कमरे में ही सोए सोए पूरे अखबार को अपने मोबाइल की स्क्रीन पर पढ़ सकता है फिर भी इस परिस्थिति में भी यदि उत्तरदाता ऑफलाइन की तरफ जा रहे हैं उसके पीछे बहुत बड़ी वजह होगी क्योंकि ऑफलाइन संस्करण के लिए एक स्पेस और टाइम की जरूरत होती है.एकोअह्म ब्लॉग में हिन्दी अखबार : पुणे के और मेरे अंचल के में विष्णु वैरागी जी लिखते है कि हिंदी की सेवा और शुद्धता का ध्यान जितना अहिन्दी क्षेत्रों में रखा जाता है उतना हमारे यानि शिद्ध हिंदी क्षेत्र में भी नहीं रखा जाता है .यह अध्ययन एक ऐसे परिसर में हो रहा है जो पूर्णता वाईफाई युक्त है इस परिसर में पढ़ने वाले सभी प्रतिभागी इंटरनेट के उपयोग से सुपरिचित हैं. इस अध्ययन के आकड़े एक बड़े स्तर का प्रतिनिधित्व करेंगे. शोध क्षेत्र बिहार में है तो यहाँ से कुल प्रकाशित हिंदी अखबारों की बात करे तो आर एन आई के अनुसार 172 है. इसमें छोटे, माध्यम और बड़े आकर के सभी श्रेणी के अखबार आते हैं.



### शोध उद्देश्य

प्रस्तुत शोध अध्ययन के लिए निम्नलिखित शोध उद्देश्य है.

- 1-डिजिटल युग में हिंदी अखबार के पाठक के माध्यम चयन एवं उसके कारण का अध्ययन करना.
- 2-अखबार में पाठक की विशेष रुची एवं उसपर दिए जाने वाले समयावधि का अध्ययन करना.
- 3-ऑनलाइन अखबार की विषय-वस्तु के प्रति पाठक की राय का अध्ययन करना .

### शोध प्रश्न

- 1-क्या हिंदी अखबार के पाठक पर डिजिटल युग का प्रभाव पड़ा है?
- 2-क्या पाठकों की रुची उनकी योग्यता के अनुरूप है?
- 3-ऑनलाइन विषय-वस्तु को लेकर पाठक वर्ग क्या समझ रखता है?

### शोध प्राविधि

प्रस्तुत अध्ययन 'डिजिटल युग में हिंदी समाचार पत्र पढ़ने का स्वभाव : एक अध्ययन' के लिए सर्वेक्षण प्रविधि का उपयोग किया गया है. आकड़ा संकलन हेतु प्रश्नावली का प्रयोग किया गया है. प्रश्नावली में बंद और खुली दोनों का उपयोग किया गया है. आकड़ों का संकलन प्राथमिक स्रोत से लिया गया है. इस अध्ययन हेतु उत्तरदाताओं के चयन में उद्देश्यपरक निदर्शन पद्धति का प्रयोग किया गया है.

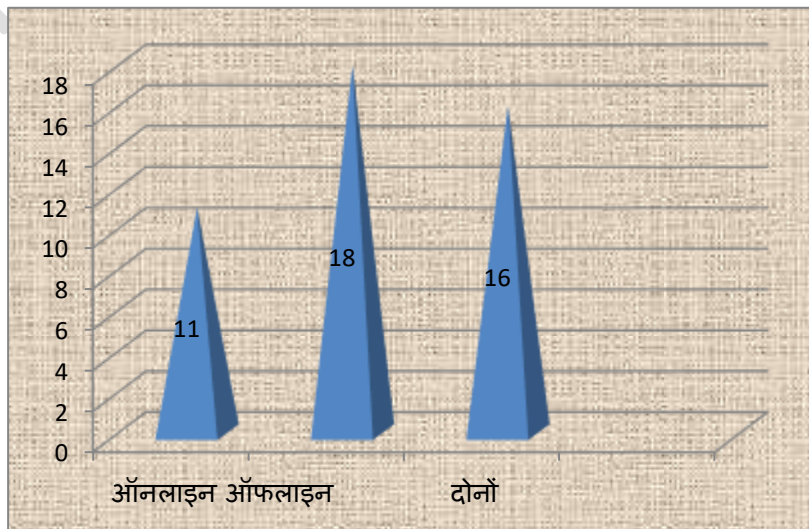
### शोध परिणाम एवं विश्लेषण

प्रस्तुत शोध अध्ययन के लिए प्रश्नावली में कुल 19 प्रश्न शामिल किए गए हैं जिनमें से 18 प्रश्न बंद प्रश्नावली का हिस्सा है तथा अंतिम प्रश्न यानी 19 वां प्रश्न खुली प्रश्नावली का हिस्सा है इन सभी 19 प्रश्नों के उत्तरदाताओं द्वारा दिए गए परिणाम का हम विश्लेषण करेंगे.

### प्रश्न संख्या -1 आप हिंदी अखबार किस माध्यम से पढ़ते हैं?

- अ) ऑनलाइन      ब) ऑफलाइन      स) दोनों

क्र.	विकल्प	प्रतिभागियोंकामत	मतप्रतिशत
अ	ऑनलाइन	11	24.44
ब	ऑफलाइन	18	40
स	दोनों	16	35.56
कुलयोग		45	100



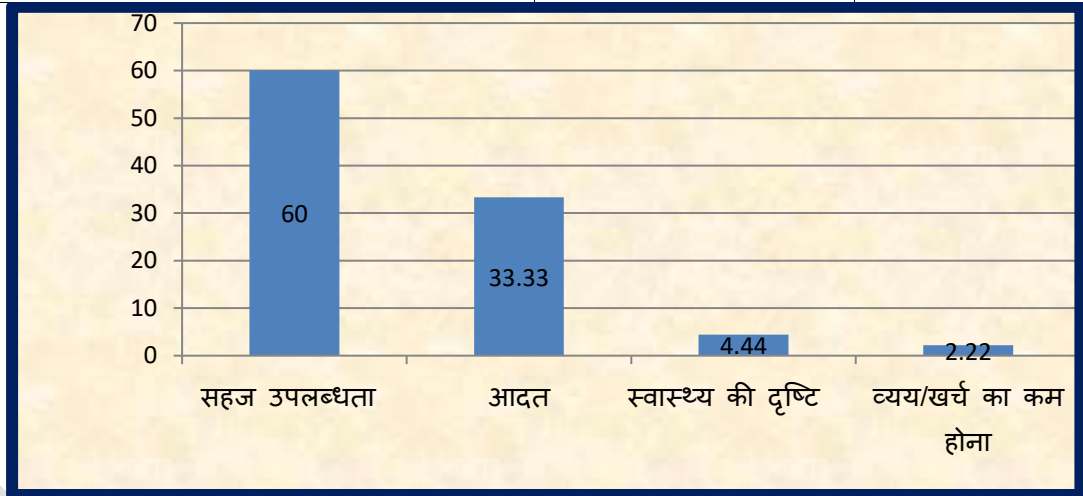


उपरोक्त प्रश्न का जबाब यह दर्शाता है कि डिजिटल युग में भी केवल 24.44 प्रतिशत लोग ही ऑनलाइन हिंदी अखबार पढ़ते हैं जबकि 40 प्रतिशत लोग ऑफलाइन हिंदी अखबार पढ़ते हैं। 35.56 प्रतिशत लोग ये मानते हैं कि वे दोनों माध्यमों से हिंदी अखबार पढ़ते हैं।

**प्रश्न संख्या -2 आप इस माध्यम में पढ़ने की मुख्य वजह किसे मानते हैं?**

अ) सहज उपलब्धता      ब) आदत      स) स्वास्थ्य की दृष्टि      द) व्यय/खर्च का कम होना

क्र.	विकल्प	प्रतिभागियों का मत	मत प्रतिशत
अ	सहज उपलब्धता	27	60
ब	आदत	15	33.34
स	स्वास्थ्य की दृष्टि	02	04.44
द	व्यय/खर्च का कम होना	01	02.22
कुलयोग		45	100



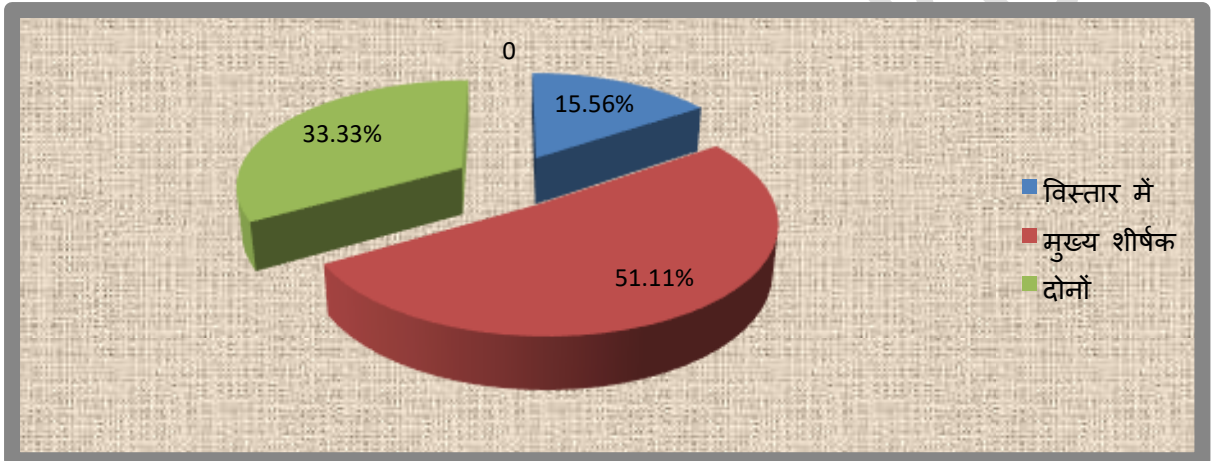
उपरोक्त प्रश्न का प्राप्त उत्तर यह बताता है कि 60 प्रतिशत पाठक जिस माध्यम का उपयोग कर रहे हैं, वह सहज उपलब्ध है जबकि 33.34 प्रतिशत पाठक इस बात से सहमत हैं कि वे आदतन इस माध्यम में अखबार पढ़ते हैं। कुछ पाठक स्वास्थ्य को ध्यान में रखकर तो कुछ खर्च को ध्यान में रखकर माध्यम का चुनाव करते हैं।



प्रश्न संख्या 3- आप अखबार में खबर किस रूप में पढ़ते हैं?

अ) विस्तार में                      ब) मुख्य शीर्षक      स) दोनों

क्र.	विकल्प	प्रतिभागियोंकामत	मतप्रतिशत
अ	विस्तार में	07	15.56
ब	मुख्य शीर्षक	23	51.11
स	दोनों	15	33.33
कुलयोग		45	100

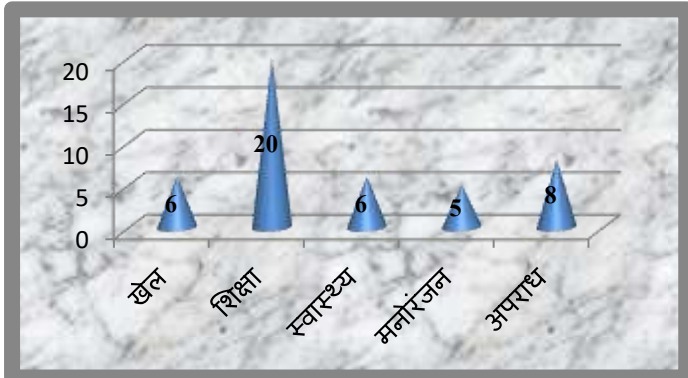


51.11 प्रतिशत पाठक इस बात को मानते हैं कि वे अखबार का मुख्य शीर्षक ही पढ़ कर आंगे बढ़ जाते हैं. विस्तार से पढ़ने वाले पाठक 15.56 प्रतिशत है जबकि 33.33 प्रतिशत पाठक मुख्य शीर्षक के साथ विस्तार से पढ़ते हैं.

प्रश्न संख्या -4 आप किस क्षेत्र की खबरों को पढ़ना पसंद करते हैं?

अ) खेल                      ब) शिक्षा                      स) स्वास्थ्य                      द) मनोरंजन                      य) अपराध

क्र.	विकल्प	प्रतिभागियोंकामत	मतप्रतिशत
अ	खेल	06	13.33
ब	शिक्षा	20	44.44
स	स्वास्थ्य	06	13.33
द	मनोरंजन	05	11.12
य	अपराध	08	17.78
कुलयोग		45	100



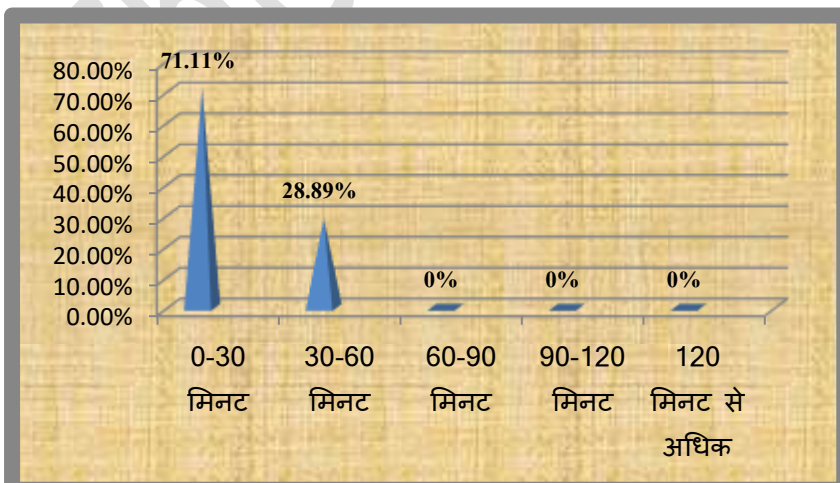
जब शोधार्थी ने खबरों के संबंध में पाठकों से उनकी रुची जाननी चाही तो सबसे ज्यादा रुची शिक्षा संबंधी खबरों में दिखी. उसके बाद अपराध संबंधी खबरों में थी.

प्रश्न संख्या -5 आप अखबार पढ़ने में कितना समय देते हैं?

- अ) 0-30 मिनट      ब) 30-60 मिनट      स) 60-90 मिनट      द) 90-120 मिनट      य) 120 मिनट से अधिक

क्र.	विकल्प	प्रतिभागियोंकामत	मतप्रतिशत
अ	0-30 मिनट	32	71.11
ब	30-60 मिनट	13	28.89
स	60-90 मिनट	00	00
द	90-120 मिनट	00	00
य	120 मिनट से अधिक	00	00
कुलयोग		45	100

71.11 प्रतिशत पाठक प्रतिदिन लगभग 30 मिनट समय अखबार में देते हैं जबकि 28.89 प्रतिशत लगभग एक घंटा समय अखबार पढ़ने में देते हैं.

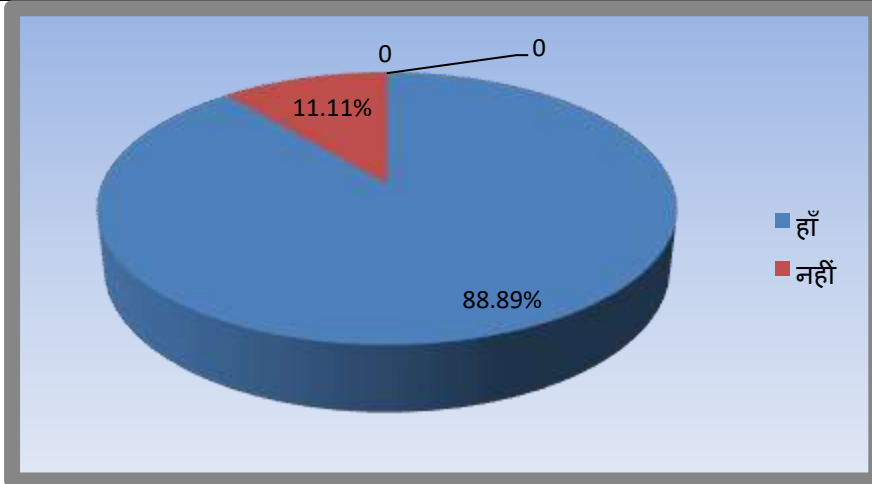




**प्रश्न संख्या-6 क्या आपके परिसर में इंटरनेट की उपलब्धता है?**

अ) हाँ                      ब) नहीं

क्र.	विकल्प	प्रतिभागियोंकामत	मतप्रतिशत
अ	हाँ	40	88.89
ब	नहीं	05	11.11
कुलयोग		45	100

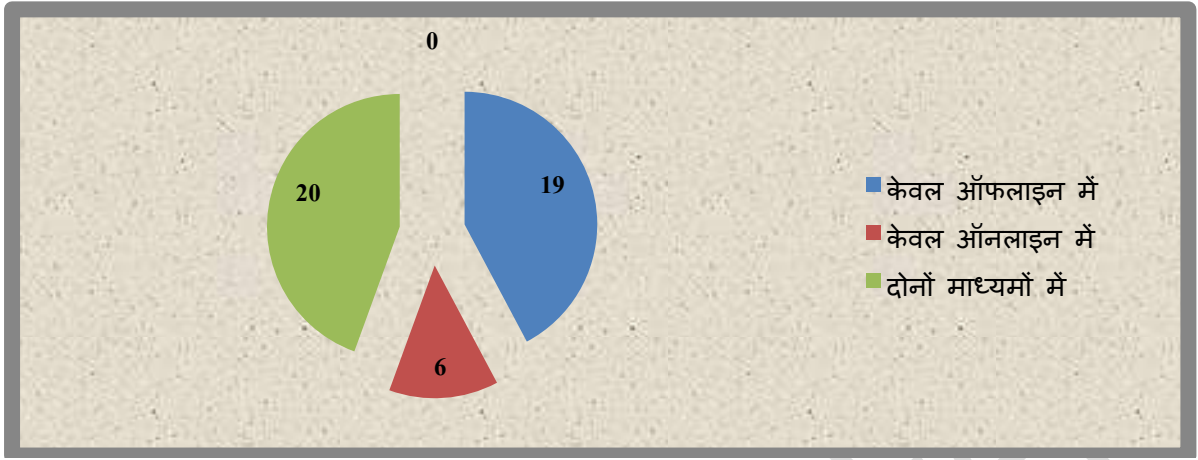


88.89 प्रतिशत पाठक इस बात से सहमत है कि उनका परिसर पूर्णतः वाई फाई से युक्त है जबकि 11.11 प्रतिशत इस बात से असहमत है .उपरोक्त आकड़ा बतलाता है कि लगभग 90 प्रतिशत डिजिटल युग में है.

**प्रश्न संख्या -7 हिंदी अखबारों के पढ़ने के लिए किस माध्यम में शुल्क का भुगतान करना पड़ता है ?**

अ) केवल ऑफलाइन में                      ब) केवल ऑनलाइन में                      स) दोनों माध्यमों में

क्र.	विकल्प	प्रतिभागियोंकामत	मतप्रतिशत
अ	केवल ऑफलाइन में	19	42.23
ब	केवल ऑनलाइन में	06	13.33
स	दोनों माध्यमों में	20	44.44
कुलयोग		45	100



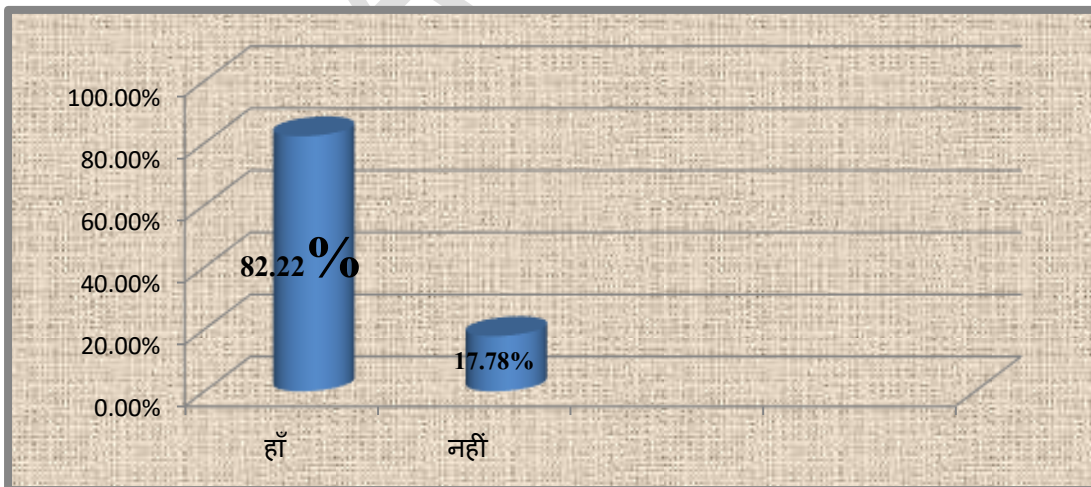
शोधार्थी ने जब उनसे अखबरों के शुल्क के बारे में सवाल किया तो वो काफी संशय में दिखे. 45 में से 6 मतदाता मानते है कि ऑनलाइन में ही शुल्क लगता है जबकि 19 कहते हैं कि केवल ऑफलाइन में लगता है . 20 उत्तरदाता मानते है दोनों माध्यमों हेतु शुल्क देना होता है.

**प्रश्न संख्या- 8 क्या आपको पता है कि ई अखबार कई ऑनलाइन प्लेटफ़ॉर्म पर मुफ्त में उपलब्ध है?**

अ) हाँ                      ब) नहीं

क्र.	विकल्प	प्रतिभागियोंकामत	मतप्रतिशत
अ	हाँ	37	82.22
ब	नहीं	08	17.78
कुलयोग		45	100

82.22 प्रतिशत उत्तरदाता को पता है कि कई ऑनलाइन प्लेटफ़ॉर्म पर ई पेपर मुफ्त में उपलब्ध है.

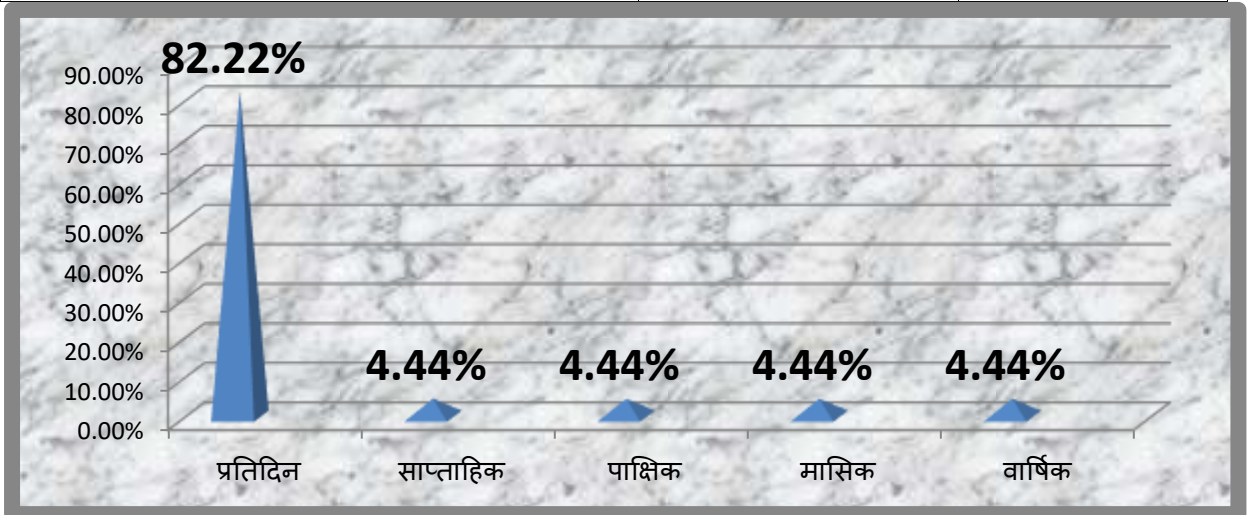




प्रश्न संख्या -9 आप हिंदी अखबार पढ़ते हैं.

अ) प्रतिदिन      ब) साप्ताहिक      स) पाक्षिक      द) मासिक      य) वार्षिक

क्र.	विकल्प	प्रतिभागियोंकामत	मतप्रतिशत
अ	प्रतिदिन	37	82.22
ब	साप्ताहिक	02	4.445
स	पाक्षिक	02	4.445
द	मासिक	02	4.445
य	वार्षिक	02	4.445
कुलयोग		45	100

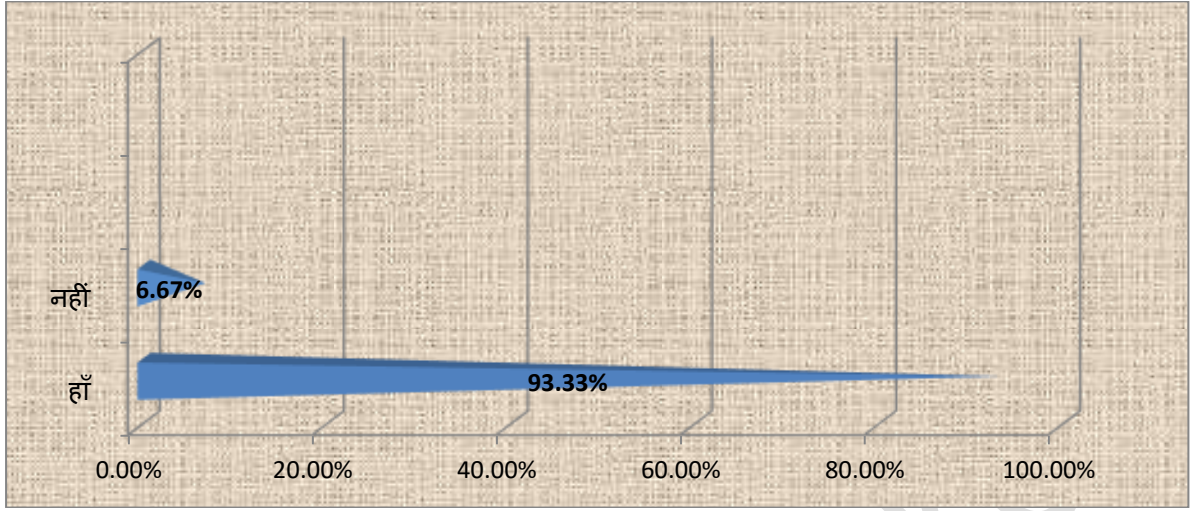


82.22 प्रतिशत उत्तरदाता प्रतिदिन अखबार पढ़ते हैं जबकि कुछ उत्तरदाता साप्ताहिक, पाक्षिक, मासिक तथा वार्षिक पढ़ते हैं.

प्रश्न संख्या -10 क्या आप हिंदी अखबारों को अपने कैरियर वृद्धि में मददगार मानते हैं?

अ) हाँ      ब) नहीं

क्र.	विकल्प	प्रतिभागियोंकामत	मतप्रतिशत
अ	हाँ	42	93.33
ब	नहीं	03	6.67
कुलयोग		45	100



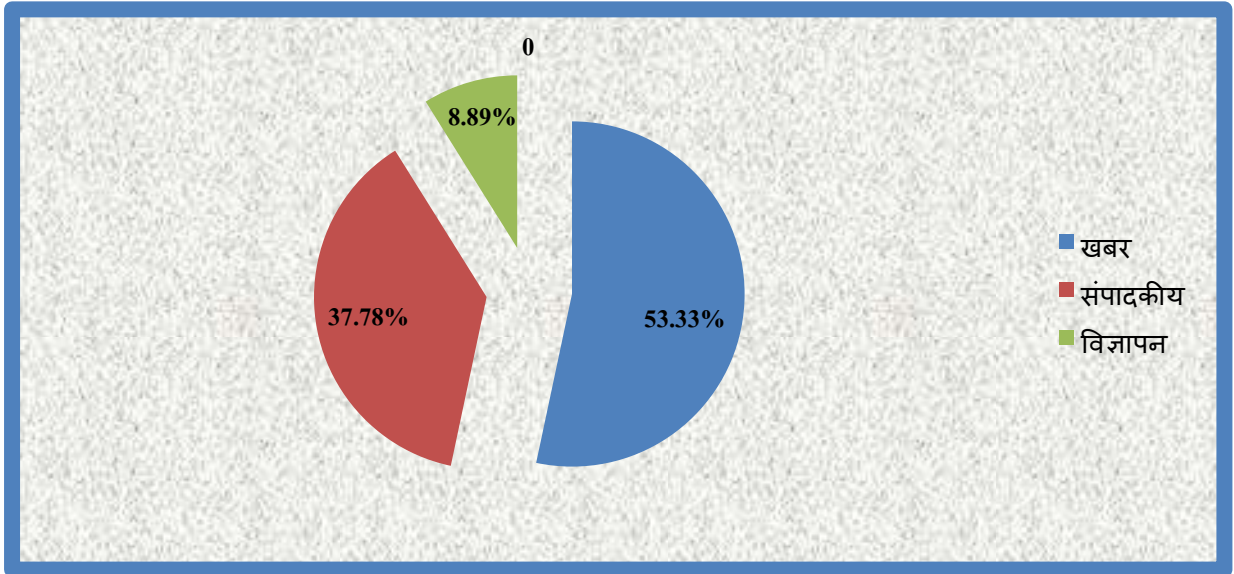
93.33 प्रतिशत उत्तरदाता इस बात से सहमत है कि हिंदी अखबार करियर निर्माण में सहायक है।

**प्रश्न संख्या 11- आपका हिंदी अखबार में रूचिकर भाग क्या है?**

अ) खबर                      ब) संपादकीय      स) विज्ञापन

क्र.	विकल्प	प्रतिभागियोंकामत	मतप्रतिशत
अ	खबर	24	53.33
ब	संपादकीय	17	37.78
स	विज्ञापन	04	8.89
कुलयोग		45	100

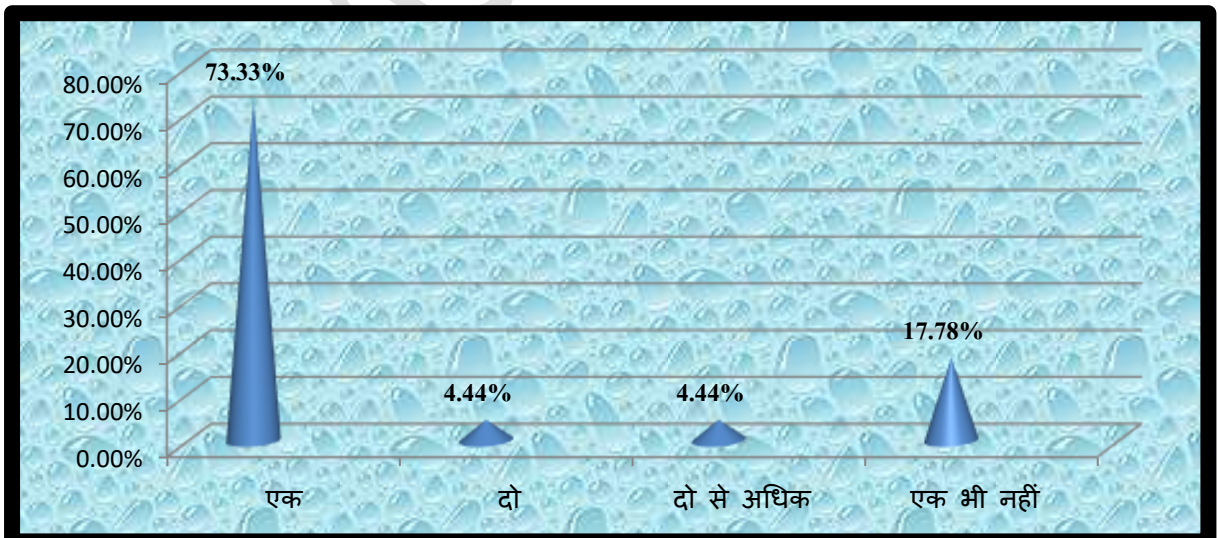
जब शोधार्थी ने उत्तरदाताओं की रुची को जानने के लिए प्रश्न को घुमाकर पूछा तो 53.33 प्रतिशत उत्तरदाता अखबार में खबर के प्रति विशेष लगाव रखते हैं जबकि 37.78 प्रतिशत लोग संपादकीय के प्रति विशेष लगाव रखते हैं तो वही 8.89 प्रतिशत उत्तरदाता विज्ञापन के प्रति भी विशेष लगाव रखते हैं।



प्रश्न संख्या 12- आप प्रतिदिन कितने हिंदी अखबार पढ़ते हैं ?

अ) एक                      ब) दो    स) दो से अधिक    द) एक भी नहीं

क्र.	विकल्प	प्रतिभागियोंकामत	मतप्रतिशत
अ	एक	33	73.33
ब	दो	02	4.445
स	दो से अधिक	02	4.445
द	एक भी नहीं	08	17.78
कुलयोग		45	100

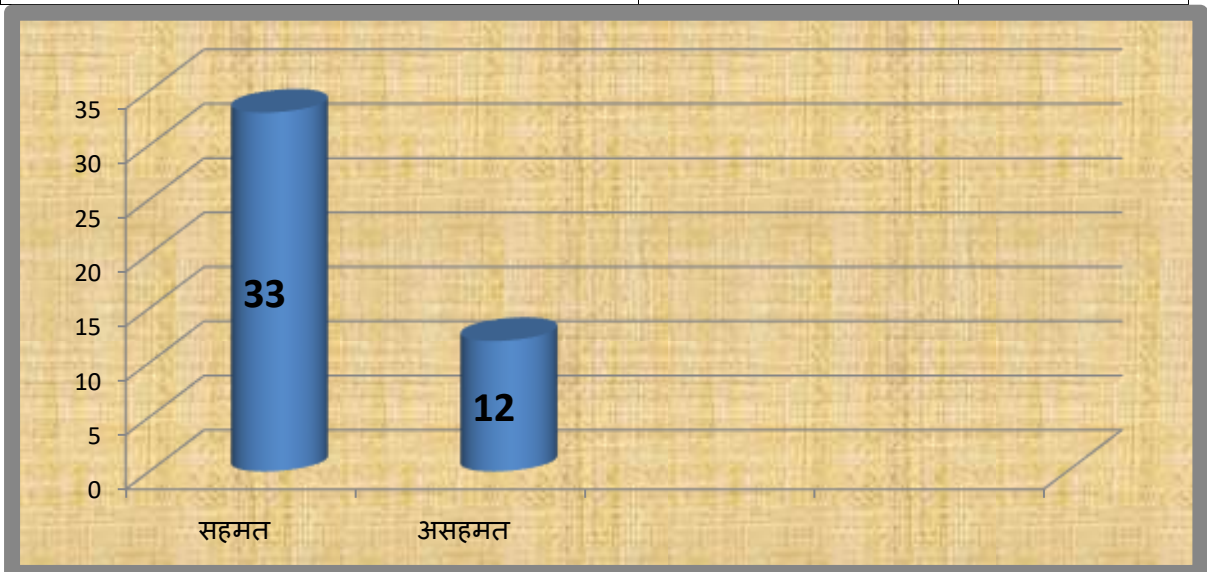


73.33 प्रतिशत लोग प्रतिदिन एक अखबार ,4.44 प्रतिशत लोग दो अखबार ,4.44 प्रतिशत ही दो से अधिक तथा 17.78 प्रतिशत एक भी अखबार नहीं पढ़ते हैं.



**प्रश्न संख्या-13 ऑनलाइन माध्यमों में हाइपरलिंक/ऑडियो /वीडियो का चलन भटकाव का माध्यम है - सहमत/असहमत**

क्र.	विकल्प	प्रतिभागियोंकामत	मतप्रतिशत
अ	सहमत	33	73.33
ब	असहमत	12	26.67
कुलयोग		45	100



73.33 प्रतिशत उत्तरदाता ऑनलाइन माध्यमों में हाइपरलिंक/ऑडियो /वीडियो का चलन को भटकाव का माध्यम मानते हैं जबकि 26.67 प्रतिशत उत्तरदाता असहमत है।

**प्रश्न संख्या-14 ऑनलाइन माध्यमों के जरिये पढ़ा गया समाचार स्मृति पटल पर नहीं रहता- सहमत/असहमत**

क्र.	विकल्प	प्रतिभागियोंकामत	मतप्रतिशत
अ	सहमत	20	44.44
ब	असहमत	25	55.56
कुलयोग		45	100

55.56 प्रतिशत उत्तरदाता इस बात से सहमत है कि ऑनलाइन माध्यमों के जरिये पढ़ा गया समाचार स्मृति पटल पर रहता है। जबकि 44.44 प्रतिशत इस बात पे सहमत है कि ऑनलाइन माध्यमों के जरिये पढ़ा गया समाचार स्मृति पटल पर नहीं रहता है।



## The Asian Thinker

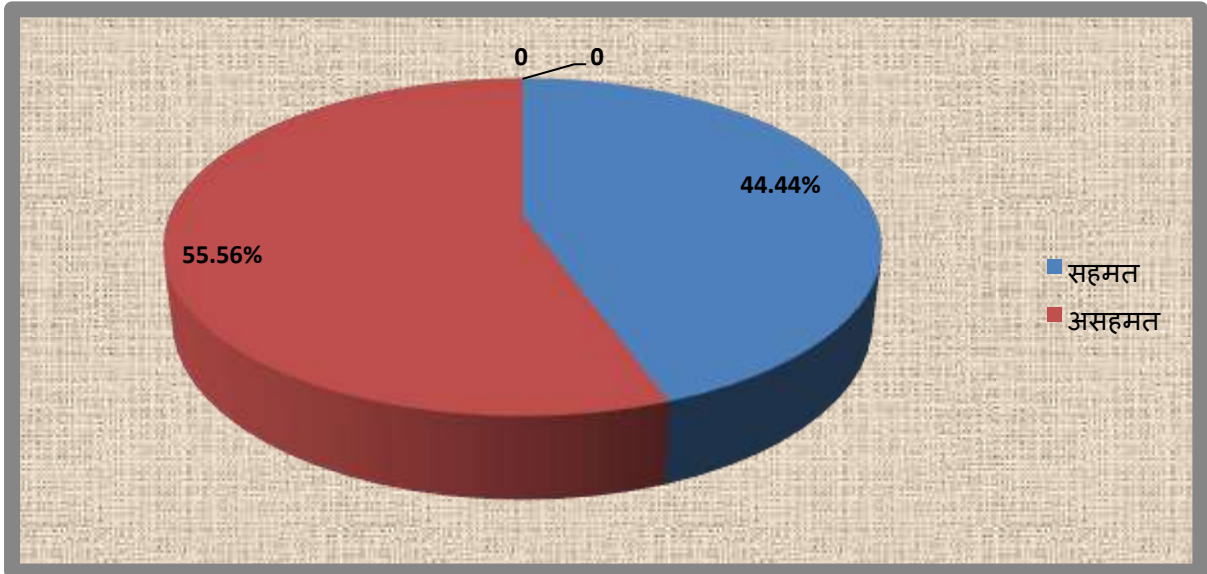
A Quarterly Bilingual Peer-Reviewed Journal for Social Sciences and Humanities

Year-7 Volume: IV, October-December, 2025

Issue-28 ISSN: 2582-1296 (Online)

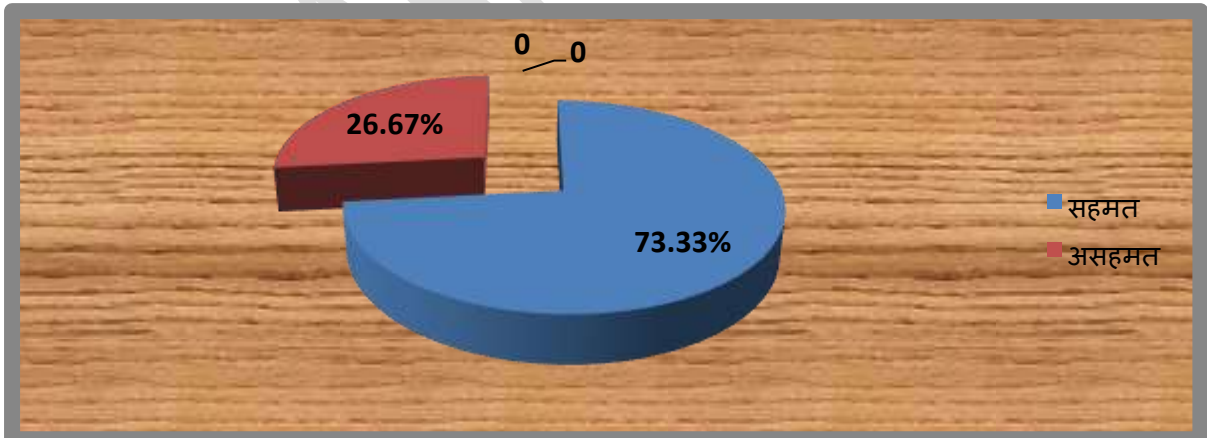
Website: [www.theasianthinker.com](http://www.theasianthinker.com)

Email: [asianthinkerjournal@gmail.com](mailto:asianthinkerjournal@gmail.com)



प्रश्न संख्या-15 ऑनलाइन माध्यम के लिए लेखन में पाठक की सहजता का ध्यान रखा जाता है ,ऐसे में तथ्यों एवं आकड़ों को नजरंदाज भी किया जाता है.- सहमत/असहमत

क्र.	विकल्प	प्रतिभागियोंकामत	मतप्रतिशत
अ	सहमत	33	73.33
ब	असहमत	12	26.67
कुलयोग		45	100

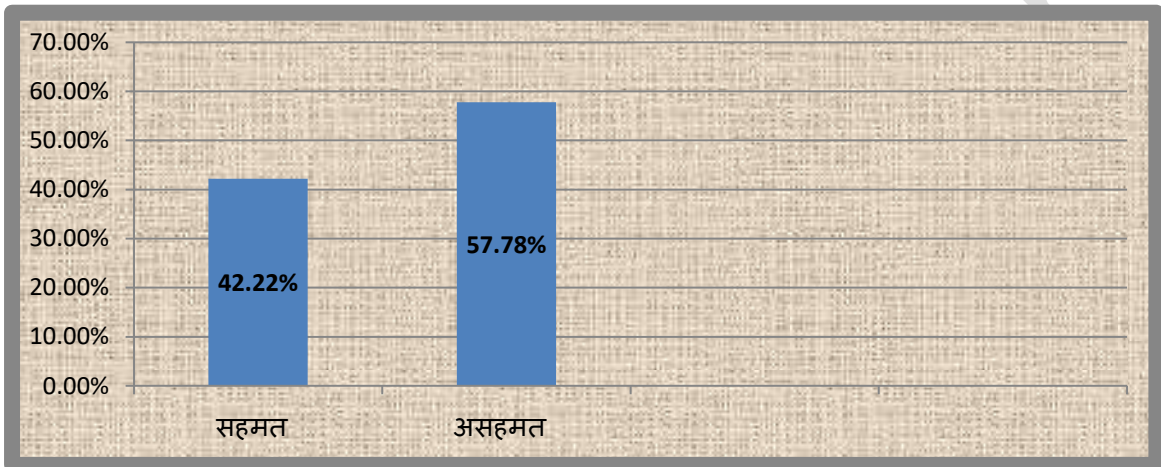


73.33 प्रतिशत इस बात से सहमत है कि ऑनलाइन माध्यम के लिए लेखन में पाठक की सहजता का ध्यान रखा जाता है ,ऐसे में तथ्यों एवं आकड़ों को नजरंदाज भी किया जाता है.



**प्रश्न संख्या-16 अगर आप सहमत है तो आप यह मानते है कि ऑनलाइन पाठकों के विषयों का आधा-अधूरा ज्ञान होता है.- सहमत/असहमत**

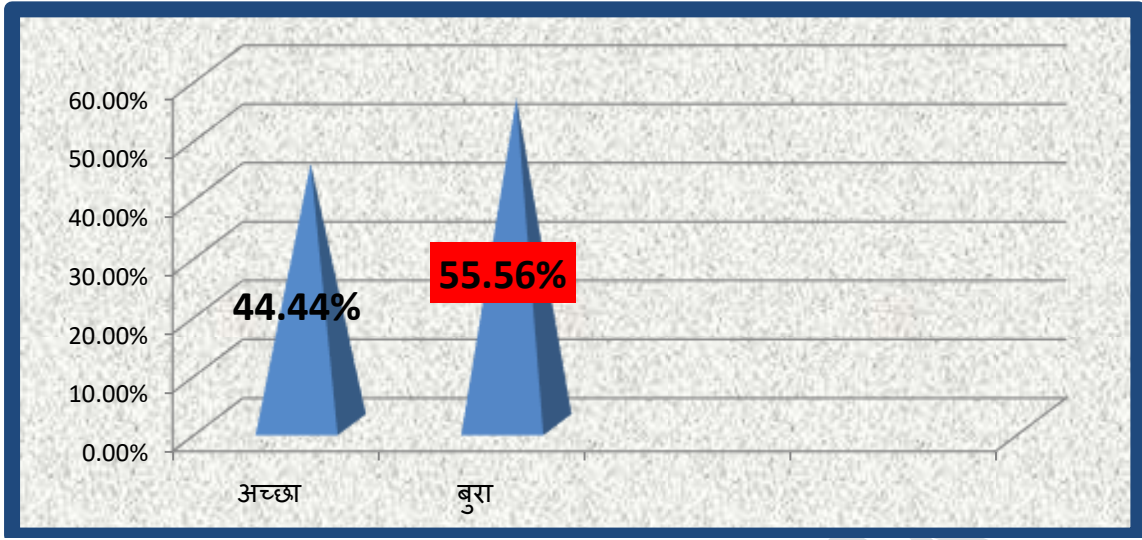
क्र.	विकल्प	प्रतिभागियोंकामत	मतप्रतिशत
अ	सहमत	19	42.22
ब	असहमत	26	57.78
कुलयोग		45	100



57.78 प्रतिशत उत्तरदाता यह मानते हैं कि ऑनलाइन पाठकों के विषयों का आधा-अधूरा ज्ञान नहीं होता है जबकि 42.22 प्रतिशत उत्तरदाता सहमत है कि ऑनलाइन पाठकों के विषयों का आधा-अधूरा ज्ञान होता है प्रश्न संख्या -17 ऑनलाइन माध्यम में द्विअर्थी हेडलाइन के जरिये पाठकों को आकर्षित करने के कई उद्घाहरण देखे गए है ,इसे आप कैसा मानते है ?- अच्छा/ बुरा

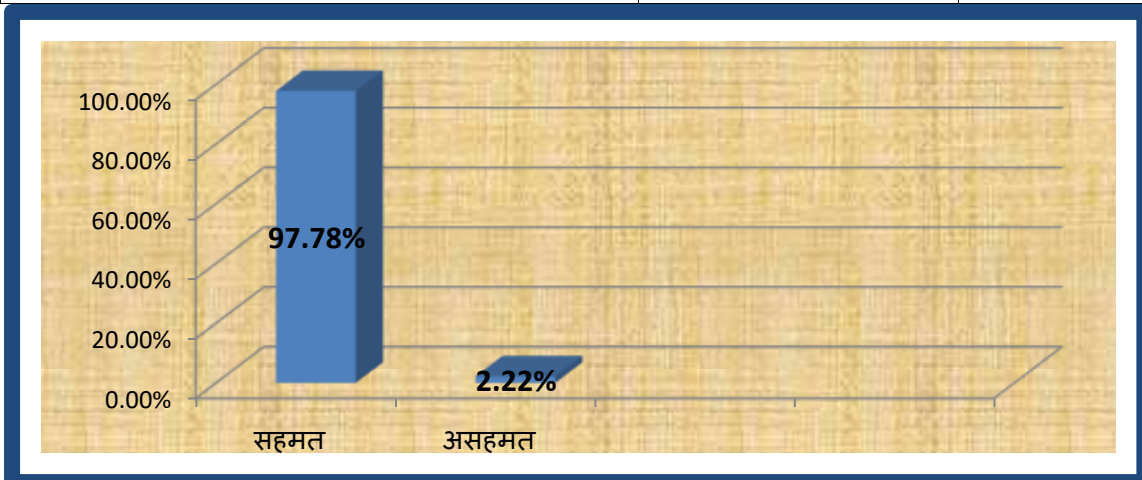
क्र.	विकल्प	प्रतिभागियोंकामत	मतप्रतिशत
अ	अच्छा	20	44.44
ब	बुरा	25	55.56
कुलयोग		45	100

45 में से 25 उत्तरदाता ऑनलाइन माध्यम में द्विअर्थी हेडलाइन के जरिये पाठकों को आकर्षित करने के तरीके को बुरा मानते हैं तो वही 20 उत्तरदाता अच्छा भी मानते हैं.



प्रश्न संख्या -18 व्यूज बढ़ाने के लिए संदेह (ससपेंस ) युक्त हेडलाइन का प्रयोग होता है- सहमत/असहमत

क्र.	विकल्प	प्रतिभागियोंकामत	मतप्रतिशत
अ	सहमत	44	97.78
ब	असहमत	01	2.22
कुलयोग		45	100



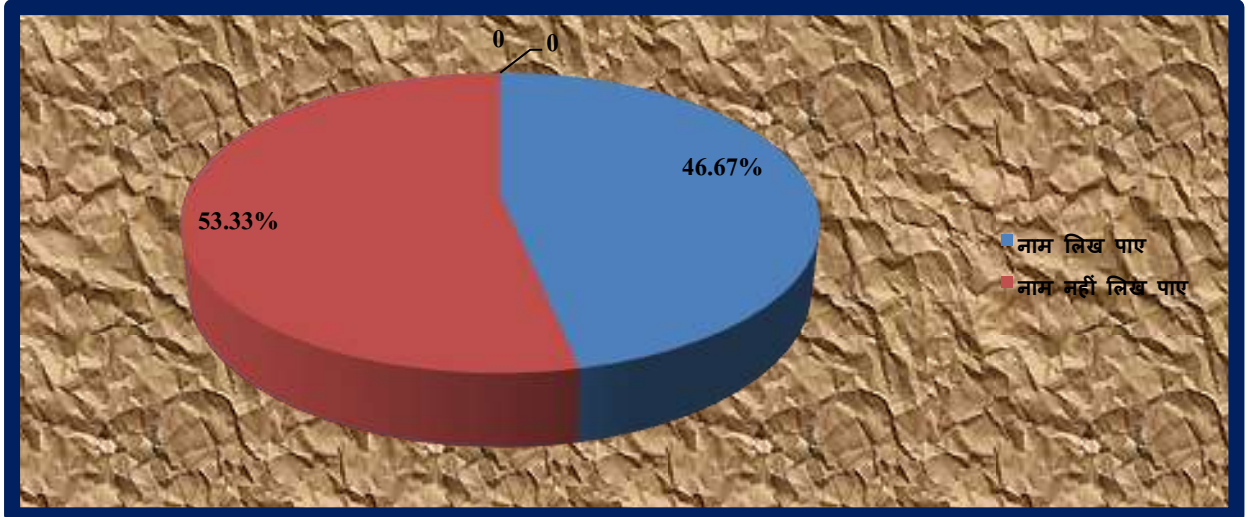
97.78 प्रतिशत उत्तरदाता मानते हैं कि व्यूज बढ़ाने के लिए संदेह (ससपेंस ) युक्त हेडलाइन का प्रयोग होता है तो वही 2.22 प्रतिशत इस बात से असहमत भी है .

प्रश्न संख्या-19 आप अपने पसंदीदा संपादकीय लेखक का नाम लिखें -

क्र.	विकल्प	प्रतिभागियोंकामत	मतप्रतिशत
------	--------	------------------	-----------



अ	नाम लिख पाए	21	46.67
ब	नाम नहीं लिख पाए	24	53.33
कुलयोग		45	100



यह प्रश्न खुला था कि उत्तरदाता अपने पसंदीदा संपादकीय लेखक का नाम लिखे तो आकड़े चौकाने वाले थे की 53.33 प्रतिशत संपादकीय लेखकों के नाम तक नहीं बता पाए .

निष्कर्ष:

आज के डिजिटल युग में भी पाठक ऑफलाइन अखबार पढ़ने में विशेष रूचि रखते हैं क्योंकि 40% उत्तरदाता इस बात की ओर इंगित करते हैं कि वह ऑफलाइन अखबार पढ़ते हैं जबकि लगभग 36% मतदाता इस बात की ओर इंगित करते हैं कि वह ऑफलाइन और ऑनलाइन दोनों माध्यमों का इस्तेमाल करते हैं. जब शोधार्थी ने इसके पीछे की वजह जानने का प्रयास किया तो यह सामने आया कि 60% पाठक का मानना है की उन्हें यह माध्यम सहज उपलब्ध हो जाता है तो वही लगभग 33 33% उत्तरदाता यह मानते हैं की उनकी आदत बन गई है. इस माध्यम के चुनाव के लिए 5% उत्तरदाता माध्यम के चुनाव में स्वास्थ्य कारणों का भी ध्यान रखते हैं. बहुत कम यानि लगभग 2 % उत्तरदाता खर्च के हिसाब से माध्यम का चुनाव करते हैं. प्राप्त आंकड़ों से यह पता चलता है कि ऑफलाइन अखबार पढ़ने के पीछे पाठक वर्ग का ऑनलाइन विषय वस्तु के प्रति विश्वसनीयता संदेह में होती है. इस प्रकार हम कह सकते हैं कि डिजिटल युग में भी हिंदी अखबार पढ़ने वाले पाठक ऑफलाइन विषय वस्तु को ही विश्वसनीय मानते हैं.

जब पाठक वर्ग के विशेष रूचि को जानने का प्रयास किया गया तो पाया गया कि लगभग 51 % पाठक केवल केवल अखबार में मुख्य शीर्षक पढ़ कर ही निकल जाते हैं तो वही लगभग 33% पाठक अखबार को मुख्य शीर्षक के साथ विस्तृत रूप से पढ़ते हैं. जब शोधार्थी ने यह जानने का प्रयास किया कि पाठक वर्ग किस प्रकार की खबरों में ज्यादा रूचि रखते हैं तो पाया कि लगभग 44% पाठक वर्ग शिक्षा से संबंधित खबरों, लगभग 18% अपराध जगत से संबंधित खबरों, 13% लगभग स्वास्थ्य संबंधित खबरों और 13% खेल से संबंधित खबरों तथा लगभग 11% मनोरंजन से संबंधित खबरों में रूचि रखते हैं. वही जब शोधार्थी ने प्रश्न को घुमाकर पूछा कि पाठक



अखबार के मुख्य तीन बिंदु खबर, संपादकीय और विज्ञापन में किस में सबसे ज्यादा रुचि रखते हैं तो पाया कि लगभग 53% पाठक खबर में रुचि रखते हैं तो वही लगभग 38% पाठक संपादकीय में रुचि रखते हैं और लगभग 9% पाठक विज्ञापन में रुचि रखते हैं. शोधार्थी ने जब पाठक से यह पूछा कि आप प्रतिदिन अखबार पढ़ने में कितना समय देते हैं तो 71% पाठक लगभग आधा घंटा और 29% पाठक लगभग एक घंटा अखबार के अध्ययन में समय देते हैं, शोधार्थी ने जब पूछा की कितने प्रतिशत पाठक प्रतिदिन अखबार पढ़ते हैं तो पाया कि लगभग 82% पाठक वर्ग प्रतिदिन अखबार पढ़ते हैं उसमें से कुछ पाठक वर्ग दो से अधिक अखबारों का भी अध्ययन करते हैं. पाठक वर्ग से जब यह सवाल किया गया कि आप स्वतंत्र हैं अपने पसंदीदा संपादकीय लेखक का नाम लिखने के लिए तो लगभग 47% ही उत्तर दाताओं ने संपादकीय लेखक के नाम लिख पाए जबकि 53% उत्तरदाता किसी भी संपादकीय लेखक का नाम लिखने में असमर्थ रहे. उत्तरदाताओं ने जिन संपादकीय लेखकों के नाम लिखें उनके नाम इस प्रकार हैं अरुण कुमार सिंह, मुकुल श्रीवास्तव, सुमन डे, शशि शेखर, यशस्वी प्रधान, अनंत विजय, अनुज लुगुन, पालकी शर्मा उपाध्याय, बद्रीनारायण, अमितेश पांडे. प्राप्त आंकड़ों के आधार पर शोधार्थी इस निष्कर्ष पर पहुंच रहा है कि पाठक वर्ग अखबार अध्ययन को उतनी गंभीरता से नहीं ले रहा है. ऑनलाइन माध्यम को लेकर पूछे गए प्रश्न, ऑनलाइन माध्यमों में हाइपरलिंक /ऑडियो/ वीडियो का चलन भटगांव का माध्यम है- के जवाब में लगभग 73% उत्तरदाता इस बात से सहमत हैं कि यह भटकाव का माध्यम है. वही जब यह पूछा गया की ऑनलाइन माध्यमों के जरिए पढ़ा गया समाचार स्मृति पटल पर नहीं रहता तो इसके जवाब में लगभग 56% उत्तरदाता इस बात से असहमत हो जाते हैं. जब यह प्रश्न पूछा जाता कि ऑनलाइन माध्यम के लिए लेखन में पाठक की सहजता का ध्यान रखा जाता है, ऐसे में तथ्यों एवं आंकड़ों को नजरअंदाज भी किया जाता है इस बात से लगभग 73% उत्तरदाता सहमत हो जाते हैं वही जब हम कहते हैं कि आप इससे सहमत हैं तो आप यह मानते हैं कि ऑनलाइन पाठकों को विषय का आधा अधूरा ज्ञान होता है तो वही लगभग 58% उत्तरदाता इस बात से असहमत हो जाते हैं. जब यह प्रश्न पूछा जाता है ऑनलाइन माध्यम में द्विअर्थी हेड लाइन के जरिए पाठकों को आकर्षित करने के कई उदाहरण देकर गए हैं इसे आप कैसा मानते हैं तो लगभग 56% मतदाता इसे बुरा मानते हैं. वही जब हम यह पूछते हैं कि व्यूज बढ़ाने के लिए संदेह/ सस्पेंसयुक्त हेड लाइन का प्रयोग होता है तो एक तरफ 98% मतदाता इस बात से सहमत होते हैं कि संदेहयुक्त हेड लाइन का प्रयोग किया जाता है. प्राप्त आंकड़े इस बात की तरफ साफ इंगित करते हैं कि ऑनलाइन कंटेंट को लेकर पाठक वर्ग में दुविधा की स्थिति बनी हुई है तथा विश्वसनीयता का संकट बना हुआ है.

### शोध की सीमा

प्रस्तुत अध्ययन हेतु दक्षिण बिहार केंद्रीय विश्वविद्यालय का चयन किया गया है. दक्षिण बिहार विश्वविद्यालय समग्र भारत का प्रतिनिधित्व करता है. समय-सीमा का ध्यान रखते हुए इस अध्ययन में 45 प्रतिभागियों को सम्मिलित किया गया है जो विश्वविद्यालय के विभिन्न विभागों से है.

### संदर्भ

1. दैनिक भास्कर. (2018, 7 अगस्त). बिहार में दैनिक भास्कर की पाठक संख्या दूसरी सबसे अधिक.

DainikBhaskar.com. दिसंबर 19, 2025 को प्राप्त,

<https://www.bhaskar.com/news/dainik-bhaskar-has-the-second-highest-readership-in-bihar-5933427.html>



## The Asian Thinker

A Quarterly Bilingual Peer-Reviewed Journal for Social Sciences and Humanities

Year-7 Volume: IV, October-December, 2025

Issue-28 ISSN: 2582-1296 (Online)

Website: [www.theasianthinker.com](http://www.theasianthinker.com)

Email: [asianthinkerjournal@gmail.com](mailto:asianthinkerjournal@gmail.com)

2. न्यूजलॉन्डी. (2018, 27 अगस्त). बिहार में सर्कुलेशन की जंग: शीर्ष स्थान के करीब पहुंचा दैनिक भास्कर.  
दिसंबर 19, 2025 को प्राप्त,  
<https://www.newslaundry.com/2018/08/27/circulation-battles-in-bihar-dainik-bhaskar-inches-close-to-the-top>
3. भारत के समाचार पत्रों के पंजीयक (आरएनआई). (तिथि अनुपलब्ध). आधिकारिक वेबसाइट. दिसंबर 19, 2025 को प्राप्त, <http://rni.nic.in/>
4. सूचना एवं प्रसारण मंत्रालय, भारत सरकार. (2022). वार्षिक रिपोर्ट 2021-22 (आरएनआई वार्षिक विवरण संबंधी जानकारी). दिसंबर 19, 2025 को प्राप्त,  
[https://mib.gov.in/sites/default/files/2024-08/english-annual-report-2021\\_22-ministry-of-information-broadcasting\\_website.pdf](https://mib.gov.in/sites/default/files/2024-08/english-annual-report-2021_22-ministry-of-information-broadcasting_website.pdf)
5. एकोहम. (2012, 5 दिसंबर). हिन्दी अखबार: पुणे के और मेरे अंचल के.  
Akoham.blogspot.com.  
दिसंबर 19, 2025 को प्राप्त,  
[http://akoham.blogspot.com/2012/12/blog-post\\_5.html](http://akoham.blogspot.com/2012/12/blog-post_5.html)
6. शोध आलेख. (2022, मार्च). कृत्रिम बुद्धिमता के प्रयोग का प्रिंट मीडिया उद्योग से जुड़े पत्रकारों पर प्रभाव. Apnimaati.com. दिसंबर 19, 2025 को प्राप्त,  
[https://www.apnimaati.com/2022/03/blog-post\\_45.html](https://www.apnimaati.com/2022/03/blog-post_45.html)
7. टीपीएसजी न्यूज़. (तिथि अनुपलब्ध). क्या आप जानते हैं: डीएनए से संबंधित शोध रिपोर्ट.  
दिसंबर 19, 2025 को प्राप्त,  
<http://www.tpsgnews.com/क्या-आप-जानते-है/DNA-se-sambandhit-shodh-report/6/576>