



**20. डिजिटल साक्षरता जागरूकता को बढ़ावा देने में प्रिंट मीडिया की भूमिका  
(देहरादून जिले के विशेष संदर्भ में)**

**जनक नंदिनी**

शोधार्थी

जनसंचार एवं पत्रकारिता विभाग

कुमाऊँ विश्वविद्यालय, नैनीताल (उत्तराखंड)

ईमेल: [jnandiniprakash@gmail.com](mailto:jnandiniprakash@gmail.com)

**डॉ. पूनम बिष्ट**

सहायक प्रोफेसर

जनसंचार एवं पत्रकारिता विभाग

कुमाऊँ विश्वविद्यालय, नैनीताल (उत्तराखंड)

**शोध सार**

आज की दुनिया में डिजिटल शिक्षा महत्वपूर्ण है ताकि लोगों को व्यक्तिगत, पेशेवर और सामाजिक विकास में डिजिटल उपकरणों को प्रभावी ढंग से खोजने, विश्लेषण करने और उपयोग करने में सक्षम बनाया जा सके। डिजिटल साक्षरता भारतीय सरकार के मुख्य लक्ष्यों में से एक है, जो वर्तमान में बड़े पैमाने पर डिजिटल परिवर्तन के चरण में है। इसके बावजूद, देहरादून और उत्तराखंड जैसे क्षेत्रों में पारंपरिक प्रिंट रूप अभी भी अत्यंत महत्वपूर्ण है, जहां डिजिटल उपयोग उच्च स्तर पर पहुँच चुका है। हालांकि, डिजिटल पहुँच और उपयोग में सुविधा अभी भी असमान है। एक समय ऐसा था जब प्रिंट मीडिया लगभग अस्तित्वहीन था, लेकिन यह उन लोगों पर गहरा प्रभाव डालता रहेगा जो प्रिंट मीडिया के युग में बड़े हुए और स्वाभाविक रूप से डिजिटल नेटिव नहीं हैं।

अखबार जैसे कि **अमर उजाला**, **हिंदुस्तान** आदि, इंटरनेट, साइबर सुरक्षा, डिजिटल शासन और जिम्मेदार डिजिटल व्यवहार जैसे विविध विषयों पर समाचार लेख प्रकाशित करके डिजिटल विभाजन को कम करने में योगदान दे रहे हैं। यह अध्ययन देहरादून में लोगों के बीच डिजिटल साक्षरता के प्रति जागरूकता बढ़ाने में इन अखबारों के योगदान का विश्लेषण करता है। यह डिजिटल साक्षरता पर चर्चाओं की आवृत्ति, मात्रा और गुणवत्ता की जाँच करता है और यह भी देखता है कि समाचार मीडिया जनता की भागीदारी को कैसे सुविधाजनक बनाता है और सरकारी तथा निजी क्षेत्र की पहलों को कैसे बढ़ावा देता है।



अध्ययन कुछ सुझाव भी प्रदान करता है कि प्रिंट मीडिया का उपयोग डिजिटल समावेशन को बढ़ावा देने के लिए कैसे और किया जा सकता है। इनमें शामिल हैं: नियमित रूप से डिजिटल साक्षरता कॉलम प्रकाशित करना, तकनीकी भाषा को आसान और समझने योग्य अंग्रेज़ी में अनुवाद करना, और स्थानीय साक्षरता संगठनों के साथ साझेदारी करना। यह खोज प्रिंट मीडिया को जानकारी का एक महत्वपूर्ण स्रोत साबित करती है और भारत में डिजिटल सशक्तिकरण के मामले में यह एक बड़ी संपत्ति बन सकती है।

**मुख्य शब्द :** डिजिटल साक्षरता, प्रिंट मीडिया, हिंदुस्तान, जागरूकता और सुरक्षा

### परिचय

आज की डिजिटल दुनिया में, डिजिटल तकनीकों तक पहुँच प्राप्त करने, उनका मूल्यांकन करने और उन्हें सफलतापूर्वक उपयोग करने की क्षमता होना सभी प्रकार के लोगों और समुदायों के समग्र विकास के लिए अत्यंत महत्वपूर्ण है। परंपरागत रूप से, प्रिंट मीडिया सूचना और शिक्षा के प्रसार तथा जनमत और जागरूकता के निर्माण का एक प्रमुख माध्यम रहा है। यद्यपि दुनिया में डिजिटल प्लेटफ़ॉर्म की ओर संक्रमण जारी है, फिर भी अखबारों का महत्व सूचना के प्राथमिक स्रोत के रूप में कम नहीं हुआ है, विशेषकर उन क्षेत्रों में जहाँ तकनीकी अनुकूलन में आर्थिक और बुनियादी ढांचे की कठिनाइयाँ हैं।

उत्तराखंड में भी, जहाँ भौगोलिक और सामाजिक-आर्थिक परिस्थितियाँ डिजिटल तकनीकों को अपनाने की गति में पीछे हैं, प्रिंट मीडिया सूचना के प्रसार का एक प्रभावशाली माध्यम बना हुआ है। **अमर उजाला** और **हिंदुस्तान** जैसे समाचारपत्र लगातार डिजिटल ज्ञान और जनता के बीच की खाई को पाटने में भूमिका निभा रहे हैं। ये पत्रिकाएँ इंटरनेट, साइबर सुरक्षा और डिजिटल तकनीकों से संबंधित जानकारी साझा करके लोगों को डिजिटल क्षेत्र में मार्गदर्शन प्रदान करती हैं। यह विश्वसनीय सूचना स्रोत लोगों को ऑनलाइन सुरक्षा, गलत सूचना और नई तकनीकी समाधानों के मुद्दों पर जागरूक होने में मदद करते हैं।

यह अध्ययन देहरादून में पाठकों की डिजिटल साक्षरता स्तर प्राप्त करने में इन अखबारों की भूमिका का विश्लेषण करने का प्रयास करता है। अध्ययन डिजिटल शिक्षा, साइबर सुरक्षा जागरूकता और इंटरनेट उपयोग पर प्रकाश डालता है ताकि यह समझा जा सके कि जहाँ सूचना और संचार तकनीक (ICT) सीमित है, वहाँ पारंपरिक प्रिंट मीडिया डिजिटल समावेशन के प्रयासों को कैसे पूरक कर सकता है। यह साबित करता है कि प्रिंट मीडिया डिजिटल युग में भी उपयुक्त है, विशेषकर जागरूक और डिजिटल रूप से सक्षम नागरिक बनाने में।

आज के समाज में डिजिटल साक्षरता आवश्यक है, क्योंकि यह संचार और वित्तीय गतिविधियों के माध्यम से व्यक्तिगत जानकारी की खोज को निर्धारित करती है। भारत में डिजिटल नवाचार की तेजी से विकसित हो रही दुनिया में डिजिटल अंतर को कम करना अत्यंत आवश्यक है, और देहरादून भी इससे अपवाद नहीं है। आज का समाज डिजिटल प्लेटफ़ॉर्म



के विस्तार में विशेषज्ञ है, क्योंकि कई पाठक मुख्य रूप से प्रिंट मीडिया के माध्यम से शिक्षा प्राप्त करते हैं। विभिन्न अखबारों के माध्यम से जनता की जागरूकता डिजिटल प्रगति तकनीकों को सिखाती है और साथ ही पूरी डिजिटल तकनीकी जानकारी प्रदान करती है।

देहरादून के पाठक दो प्रमुख हिंदी समाचारपत्रों, **हिंदुस्तान** और **अमर उजाला** से डिजिटल साक्षरता के लिए आवश्यक जानकारी प्राप्त करते हैं। ये प्रमुख हिंदी भाषा आधारित मीडिया हाउस सभी आयु वर्गों के पाठकों, जिसमें कामकाजी वयस्क और छात्र शामिल हैं, के लिए डिजिटल पेशेवरों के अनुकूल सामग्री प्रदान करते हैं। ये समाचारपत्र ई-गवर्नेंस समाचार, ऑनलाइन बैंकिंग और साइबर फ्रॉड सुरक्षा, डिजिटल लेन-देन जैसी जानकारी प्रकाशित करते हैं। इन माध्यमों ने जागरूकता अभियानों के माध्यम से डिजिटल समावेशन के मुद्दे को सफलतापूर्वक उठाया है।

अखबारों की सामग्री में डिजिटल साक्षरता के विभिन्न स्तर दिखाई देते हैं, क्योंकि प्रत्येक प्रकाशन का अपने पाठ्यक्रम और डिजिटल घटकों तथा इंटरैक्टिव कार्यों का तकनीकी कार्यान्वयन अलग होता है। प्रिंट मीडिया का महत्व डिजिटल समाचार और सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म के निरंतर विकास के बावजूद बना हुआ है। उत्तराखंड के ग्रामीण और अर्ध-शहरी क्षेत्रों में अधिकांश लोग केवल अखबारों पर भरोसा करके ही जानकारी प्राप्त करते हैं। प्रिंट मीडिया सामाजिक प्लेटफॉर्म की तुलना में अलग माध्यम है, क्योंकि यह आधिकारिक समाचार रिपोर्ट सही ढंग से प्रस्तुत करता है, जिससे पाठकों में डिजिटल परिवर्तन शिक्षा के प्रति विश्वास बढ़ता है।

साइबर सुरक्षा विवरण, आधार आधारित डिजिटल भुगतान और सरकारी डिजिटल कार्यक्रमों के तकनीकी पहलुओं का अखबारों के माध्यम से वितरण लोगों के बीच ज्ञान की खाई को कम करने में मदद करता है। संपादकीय और राय लेख पाठकों को डिजिटल नीति के मुद्दों को बेहतर ढंग से समझने और उपयुक्त डिजिटल समाधान चुनने में सक्षम बनाते हैं।

**ब्लैक होल न्यूज** और **डेली टाइम्स ऑफ उत्तरांचल पॉइंट लाइफ** ने डिजिटल इंडिया कार्यक्रमों और शैक्षिक तकनीक के प्रसार पर जांची गई रिपोर्टिंग की है, जिससे देहरादून में डिजिटल साक्षरता के क्षेत्र में प्रदर्शन में सुधार हुआ है। अखबारों में डिजिटल साक्षरता को साझा करने के लिए विभिन्न प्रस्तुति तकनीकें होती हैं। **अमर उजाला** का विश्लेषणात्मक संपादकीय डिजिटल सुरक्षा और तकनीकी प्रगति के मिश्रित विवरणों के साथ गहन डिजिटल नीति विश्लेषण प्रस्तुत करता है। **हिंदुस्तान** अपनी रिपोर्ट को सरल सामग्री के साथ नियमित रूप से अपडेट करता है।

हालाँकि, प्रिंट मीडिया को डिजिटल साक्षरता को बढ़ाने में कई बाधाओं का सामना करना पड़ता है। डिजिटल रुझान पत्रकारिता को यथार्थपूर्ण सामग्री प्रकाशित करने की मांग करते हैं, जबकि प्रिंट सर्कुलेशन सीमित है। अधिकांश पाठकों की उन्नत तकनीकी संचार क्षमता कम है। प्रिंट मीडिया को जटिल डिजिटल पहलुओं को आकर्षक इंटरैक्टिव स्रोतों और तत्वों के माध्यम से प्रस्तुत करने की आवश्यकता है।



अखबार अपनी शैक्षिक सामग्री को डिजिटल स्पेस में प्रस्तुत करके बाधाओं को पार करते हैं। उन्हें अपने डिजिटल साक्षरता कार्यक्रमों को शैक्षिक ढाँचे और राज्य संस्थाओं के साथ मिलाकर विशेष डिजिटल जागरूकता सामग्री बनानी चाहिए और प्रशिक्षण सत्र आयोजित करने चाहिए, जिसमें सामुदायिक स्तर पर शैक्षिक सामग्री वितरित की जा सके। देहरादून में डिजिटल जागरूकता का विकास प्रिंट मीडिया के माध्यम से होता है, जो आम लोगों को डिजिटल साक्षरता कौशल सिखाने का प्राथमिक स्रोत है। हिंदुस्तान और अमर उजाला अधिक मूल्य जोड़ सकते हैं यदि वे उचित रणनीतिक योजना दृष्टिकोण अपनाएँ। डिजिटल पहुँच के अनुप्रयोग अधिक प्रभावी बनते हैं क्योंकि अखबार विश्वसनीय भूमिका निभाते हुए मीडिया रणनीतियों को पुनः समायोजित करके लोगों को डिजिटल दुनिया में प्रभावी ढंग से सामना करने के लिए आवश्यक मार्ग प्रदान करते हैं।

### साहित्य समीक्षा

**Seok और DaCosta (2016)** ने दक्षिण कोरियाई हाई स्कूल छात्रों के पढ़ने की आदतों का आंकड़ों के माध्यम से मूल्यांकन किया। 1206 प्रतिभागियों के अध्ययन में छात्रों ने यह खुलासा किया कि वे डिजिटल मीडिया का मुख्य रूप से मनोरंजन के लिए उपयोग करते हैं, जबकि शिक्षा के लिए वे प्रिंट सामग्री को प्राथमिकता देते हैं। इस शोध ने छात्रों के पढ़ने के प्रदर्शन और डिजिटल उपयोग की आदतों के बारे में रोचक निष्कर्ष दिए। शोध ने पढ़ने की प्रगति पर ध्यान केंद्रित किया, लेकिन विशेषज्ञों से आग्रह किया कि वे छात्रों के शैक्षणिक उपयोग में डिजिटल और प्रिंट माध्यमों के समन्वय पर विचार करें।

**Sharma (2018)** ने सामाजिक, राजनीतिक और स्वास्थ्य संबंधी मुद्दों पर जागरूकता पैदा करने में प्रिंट मीडिया की भूमिका पर प्रकाश डाला। अध्ययन इस बात पर केंद्रित था कि प्रिंट मीडिया अपने अनुमानित विश्वसनीयता के कारण विभिन्न दर्शकों के बीच विश्वास उत्पन्न करने में सक्षम है। Sharma ने निष्कर्ष निकाला कि डिजिटल मीडिया के बढ़ने के बावजूद, ग्रामीण और कम डिजिटल रूप से जुड़े क्षेत्रों में समाचारपत्र, पत्रिकाएँ और पम्पलेट महत्वपूर्ण रणनीतिक साधन बने रहते हैं।

**Priya Singh (2018)** ने प्रिंट और डिजिटल माध्यमों के विभिन्न प्रसारण तरीकों का विश्लेषण किया। उनके अनुसार, डिजिटल मीडिया ने वास्तविक समय में जानकारी अपडेट करना संभव किया और युवा उपयोगकर्ताओं के व्यवहार पैटर्न के कारण इसे सुलभ बनाया। शोध में यह पाया गया कि डिजिटल मीडिया सूचना प्रसार में प्रिंट की तुलना में तेज है, लेकिन इसकी विश्वसनीयता का गहन विश्लेषण नहीं करता। प्रिंट मीडिया की संपादकीय देखरेख इसके भरोसेमंद होने को सुनिश्चित करती है, जो डिजिटल मीडिया में गलत सूचना की समस्या को संतुलित करती है। Singh ने भविष्य के शोध और मीडिया उपभोग पैटर्न में विश्वास, दर्शक रुचि और प्रिंट मीडिया के स्थायित्व पर जोर दिया।



**Das (2019)** ने ग्रामीण संचार पर ध्यान दिया और स्थानीयकृत एवं भाषा-विशिष्ट प्रिंट मीडिया की भूमिका को उजागर किया। उनके शोध में यह संकेत दिया गया कि क्षेत्रीय भाषाओं और सांस्कृतिक रूप से उपयुक्त चित्रों का उपयोग डिजिटल साक्षरता संदेश में अधिक प्रभावशाली होता है। तकनीकी अवधारणाओं को सरल बनाने और प्रथम बार उपयोगकर्ताओं के लिए कहानी जैसे प्रारूप अपनाने से प्रिंट मीडिया ने ग्रामीण भारत में डिजिटल उपकरणों को समझने योग्य बनाया।

**Gupta (2019)** ने क्षेत्रीय मीडिया और डिजिटल साक्षरता के बीच के संबंध का विश्लेषण किया। उनके अनुसार, क्षेत्रीय मीडिया ने विशेष रूप से हाशिए पर रहने वाली आबादी की डिजिटल साक्षरता बढ़ाने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई। यह शोध स्थानीय भाषाओं और सामग्री की प्रासंगिकता को डिजिटल प्लेटफॉर्म पर लोगों की भागीदारी बढ़ाने के लिए प्रोत्साहित करता है।

**Karambelkar (2019)** ने अध्ययन में यह दिखाया कि सोशल मीडिया और ई-पेपर ने प्रिंट अखबारों की बिक्री पर प्रभाव डाला है। स्मार्टफोन और समाचार ऐप्स के उदय के साथ प्रिंट मीडिया की भूमिका में गिरावट आई है। युवा पाठकों ने प्रिंट पढ़ने का समय आधा कर दिया है, जबकि वृद्ध पीढ़ियाँ अभी भी प्रिंट अखबारों को प्राथमिकता देती हैं। अध्ययन में समाचार उपभोग में पीढ़ियों के बीच बहुआयामी बदलाव और डिजिटल मीडिया के बढ़ते प्रभाव को उजागर किया गया।

**Jain और Kumar (2020)** ने भारतीय प्रिंट मीडिया में डिजिटल साक्षरता पर ध्यान केंद्रित किया। उनके अध्ययन में पाया गया कि डिजिटल साक्षरता पर चर्चा मुख्यतः स्कूलों में डिजिटल शिक्षा और सरकारी कार्यक्रमों में डिजिटल उपकरणों के उपयोग से संबंधित थी। क्षेत्रीय मीडिया ने ग्रामीण क्षेत्रों में डिजिटल विभाजन और शिक्षा असमानताओं पर अधिक जोर दिया।

**Gupta और Sharma (2020)** ने स्थापित किया कि प्रिंट मीडिया डिजिटल शिक्षा के प्रति दृष्टिकोण बनाने में प्रभावशाली रहा है। विशेष रूप से वृद्ध पाठकों और कम शैक्षिक स्तर वाले लोगों में प्रिंट संदेशों में विश्वास डिजिटल साक्षरता अभियान को प्रभावी बनाता है। शोधकर्ताओं ने सरल कहानी-संचालन वाली सामग्री को प्रोत्साहित किया ताकि पाठक आसानी से समझ सकें और अधिक संलग्न हों।

भारत सरकार ने अपने **डिजिटल इंडिया कार्यक्रम** के माध्यम से प्रिंट अभियानों की भूमिका को मान्यता दी (MeitY, 2020)। **प्रधानमंत्री ग्रामीण डिजिटल साक्षरता अभियान (PMGDISHA)** जैसे प्रयासों में दूरदराज और अंडर-सर्विस्ड समुदायों तक पहुंचने के लिए समाचार पत्र, पोस्टर और फ्लायर्स का व्यापक उपयोग किया गया।

**Kumar (2021)** ने भारत में डिजिटल विभाजन का विश्लेषण किया, जिसमें सामाजिक, आर्थिक और अवसंरचनात्मक बाधाओं पर ध्यान दिया गया। उन्होंने ग्रामीण भारत में इंटरनेट पहुंच, डिजिटल साक्षरता और लागत संबंधी समस्याओं



का अध्ययन किया। Kumar ने सुझाव दिया कि लक्षित नीतियाँ, डिजिटल अवसंरचना निवेश और नवाचारी डिजिटल साक्षरता कार्यक्रम इन चुनौतियों को कम कर सकते हैं।

**Rai (2022)** ने एकीकृत संचार रणनीतियों का विश्लेषण प्रस्तुत किया और यह दर्शाया कि जब प्रिंट मीडिया का उपयोग डिजिटल और प्रत्यक्ष आउटरीच के साथ किया जाता है, तो इसका प्रभाव सबसे अधिक होता है।

**Dewangan और Verma (2022)** ने कहा कि डिजिटल कौशल पत्रकारिता, शिक्षा और स्वास्थ्य क्षेत्र पर प्रभाव डालता है। उनके अध्ययन में यह देखा गया कि प्रिंट मीडिया पेशेवरों के लिए डिजिटल कौशल आवश्यक है।

**Reddy और Patel (2023)** ने भारतीय समाचारपत्रों की सामग्री का विश्लेषण किया। उनके अनुसार, डिजिटल साक्षरता शिक्षा और पेशेवर करियर दोनों के लिए अत्यंत आवश्यक है। शिक्षा में डिजिटल साक्षरता पर अधिक चर्चा हुई, लेकिन उपकरण, अवसंरचना और लागत संबंधी मुद्दे कम उभरे।

**Bingol और Gumus (2024)** ने डिजिटल और प्रिंट मीडिया की तुलना की। उनके अनुसार, प्रिंट मीडिया में जानकारी की रणनीतिक चयन प्रक्रिया होती है जबकि डिजिटल मीडिया तेज़ पहुँच प्रदान करता है, लेकिन अधिक डेटा और ऑनलाइन पूर्वाग्रहों की समस्या होती है। उन्होंने सुझाव दिया कि पाठक दोनों माध्यमों के साथ मीडिया साक्षरता कौशल का उपयोग करें ताकि सूचना का प्रभावी उपयोग सुनिश्चित हो।

#### उद्देश्य

- अमर उजाला और हिंदुस्तान (उत्तराखंड संस्करणों) में प्रकाशित डिजिटल साक्षरता संबंधित सामग्री की आवृत्ति का विश्लेषण करना।
- देहरादून में डिजिटल साक्षरता जागरूकता को बढ़ावा देने में समाचारपत्रों के संपादकीय की भूमिका का अध्ययन करना।

#### कार्यप्रणाली

इस अध्ययन में **सामग्री विश्लेषण** का उपयोग करते हुए, **अमर उजाला** और **हिंदुस्तान** में डिजिटल साक्षरता से संबंधित लेख, संपादकीय और विज्ञापनों की जांच की गई।

**डेटा संग्रह** : उत्तराखंड संस्करणों (देहरादून) के दोनों समाचारपत्रों का **जनवरी 2024 से मार्च 2024 तक** का व्यवस्थित अवलोकन किया गया। इस दौरान प्रकाशित सभी डिजिटल साक्षरता-संबंधित सामग्री को सूचीबद्ध किया गया और विषय, आवृत्ति, प्रकार और प्रस्तुति के आधार पर वर्गीकृत किया गया है।

Month	Hindustan	Amar Ujala
Feb	14	12



## The Asian Thinker

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

Year-8 Volume: I, Jan-March, 2026 Impact Factor 5.625 (IIFS)

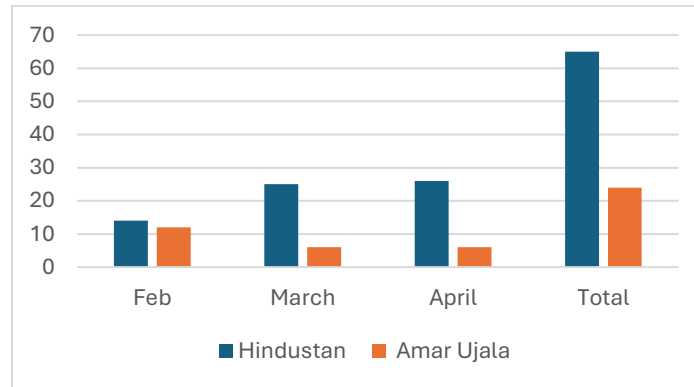
Issue-29 ISSN: 2582-1296 (Online)

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

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

March	25	6
April	26	6
Total	65	24

तालिका : 1



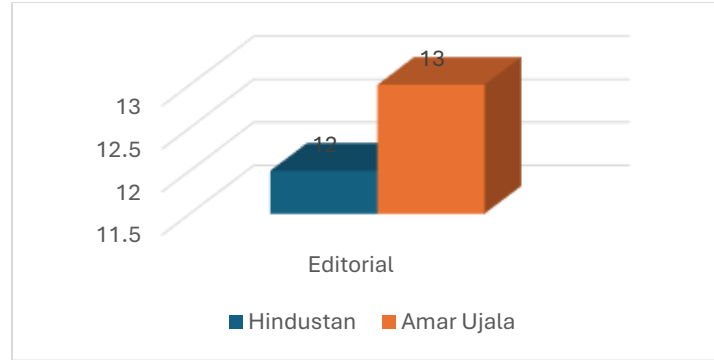
आरेख : 1

संग्रहित डेटा से पता चलता है कि तीन महीनों के दौरान हिंदुस्तान ने लगातार अमर उजाला की तुलना में बेहतर प्रदर्शन किया। फरवरी में हिंदुस्तान ने 14 इकाइयों के साथ हल्का बढ़त बनाया, जबकि अमर उजाला 12 इकाइयों पर रहा। हालांकि, मार्च में हिंदुस्तान ने रेटिंग में महत्वपूर्ण वृद्धि दर्ज की और 25 इकाइयों तक पहुँच गया, जबकि अमर उजाला केवल 6 इकाइयों पर गिर गया। यह प्रवृत्ति अप्रैल में भी जारी रही, जहाँ हिंदुस्तान 26 इकाइयों तक बढ़ गया, जबकि अमर उजाला स्थिर रहते हुए 6 इकाइयों पर बना रहा।

कुल मिलाकर, हिंदुस्तान ने 65 अंक प्राप्त किए, जो कि अमर उजाला के 24 अंकों से लगभग 2.7 गुना अधिक है। यह डेटा संकेत देता है कि हिंदुस्तान की लोकप्रियता या वितरण में वृद्धि हो रही है, जबकि अमर उजाला अपने पाठक वर्ग को बनाए रखने में कठिनाई का सामना कर रहा है। इन दोनों के बीच यह स्पष्ट अंतर हिंदुस्तान की अधिक प्रभावी बाज़ार रणनीतियों और उच्च स्तर की पाठक भागीदारी का संकेत हो सकता है।

Newspaper	Editorial
Hindustan	12
Amar Ujala	13

तालिका : 2



**आरेख : 2**

संपादकीय गणना डेटा से पता चलता है कि **अमर उजाला (13)** ने **हिंदुस्तान (12)** की तुलना में थोड़े अधिक संपादकीय प्रकाशित किए। यद्यपि हिंदुस्तान का कुल पाठक वर्ग या वितरण प्रदर्शन काफी अधिक है, अमर उजाला संपादकीय सामग्री पर अधिक ध्यान केंद्रित करता है।

यह संकेत देता है कि **अमर उजाला** गहन विश्लेषण, राय या टिप्पणियों को प्राथमिकता दे सकता है, जबकि **हिंदुस्तान** समाचार रिपोर्टिंग या अन्य प्रकार की सामग्री पर अधिक जोर देता है। दोनों समाचारपत्रों के संपादकीय आंकड़े निकट होने के कारण यह स्पष्ट है कि दोनों में मजबूत संपादकीय उपस्थिति है, लेकिन अमर उजाला मामूली बढ़त बनाए रखता है।

### **विश्लेषण**

अमर उजाला और हिंदुस्तान, दो प्रमुख समाचारपत्रों पर एक नज़दीकी दृष्टि डालने से डिजिटल साक्षरता और इसके आसपास की सरकारी पहलों पर कुछ प्रमुख चर्चाएँ सामने आती हैं। अमर उजाला ने डिजिटल साक्षरता से संबंधित पैसले लेख प्रकाशित किए, जिनमें जोर जनता को प्रोत्साहित करने और सरकारी योजनाओं का प्रसार करने पर था। ऐसे कथानक अक्सर जनता की डिजिटल तकनीकों और सामग्री की समझ को बढ़ाने के प्रयासों से संबंधित होते हैं। तुलना में, हिंदुस्तान ने डिजिटल सुरक्षा और ऑनलाइन शिक्षा के महत्व को बढ़ाने वाले पैसले कहानियों के साथ अधिक प्रतिबद्धता दिखाई। हिंदुस्तान में अधिक बार होने वाली घटनाएँ यह भी दर्शाती हैं कि संपादन रणनीति समाज में डिजिटल प्रसार के जोखिमों और अवसरों पर चर्चा और जोर देने में केंद्रित है।

### **पहचाने गए विषय**

सामग्री विश्लेषण से मीडिया रिपोर्टिंग के चार मुख्य विषय सामने आए।



- डिजिटल साक्षरता: नागरिकों में बुनियादी डिजिटल कौशल विकसित करने के लिए सरकारी पहलों के माध्यम से।
- साइबर जागरूकता: पाठकों को इंटरनेट पर सुरक्षित रहने और साइबर खतरों को कम करने के तरीके सिखाने वाले लेख।
- डिजिटल इंडिया अभियान: समाचार पत्र कवरेज में ऐसे फीचर प्रोजेक्ट्स का समावेश जो देश की डिजिटल अवसंरचना और सेवाओं में सुधार लाने के लिए शुरू किए गए।
- शिक्षा के लिए तकनीक: डिजिटल परिवर्तन युग में आवश्यक ऑनलाइन शैक्षिक प्लेटफॉर्म को बढ़ावा देना।

### **पहुंच और प्रभाव**

अमर उजाला और हिंदुस्तान की भाषा आम जनता के लिए सरल और समझने योग्य थी। लेखों में स्थानीय उदाहरणों का उपयोग राष्ट्रीय नीतियों और सामुदायिक स्तर के अनुभवों के बीच संबंध स्थापित करने में सहायक रहा, जिससे लेख पाठकों के लिए अधिक संबंधित और रोचक बने। हालांकि, प्रारंभिक मजबूत रिपोर्टिंग के बावजूद, St. Petersburg Times और Miami Herald ने पहले से कवर की गई पहलों के दीर्घकालिक प्रभाव पर कोई फॉलो-अप प्रदान नहीं किया। कवरेज भी असंगत दिखाई दिया और डिजिटल साक्षरता पहलों के प्रति स्थायी जागरूकता बढ़ाने के लिए निरंतर और सतत कथा नहीं थी।

### **सुझाव**

डिजिटल साक्षरता के प्रचार में प्रिंट मीडिया की भूमिका को और अधिक स्पष्ट करने के लिए कई रणनीतिक कदम सुझाए गए हैं।

- प्रिंट मीडिया की सामग्री को स्थानीय या क्षेत्रीय भाषाओं में सरल और आसानी से समझने योग्य बनाया जाए।
- संबंधित कहानियों, वास्तविक उदाहरणों और दृश्य सामग्री जैसे डायग्राम और इन्फोग्राफिक्स का उपयोग समझ और सहभागिता बढ़ाने के लिए किया जाए।
- प्रिंट मीडिया आउटलेट्स और सरकारी एजेंसियों, NGOs और शैक्षिक संस्थाओं के बीच समन्वय होना चाहिए, ताकि सूचनात्मक और क्रियात्मक सामग्री तैयार की जा सके।
- पाठकों को हेल्पलाइन और सीखने के केंद्रों का उल्लेख करके डिजिटल प्लेटफॉर्म को जोड़ा जाना चाहिए।
- प्रिंट सामग्री का वितरण विशेष रूप से दूरदराज के क्षेत्रों में व्यापक होना चाहिए और इसे स्कूल, डाकघर, स्वास्थ्य केंद्र और बाजार जैसे सामान्य सार्वजनिक स्थानों में उपलब्ध कराया जाना चाहिए।



### **एकीकृत अभियान**

प्रिंट मीडिया के विज्ञापन अकेले काम नहीं करने चाहिए। इन्हें डिजिटल चैनलों के साथ संयोजित किया जा सकता है ताकि अधिक समेकित पहुँच सुनिश्चित हो सके। प्रिंट और डिजिटल माध्यमों के एक साथ अभियान से डिजिटल साक्षरता कार्यक्रमों की जागरूकता बढ़ाई जा सकती है।

### **स्थानीयकृत सामग्री**

प्रिंट सामग्री में क्षेत्रीय भाषाओं और सांस्कृतिक उदाहरणों का उपयोग महत्वपूर्ण है। स्थानीय भाषा में सामग्री डिजिटल अवधारणाओं और विविध जन समूहों (विशेषकर ग्रामीण और अर्ध-शहरी) के बीच संचार बाधाओं को दूर करने में मदद करती है।

### **इंटरैक्टिव प्रिंट सामग्री**

इंटरैक्टिव कार्यक्षमता भी जोड़ना चाहिए। उदाहरण के लिए, QR कोड समाचार पत्र, पत्रिकाओं या पोस्टरों में शामिल किया जा सकता है, ताकि पाठक सीधे डिजिटल ट्यूटोरियल या ऑनलाइन सेमिनार तक पहुँच सकें। यह दृष्टिकोण सीखने को बढ़ाता है और पाठकों को प्रिंट से इंटरनेट पर डिजिटल सीखने की सामग्री तक आसानी से जाने की सुविधा देता है।

### **विजुअल सुधार**

इन्फोग्राफिक्स और सरल चित्र डिजिटल जटिलताओं को पाठकों के लिए समझने योग्य बनाते हैं। आकर्षक दृश्य पाठकों का ध्यान आकर्षित करने और जानकारी को याद रखने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं।

### **आवृत्ति में वृद्धि**

अखबारों और पत्रिकाओं में डिजिटल साक्षरता पर नियमित कॉलम और अनुभाग बनाए जाने चाहिए। बार-बार मीडिया से जुड़ने पर पाठकों के डिजिटल कौशल धीरे-धीरे बढ़ सकते हैं।

### **इंटरैक्टिव सामग्री**

प्रिंट माध्यमों को पाठकों की सक्रिय भागीदारी प्रोत्साहित करनी चाहिए। इसे क्विज, सफलता की कहानियाँ या फीडबैक लूप के माध्यम से किया जा सकता है। इंटरैक्टिव सामग्री सीखने की प्रक्रिया को बेहतर बनाने और भविष्य की सामग्री एवं आउटरीच टूल के विकास में फीडबैक लूप उत्पन्न करने में सहायक होती है।

### **निष्कर्ष**

प्रिंट मीडिया देहरादून के निवासियों को डिजिटल साक्षरता पर सार्थक शैक्षिक सामग्री प्रदान करता है। बार-बार रिपोर्टिंग के माध्यम से समाचारपत्र डिजिटल जानकारी के प्रति जागरूकता बढ़ा सकते हैं। हालांकि, प्रिंट मीडिया वह गहन, अर्थपूर्ण अनुभव प्रदान नहीं कर सकता जो डिजिटल सामग्री के साथ इंटरैक्शन में अपेक्षित होता है। उत्तराखंड में डिजिटल



समावेशन बढ़ाने के लिए प्रिंट मीडिया को अधिक विश्लेषणात्मक जानकारी और पाठक सहभागिता के उपाय प्रस्तुत करने होंगे।

यह पाठक को समुदाय में भाग लेने और डिजिटल उपकरणों का प्रभावी उपयोग करने के लिए सक्षम बनाने में मदद करेगा। प्रिंट मीडिया की शिक्षा प्रदान करने की क्षमता बढ़ रही है, जिससे न केवल उत्तराखंड का डिजिटल समावेशन बढ़ेगा, बल्कि अंततः राज्य का डिजिटल परिवर्तन भी आगे बढ़ेगा। अपनी सुलभता, विश्वसनीयता और सांस्कृतिक प्रासंगिकता के कारण, प्रिंट मीडिया डिजिटल साक्षरता शिक्षा के लिए सबसे प्रभावी माध्यमों में से एक है, विशेषकर उन लोगों के लिए जो कम सेवा प्राप्त करते हैं और डिजिटल रूप से पिछड़े हैं।

डिजिटल प्लेटफॉर्म के प्रभाव के बढ़ने के बावजूद, प्रिंट मीडिया को जनता के बीच अपनी विशेष स्थिति प्राप्त है। अधिकतम प्रभाव सुनिश्चित करने के लिए संगठनात्मक साझेदारी और सामग्री वितरण रणनीति आवश्यक है। डिजिटल प्लेटफॉर्म के साथ उपयोग होने पर प्रिंट मीडिया डिजिटल विभाजन को कम करने और अधिक डिजिटल रूप से सशक्त समाज बनाने में महत्वपूर्ण भूमिका निभा सकता है।

### संदर्भ सूची

1. बिंगोल, बी., & गुमुस, च. (2024). द इम्पैक्ट ऑफ प्रिंटेड मीडिया एंड डिजिटल मीडिया ऑन इन्फॉर्मेशन कंजम्प्शन. रिसर्च ऑन ह्यूमैनिटीज एंड सोशल साइंसेज, 14(5), 15–20.
2. रेड्डी, वी. आर., & पटेल, एस. (2023). डिजिटल लिटरेसी एंड इट्स रिप्रेजेंटेशन इन इंडियन न्यूजपेपर्स: अ कंटेंट एनालिसिस अप्रोच. इंटरनेशनल जर्नल ऑफ मीडिया एंड कम्युनिकेशन स्टडीज, 17(4), 187–204.
3. देवांगन, एस., & वर्मा, एम. (2022). इम्पोर्टेंस ऑफ डिजिटल लिटरेसी एंड इन्फॉर्मेशन नीड्स अमंग प्रिंट मीडिया जर्नलिस्ट्स ऑफ रायपुर, छत्तीसगढ़. इन प्रोसीडिंग्स ऑफ द इंटरनेशनल कॉन्फ्रेंस ऑन लाइब्रेरीज ऑफ द फ्यूचर: इमर्जिंग ट्रेंड्स (pp. 479–485).
4. राय, वी. (2022). प्रिंट मीडिया एंड डिजिटल एम्पावरमेंट: अ स्टडी ऑफ इंटीग्रेटेड कम्युनिकेशन स्ट्रेटेजीज. मीडिया ट्रेंड्स क्वार्टरली, 9(3), 60–72.
5. कुमार, आर. (2021). डिजिटल डिवाइड इन इंडिया: चैलेंजेज एंड ऑपॉर्च्युनिटीज. मीडिया स्टडीज जर्नल, 8(2), 45–60.
6. गुप्ता, आर., & शर्मा, एम. (2020). ब्रिजिंग द डिजिटल डिवाइड: द रेलेवेस ऑफ ट्रेडिशनल मीडिया इन द डिजिटल एरा. जर्नल ऑफ कम्युनिकेशन रिसर्च, 14(2), 88–97.
7. जैन, ए., & कुमार, एम. (2020). डिजिटल लिटरेसी एंड न्यूजपेपर्स: अ कंटेंट एनालिसिस ऑफ इंडियन प्रिंट मीडिया. एशियन जर्नल ऑफ कम्युनिकेशन, 30(1), 78–92.



## The Asian Thinker

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

Year-8 Volume: I, Jan-March, 2026 Impact Factor 5.625 (IIFS)

Issue-29 ISSN: 2582-1296 (Online)

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

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

8. मिनिस्ट्री ऑफ इलेक्ट्रॉनिक्स एंड इन्फॉर्मेशन टेक्नोलॉजी (MeitY). (2020). डिजिटल इंडिया प्रोग्राम: प्रोग्रेस एंड इम्पैक्ट रिपोर्ट. गवर्नमेंट ऑफ इंडिया.
9. दास, एस. (2019). रोल ऑफ प्रिंट मीडिया इन डिजिटल लिटरेसी अवेयरनेस इन रूरल इंडिया. इंटरनेशनल जर्नल ऑफ मीडिया एंड कम्युनिकेशन स्टडीज़, 11(4), 45–52.
10. गुप्ता, पी. (2019). रीजनल मीडिया एंड डिजिटल लिटरेसी: अ स्टडी. न्यू दिल्ली: सेज पब्लिकेशन्स.
11. करंबेलकर, एन. (2019). द इम्पैक्ट ऑफ ई-पेपर्स एंड सोशल मीडिया ऑन प्रिंट न्यूजपेपर सेल्स इन इंडिया. जर्नल ऑफ मीडिया स्टडीज़, 25(3), 45–62.
12. सिंह, पी. (2018). डिजिटल मीडिया ऐज अ मीन्स ऑफ इन्फॉर्मेशन: अ कम्पैरिजन विद प्रिंट मीडिया.
13. शर्मा, वी. (2018). द रोल ऑफ प्रिंट मीडिया इन अवेयरनेस कैंपेन. इंटरनेशनल जर्नल ऑफ मीडिया स्टडीज़, 6(1), 32–47.
14. सिओक, एस., & डाकोस्टा, बी. (2016). डिजिटल वर्सेस प्रिंट रीडिंग: प्रेफरेंसेस, प्रोफिशिएंसी एंड डिजिटल इन्क्लनेशन अमंग साउथ कोरियन हाई स्कूल स्टूडेंट्स. जर्नल ऑफ एजुकेशनल रिसर्च, 109(4), 445–459.
15. आहूजा, आर. (2001). रिसर्च मेथड्स. रावत पब्लिकेशन्स.