



(INNOVATIVE RESEARCH THOUGHTS IN SOCIAL SCIENCES)

Peer Review, Refereed, Biannual, Social Science Journal, Open Access Journal

ISSN: 3107-5096(ONLINE)

VOL. 2, ISSUE 3 (SEPTEMBER) 2026

डिजिटल युग में हिंदी पत्रकारिता पर सोशल मीडिया का प्रभाव

प्रेरणा भारती छात्रा तिलक स्कूल ऑफ जर्नलिज्म एंड मास कम्युनिकेशन चौधरी चरण सिंह विश्वविद्यालय, मेरठ डॉ. दीपिका वर्मा सहायक आचार्य तिलक स्कूल ऑफ जर्नलिज्म एंड मास कम्युनिकेशन चौधरी चरण सिंह विश्वविद्यालय, मेरठ	Citation: Bharti, P., & Verma, D. (2026). डिजिटल युग में हिंदी पत्रकारिता पर सोशल मीडिया का प्रभाव. INNOVATIVE RESEARCH THOUGHTS IN SOCIAL SCIENCES, 2(3), 41–53. DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.23229429
--	--

शोध सारांश

हिंदी पत्रकारिता ने लगभग 200 वर्षों की यात्रा पूरी कर ली है, जिसकी शुरुआत वर्ष 1826 में उदन्त मार्तण्ड से हुई थी। समय के साथ पत्रकारिता ने प्रिंट, रेडियो और टेलीविजन से होते हुए डिजिटल युग में प्रवेश किया। वर्तमान डिजिटल युग में सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म जैसे यूट्यूब, इंस्टाग्राम और एक्स (पूर्व में ट्विटर) ने हिंदी पत्रकारिता के स्वरूप, कार्यप्रणाली तथा उसके प्रभाव को व्यापक रूप से बदल दिया है। इस शोध का मुख्य उद्देश्य हिंदी पत्रकारिता पर सोशल मीडिया के प्रभाव का अध्ययन करना है। इस अध्ययन में सर्वेक्षण विधि का उपयोग किया गया है। युवाओं से उनके समाचार उपभोग के माध्यमों के बारे में जानकारी प्राप्त की गई, जिसमें गूगल फॉर्म के माध्यम से सर्वे कर ऑकड़े एकत्रित किए गए। प्राप्त आँकड़ों का विश्लेषण कर उन्हें ग्राफ़ एवं तालिकाओं के माध्यम से प्रस्तुत किया गया।

अध्ययन के परिणामों से स्पष्ट हुआ कि अधिकांश लोग अब पारंपरिक माध्यमों जैसे समाचार पत्र और टेलीविजन की अपेक्षा सोशल मीडिया को अधिक प्राथमिकता देते हैं, क्योंकि यह तेज़, सुलभ और इंटरैक्टिव माध्यम है। सर्वेक्षण में यह भी पाया गया कि सोशल मीडिया के बढ़ते उपयोग के साथ-साथ फेक न्यूज़ और विश्वसनीयता की कमी जैसी समस्याएँ भी बढ़ रही हैं। इसके अतिरिक्त टीआरपी और व्यूज़ की प्रतिस्पर्धा के कारण पत्रकारिता की गुणवत्ता भी प्रभावित हो रही है।

बीज शब्द: हिंदी पत्रकारिता, सोशल मीडिया, डिजिटल युग, फेक न्यूज़, विश्वसनीयता, मीडिया साक्षरता।

परिचय

हिंदी पत्रकारिता भारतीय समाज में सूचना के प्रसार तथा जनमत निर्माण का एक महत्वपूर्ण माध्यम रही है। इसकी शुरुआत वर्ष 1826 में उदन्त मार्तण्ड के प्रकाशन के साथ हुई थी। इसके बाद यह प्रिंट माध्यम के रूप में आगे बढ़ी। समय के साथ पत्रकारिता ने रेडियो और टेलीविजन जैसे इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों को अपनाकर समाज के विभिन्न वर्गों तक अपनी पहुँच बनाई। इस प्रकार हिंदी पत्रकारिता ने बदलते समय के साथ स्वयं को निरंतर परिवर्तित किया।

21वीं सदी में डिजिटल प्रौद्योगिकी और इंटरनेट के प्रसार ने पत्रकारिता के स्वरूप में एक बड़ा परिवर्तन लाया। विशेष रूप से सोशल मीडिया प्लेटफ़ॉर्म जैसे यूट्यूब, इंस्टाग्राम और एक्स (पूर्व में ट्विटर) ने समाचारों के उत्पादन, वितरण और उपभोग की प्रक्रिया को पूरी तरह बदल दिया है। आज के समय में विशेषकर युवा वर्ग पारंपरिक माध्यमों की तुलना में सोशल मीडिया पर अधिक निर्भर हो गया है, क्योंकि यह त्वरित, सुलभ तथा इंटरैक्टिव माध्यम है।

हालाँकि सोशल मीडिया के बढ़ते प्रभाव के साथ अनेक चुनौतियाँ भी सामने आई हैं। फेक न्यूज़ का तेज़ी से प्रसार, सूचना की सत्यता और विश्वसनीयता पर प्रश्नचिह्न लगाता है। इसके अतिरिक्त अधिक व्यूज़ और एंगेजमेंट प्राप्त करने की प्रतिस्पर्धा में कई बार पत्रकारिता की

गुणवत्ता तथा नैतिक मानकों पर भी नकारात्मक प्रभाव पड़ता है। यह स्थिति पत्रकारिता के मूल उद्देश्य—सत्य एवं निष्पक्ष सूचना प्रदान करने—के लिए गंभीर चुनौती बन गई है।

सोशल मीडिया और पत्रकारिता पर अनेक अध्ययन किए जा चुके हैं, फिर भी हिंदी पत्रकारिता के संदर्भ में इसके प्रभाव का गहन एवं विशिष्ट विश्लेषण अपेक्षाकृत सीमित है। विशेष रूप से यह समझने की आवश्यकता है कि सोशल मीडिया ने हिंदी भाषी दर्शकों के समाचार उपभोग के तरीकों को किस प्रकार प्रभावित किया है तथा इससे पत्रकारिता के स्वरूप में क्या परिवर्तन आए हैं।

इसी परिप्रेक्ष्य में प्रस्तुत अध्ययन का उद्देश्य हिंदी पत्रकारिता पर सोशल मीडिया के प्रभाव का विश्लेषण करना है। यह शोध विशेष रूप से समाचार उपभोग के बदलते तरीकों, सूचना की विश्वसनीयता तथा पत्रकारिता की गुणवत्ता पर सोशल मीडिया के प्रभाव को समझने का प्रयास करता है।

साहित्यिक समीक्षा

शोधकर्ता Kumari N. ने अपने शोध पत्र “हिंदी मुख्यधारा मीडिया के समाचार निर्माण में सोशल मीडिया के उपयोग के निहितार्थ” (*Implications of*

Social Media Usage in News Production of Hindi Mainstream Media) में हिंदी मुख्यधारा मीडिया संस्थानों द्वारा सोशल मीडिया के उपयोग का अध्ययन किया है। यह अध्ययन मुख्यतः गुणात्मक शोध पद्धति पर आधारित है, जिसमें संपादकों और पत्रकारों के इंटरव्यू लिए गए हैं। शोध में पाया गया कि फेसबुक, एक्स (पूर्व में ट्विटर), यूट्यूब और इंस्टाग्राम जैसे प्लेटफॉर्म समाचार संग्रह और प्रसारण के महत्वपूर्ण माध्यम बन गए हैं। डिजिटल प्लेटफॉर्म ने समाचारों की गति को तेज़ कर दिया है। अध्ययन में यह भी स्पष्ट किया गया है कि सोशल मीडिया के कारण समाचारों की सत्यता और विश्वसनीयता भी प्रभावित हो रही है।

शोधकर्ता Swati Arjun ने अपने शोध पत्र “Hindi Digital Media Platforms: A Curious Case of Journalism being Superseded by Tabloidism” में हिंदी डिजिटल मीडिया में बढ़ती सनसनीखेज पत्रकारिता का विश्लेषण किया है। यह अध्ययन गुणात्मक शोध पद्धति पर आधारित है। शोध के अनुसार डिजिटल प्लेटफॉर्म पर क्लिक, व्यूज़ और ट्रैफिक प्राप्त करने की प्रतिस्पर्धा ने पत्रकारिता की गुणवत्ता को प्रभावित किया है। समाचार संस्थान अब गंभीर पत्रकारिता की अपेक्षा मनोरंजन, विवाद और क्लिकबेट हेडलाइन को अधिक प्राथमिकता दे रहे हैं। अध्ययन में कंटेंट एनालिसिस तथा तुलनात्मक विश्लेषण (Comparative Analysis) का उपयोग किया गया है। हालांकि, शोध यह भी स्वीकार करता है कि डिजिटल मीडिया ने छोटे शहरों और ग्रामीण क्षेत्रों की खबरों को राष्ट्रीय स्तर तक पहुँचाने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है।

“डिजिटल मीडिया के दौर में हिंदी की साहित्यिक पत्रकारिता का बदलता स्वरूप” विषय पर किए गए शोध में गुणात्मक एवं वर्णनात्मक शोध पद्धति का प्रयोग किया गया। इस अध्ययन में ब्लॉग, ई-पत्रिकाओं, सोशल मीडिया तथा डिजिटल साहित्यिक सामग्री का विश्लेषण किया गया है। शोध के अनुसार डिजिटल मीडिया ने नए लेखकों और युवा रचनाकारों को मंच प्रदान किया है तथा फेसबुक, यूट्यूब और पॉडकास्ट जैसे माध्यमों के कारण साहित्य को नए पाठकों तक पहुँचाने में सहायता मिली है। हालांकि, अध्ययन यह भी बताता है कि डिजिटल माध्यम में साहित्य की गुणवत्ता तथा भाषा की शुद्धता पर प्रश्न उठे हैं। इस शोध में कंटेंट स्टडी और वर्णनात्मक विश्लेषण तकनीक का उपयोग किया गया है।

भारतीय पत्रकारिता पर सोशल मीडिया के प्रभाव का अध्ययन विभिन्न शोधकर्ताओं द्वारा मिश्रित शोध पद्धति के माध्यम से किया गया है। “इम्पैक्ट ऑफ सोशल मीडिया ऑन इंडियन जर्नलिज्म” अध्ययन में सर्वेक्षण, सांख्यिकीय तथा विश्लेषणात्मक अध्ययन पद्धति का उपयोग किया गया है। अध्ययन के अनुसार सोशल मीडिया ने पत्रकारिता को एकतरफा संचार से इंटरैक्टिव संचार में परिवर्तित कर दिया है। अब पाठक केवल समाचारों का उपभोग ही नहीं कर रहे हैं, बल्कि कमेंट, शेयर और लाइव प्रतिक्रिया के माध्यम से समाचार प्रक्रिया में सक्रिय भागीदारी भी कर रहे हैं। शोध में यह भी बताया गया है कि सोशल मीडिया ने नागरिक पत्रकारिता को बढ़ावा दिया है। लेकिन फेक न्यूज़,

ट्रोलिंग तथा सूचना की अधिकता जैसी समस्याएँ भी उत्पन्न हुई हैं।

शोधकर्ता K. Jayalakshmi ने अपने शोध पत्र “The Global Scenario of Hindi in Web Media” में वेब मीडिया और सोशल मीडिया के माध्यम से हिंदी भाषा की वैश्विक स्थिति का अध्ययन किया है। यह अध्ययन गुणात्मक शोध पद्धति पर आधारित है। शोध के अनुसार यूट्यूब चैनल, ब्लॉग, ऑनलाइन समाचार पोर्टल तथा सोशल मीडिया प्लेटफ़ॉर्म ने हिंदी समाचारों को अंतरराष्ट्रीय स्तर पर नई पहचान दिलाई है। अध्ययन में यह भी बताया गया है कि यूनिकोड तकनीक तथा स्मार्टफोन की उपलब्धता ने हिंदी टाइपिंग और डिजिटल सामग्री के निर्माण को अत्यंत सरल बना दिया है। इस शोध में द्वितीयक स्रोतों तथा वर्णनात्मक विश्लेषण पद्धति का प्रयोग किया गया है।

सर्वेक्षण

डिजिटल युग में हिंदी पत्रकारिता पर सोशल मीडिया के प्रभाव का अध्ययन करने के उद्देश्य से एक सर्वेक्षण किया गया, जिसमें कुल 50 प्रतिभागियों ने भाग लिया। इस सर्वेक्षण में 18 से 35 वर्ष आयु वर्ग के लोगों को शामिल किया गया, क्योंकि इस आयु वर्ग के लोग सोशल मीडिया के माध्यम से समाचार देखने, पढ़ने और साझा करने में सबसे अधिक सक्रिय रहते हैं। साथ ही, वे डिजिटल समाचार माध्यमों के उपयोग और उनके प्रभाव के संबंध में अपने विचार स्पष्ट रूप से व्यक्त करने में सक्षम हैं। इसलिए अध्ययन के लिए इसी आयु वर्ग को प्रमुख रूप से चयनित किया गया।

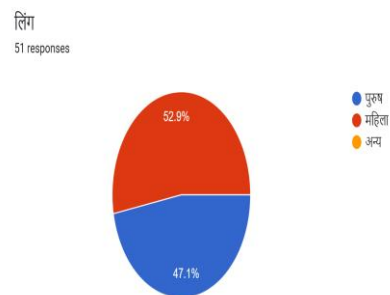


Figure 1

इस ग्राफ में सर्वेक्षण में भाग लेने वाले प्रतिभागियों के लिंग का विवरण प्रस्तुत किया गया है। डिजिटल मीडिया का उपयोग विभिन्न सामाजिक एवं व्यक्तिगत कारकों के साथ-साथ लिंग के आधार पर भी भिन्न हो सकता है। इसी उद्देश्य से इस सर्वेक्षण में महिला एवं पुरुष दोनों वर्गों की भागीदारी सुनिश्चित की गई।

सर्वेक्षण के अनुसार लगभग 52% प्रतिभागी महिलाएँ तथा 47.04% प्रतिभागी पुरुष थे। इससे स्पष्ट होता है कि अध्ययन में दोनों वर्गों का संतुलित प्रतिनिधित्व रहा, जिससे प्राप्त निष्कर्ष अधिक विश्वसनीय एवं निष्पक्ष बन सके।

शिक्षा का स्तर
51 responses

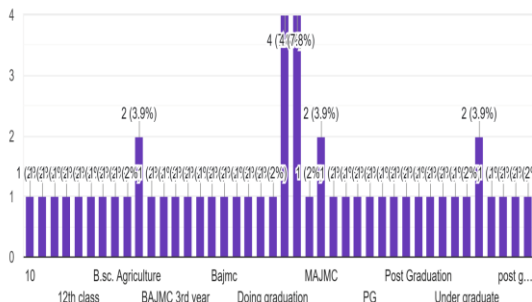


Table 2

इस तालिका में प्रतिभागियों की शैक्षिक योग्यता का विवरण प्रस्तुत किया गया है। शिक्षा का स्तर इस बात को प्रभावित करता है कि कोई व्यक्ति सोशल मीडिया का किस प्रकार उपयोग करता है तथा समाचारों को किस दृष्टिकोण से ग्रहण करता है। इसी कारण इस सर्वेक्षण में विभिन्न शैक्षिक स्तरों के प्रतिभागियों को शामिल किया गया, जिनमें स्नातक, परास्नातक तथा पीएच.डी. के विद्यार्थी प्रमुख रूप से सम्मिलित थे।

सर्वेक्षण के परिणामों से ज्ञात हुआ कि स्नातक वर्ग के प्रतिभागियों की संख्या सबसे अधिक रही। वहीं अन्य शैक्षिक श्रेणियों में प्रतिभागियों की भागीदारी लगभग 3.9% से 7.8% के बीच दर्ज की गई। इससे स्पष्ट होता है कि अध्ययन में विभिन्न शैक्षिक स्तरों के प्रतिभागियों को सम्मिलित किया गया, जिससे प्राप्त निष्कर्ष अधिक व्यापक एवं विश्वसनीय बन सके।

व्यवसाय
51 responses

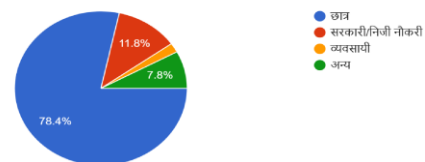


Table 3

इस तालिका में सर्वेक्षण में भाग लेने वाले प्रतिभागियों के व्यवसाय का विवरण प्रस्तुत किया गया है। वर्तमान डिजिटल युग में सोशल मीडिया का उपयोग केवल मनोरंजन और समाचार प्राप्त करने तक सीमित नहीं है, बल्कि लोग अपने व्यवसाय, उत्पादों तथा सेवाओं के प्रचार-प्रसार के लिए भी इसका व्यापक रूप से उपयोग कर रहे हैं।

सर्वेक्षण के अनुसार प्रतिभागियों में 78.4% छात्र, 11.8% सरकारी एवं निजी क्षेत्र में कार्यरत कर्मचारी तथा 7.8% अन्य व्यवसायों से जुड़े लोग शामिल थे। इससे स्पष्ट होता है कि इस अध्ययन में विद्यार्थियों की भागीदारी सबसे अधिक रही, जो यह दर्शाती है कि युवा वर्ग सोशल मीडिया का सबसे सक्रिय उपयोगकर्ता है तथा समाचारों और अन्य डिजिटल सामग्री के उपभोग में उसकी प्रमुख भूमिका है।

डिजिटल युग में हिंदी पत्रकारिता पर सोशल मीडिया का प्रभाव

आप समाचार प्राप्त करने के लिए किस माध्यम का सबसे अधिक उपयोग करते हैं? न्यूज़ ऐप्स
51 responses

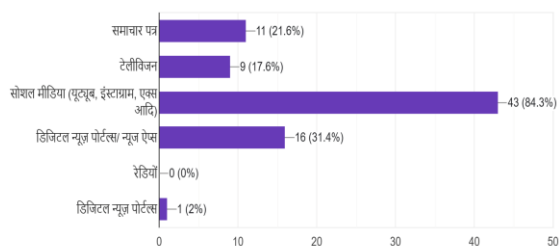


Table 4

इस तालिका में प्रतिभागियों द्वारा समाचार प्राप्त करने के लिए उपयोग किए जाने वाले विभिन्न माध्यमों का विवरण प्रस्तुत किया गया है। यद्यपि आज भी लोग समाचार प्राप्त करने के लिए समाचार पत्र, टेलीविजन, न्यूज़ वेबसाइट तथा अन्य माध्यमों का उपयोग करते हैं, फिर भी सर्वेक्षण से स्पष्ट हुआ कि अधिकांश लोग समाचार प्राप्त करने के लिए सोशल मीडिया को प्राथमिकता देते हैं।

सर्वेक्षण के अनुसार 21.6% प्रतिभागी समाचार पत्र, 17.6% प्रतिभागी टेलीविजन, 84.3% प्रतिभागी सोशल मीडिया तथा 31.4% प्रतिभागी डिजिटल न्यूज़ पोर्टल एवं न्यूज़ ऐप्स का उपयोग करते हैं। वहीं, इस सर्वेक्षण में रेडियो का उपयोग करने वाले प्रतिभागियों का प्रतिशत 0% दर्ज किया गया।

इन आँकड़ों से स्पष्ट होता है कि डिजिटल युग में समाचार प्राप्त करने के तरीकों में उल्लेखनीय परिवर्तन आया है। सोशल मीडिया अपनी त्वरित सूचना, आसान उपलब्धता तथा इंटरैक्टिव स्वरूप के कारण समाचारों का सबसे लोकप्रिय माध्यम बन चुका है, जबकि

पारंपरिक माध्यमों का उपयोग अपेक्षाकृत कम होता जा रहा है।

आप प्रतिदिन समाचार देखने/पढ़ने में कितना समय व्यतीत करते हैं?
51 responses

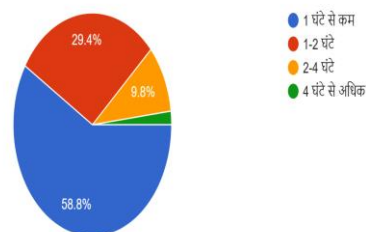


Figure 5

इस ग्राफ में प्रतिभागियों द्वारा समाचार पढ़ने या देखने में प्रतिदिन व्यतीत किए जाने वाले समय का विवरण प्रस्तुत किया गया है। वर्तमान समय में लोगों की व्यस्त जीवनशैली के कारण अधिकांश लोगों के पास समाचार पढ़ने या देखने के लिए अधिक समय नहीं होता। इसी उद्देश्य से प्रतिभागियों से यह जानने का प्रयास किया गया कि वे प्रतिदिन समाचार प्राप्त करने के लिए कितना समय देते हैं।

सर्वेक्षण के अनुसार 58.8% प्रतिभागी प्रतिदिन 1 घंटे से कम समय समाचार पढ़ने या देखने में व्यतीत करते हैं। वहीं 29.4% प्रतिभागी 1 से 2 घंटे तथा 9.8% प्रतिभागी 2 से 4 घंटे तक समाचारों के लिए समय देते हैं।

इन आँकड़ों से स्पष्ट होता है कि अधिकांश लोग कम समय में डिजिटल माध्यमों, विशेषकर सोशल मीडिया, के माध्यम से समाचार प्राप्त करना अधिक सुविधाजनक और प्रभावी मानते हैं। यह भी दर्शाता है कि त्वरित एवं

संक्षिप्त समाचार सामग्री आज के डिजिटल युग में लोगों की पहली पसंद बनती जा रही है।

आप समाचारों के लिए मुख्य रूप से किस सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म का उपयोग करते हैं?
51 responses

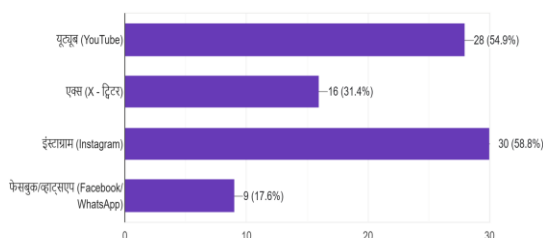


Table 6

इस तालिका में प्रतिभागियों द्वारा समाचार प्राप्त करने के लिए उपयोग किए जाने वाले विभिन्न सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म का विवरण प्रस्तुत किया गया है। वर्तमान समय में लोग समाचार प्राप्त करने के लिए समाचार पत्र, टेलीविजन, न्यूज़ पोर्टल, मोबाइल ऐप्स तथा विभिन्न सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म का उपयोग करते हैं। हालांकि, सर्वेक्षण से स्पष्ट हुआ कि समाचार उपभोग के लिए सोशल मीडिया सबसे अधिक लोकप्रिय माध्यम बन चुका है।

सर्वेक्षण के अनुसार 58.8% प्रतिभागी समाचार प्राप्त करने के लिए इंस्टाग्राम, 54.9% प्रतिभागी यूट्यूब, 31.4% प्रतिभागी एक्स (पूर्व में ट्विटर) तथा 17.6% प्रतिभागी फेसबुक का उपयोग करते हैं।

इन आँकड़ों से स्पष्ट होता है कि वर्तमान समय में इंस्टाग्राम और यूट्यूब समाचार उपभोग के सबसे लोकप्रिय डिजिटल प्लेटफॉर्म बन चुके हैं। इन माध्यमों

पर समाचार वीडियो, रील्स, लाइव अपडेट और शॉर्ट कंटेंट के रूप में तेज़ी से उपलब्ध हो जाते हैं, जिसके कारण विशेष रूप से युवा वर्ग इन प्लेटफॉर्मों का सबसे अधिक उपयोग कर रहा है।

पारंपरिक माध्यमों (प्रिंट/टीवी) की तुलना में आप सोशल मीडिया को क्यों प्राथमिकता देते हैं?
51 responses

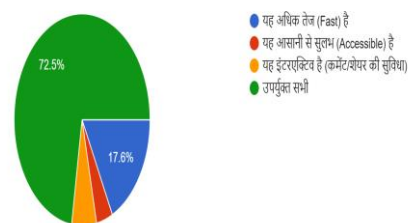


Figure 7

इस ग्राफ में प्रतिभागियों द्वारा समाचार प्राप्त करने के लिए सोशल मीडिया को प्राथमिकता देने के प्रमुख कारणों का विवरण प्रस्तुत किया गया है। सर्वेक्षण के अनुसार 72.5% प्रतिभागियों का मानना है कि सोशल मीडिया पर समाचार त्वरित, आसानी से उपलब्ध तथा इंटरैक्टिव होते हैं। वहीं 17.6% प्रतिभागियों ने इसे समाचार प्राप्त करने का सबसे तेज़ माध्यम बताया, जबकि 5.9% प्रतिभागियों का मानना है कि इसकी इंटरैक्टिव प्रकृति इसे अन्य समाचार माध्यमों की तुलना में अधिक प्रभावी बनाती है।

इन आँकड़ों से स्पष्ट होता है कि गति, सुविधा और सहभागिता सोशल मीडिया की बढ़ती लोकप्रियता के प्रमुख कारण हैं। यही कारण है कि आज के डिजिटल युग में अधिकांश लोग समाचार प्राप्त करने के लिए

पारंपरिक माध्यमों की अपेक्षा सोशल मीडिया को अधिक प्राथमिकता दे रहे हैं।

सार्वजनिक मुद्दों पर सक्रिय रूप से भागीदारी करने का अवसर प्राप्त हुआ है।

क्या आपको लगता है कि सोशल मीडिया ने समाचारों को अधिक 'लोकतांत्रिक' (democratized) बनाया है, जहाँ आम नागरिक भी अपनी बात रख सकते हैं?

51 responses

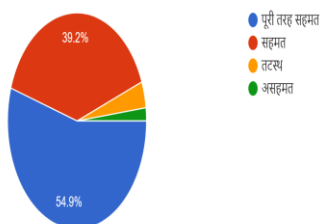


Figure 8

इस ग्राफ में प्रतिभागियों की उस राय को प्रस्तुत किया गया है कि क्या सोशल मीडिया ने समाचारों को अधिक लोकतांत्रिक बनाया है। वर्तमान डिजिटल युग में सोशल मीडिया का उपयोग केवल समाचार प्राप्त करने तक सीमित नहीं है, बल्कि यह आम नागरिकों को अपनी बात रखने, विचार व्यक्त करने तथा समाचारों को साझा करने का अवसर भी प्रदान करता है।

सर्वेक्षण के अनुसार 54.9% प्रतिभागियों ने इस कथन से पूर्णतः सहमति व्यक्त की, जबकि 39.2% प्रतिभागियों ने सहमति जताई। वहीं केवल 13.7% प्रतिभागियों ने इस कथन से असहमति व्यक्त की।

इन आँकड़ों से स्पष्ट होता है कि अधिकांश लोगों का मानना है कि सोशल मीडिया ने समाचारों को अधिक लोकतांत्रिक बनाया है। इसके माध्यम से आम नागरिकों को अपने विचार व्यक्त करने, समाचार साझा करने तथा

आपकी राय में, क्या 'व्यूज' और 'टीआरपी' की दौड़ समाचारों की गुणवत्ता को प्रभावित कर रही है?

51 responses

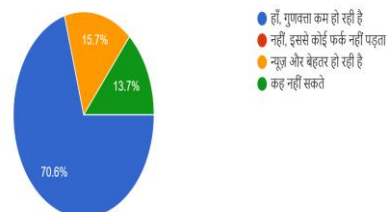


Figure 9

इस ग्राफ में प्रतिभागियों की उस राय को प्रस्तुत किया गया है कि सोशल मीडिया पर बढ़ती टीआरपी, व्यूज और क्लिक की प्रतिस्पर्धा ने पत्रकारिता की गुणवत्ता को किस प्रकार प्रभावित किया है। वर्तमान डिजिटल युग में समाचार संस्थान अधिक दर्शक और एंगेजमेंट प्राप्त करने की होड़ में कार्य कर रहे हैं, जिसका प्रभाव समाचारों की गुणवत्ता और विश्वसनीयता पर भी पड़ रहा है।

सर्वेक्षण के अनुसार 70.6% प्रतिभागियों का मानना है कि टीआरपी और व्यूज की प्रतिस्पर्धा के कारण पत्रकारिता की गुणवत्ता में गिरावट आई है। वहीं 15.7% प्रतिभागियों का मानना है कि इस प्रतिस्पर्धा के कारण समाचारों की प्रस्तुति और गुणवत्ता में सुधार हुआ है। इसके अतिरिक्त 13.7% प्रतिभागियों ने इस विषय पर कोई स्पष्ट राय व्यक्त नहीं की।

इन आँकड़ों से स्पष्ट होता है कि अधिकांश लोग टीआरपी और व्यूज की बढ़ती प्रतिस्पर्धा को पत्रकारिता

की गुणवत्ता तथा विश्वसनीयता के लिए एक महत्वपूर्ण चुनौती मानते हैं।

आप सोशल मीडिया पर मिलने वाले हिंदी समाचारों को कितना विश्वसनीय मानते हैं?
51 responses

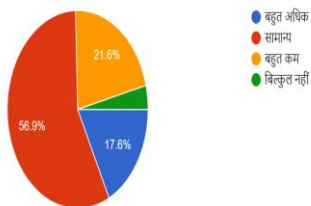


Figure 10

इस ग्राफ में प्रतिभागियों की सोशल मीडिया पर उपलब्ध हिंदी समाचारों की विश्वसनीयता के संबंध में राय प्रस्तुत की गई है। वर्तमान डिजिटल युग में अनेक सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म और चैनलों के माध्यम से हिंदी समाचारों का प्रसार किया जा रहा है। इसके साथ ही नागरिक पत्रकारिता (Citizen Journalism) को भी बढ़ावा मिला है, जिसके कारण आम नागरिक भी समाचार साझा कर रहे हैं। हालांकि, तथ्य-जांच के अभाव में कई बार भ्रामक अथवा गलत समाचार भी प्रसारित हो जाते हैं, जिससे समाचारों की विश्वसनीयता पर प्रश्नचिह्न लग जाता है।

सर्वेक्षण के अनुसार 17.6% प्रतिभागियों का मानना है कि सोशल मीडिया पर उपलब्ध हिंदी समाचार विश्वसनीय हैं। वहीं 56.9% प्रतिभागियों ने इन समाचारों की विश्वसनीयता को सामान्य माना, जबकि 21.6% प्रतिभागियों का मानना है कि सोशल मीडिया पर

उपलब्ध समाचार कम विश्वसनीय होते हैं। शेष प्रतिभागियों ने इस विषय पर कोई स्पष्ट राय व्यक्त नहीं की।

इन आँकड़ों से स्पष्ट होता है कि सोशल मीडिया पर उपलब्ध हिंदी समाचारों की विश्वसनीयता को लेकर लोगों के बीच मिश्रित दृष्टिकोण मौजूद है। अधिकांश लोग सोशल मीडिया को समाचारों का उपयोगी माध्यम तो मानते हैं, लेकिन उसकी विश्वसनीयता को लेकर पूरी तरह आश्वस्त नहीं हैं।

किसी समाचार की विश्वसनीयता को जांचने के लिए आप किस कारक को सबसे महत्वपूर्ण मानते हैं?
51 responses

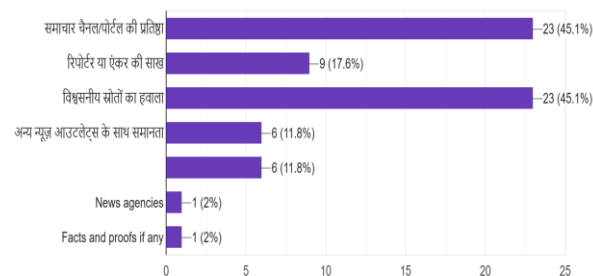


Figure 11

इस ग्राफ में प्रतिभागियों द्वारा किसी समाचार की विश्वसनीयता को परखने के लिए अपनाए जाने वाले प्रमुख आधारों का विवरण प्रस्तुत किया गया है। वर्तमान समय में सोशल मीडिया पर अनेक समाचार तेजी से वायरल होते हैं। कई लोग बिना सत्यापन के इन समाचारों को सही मान लेते हैं, जबकि कुछ लोग उनकी सत्यता की जाँच करने के बाद ही उन पर विश्वास करते हैं। इसी उद्देश्य से प्रतिभागियों से पूछा गया कि वे किसी

समाचार की विश्वसनीयता का मूल्यांकन किस आधार पर करते हैं।

सर्वेक्षण के अनुसार 45.1% प्रतिभागी किसी समाचार की विश्वसनीयता का आकलन विश्वसनीय स्रोतों के संदर्भ के आधार पर करते हैं। वहीं 45.01% प्रतिभागी समाचार चैनल या समाचार संस्थान की प्रतिष्ठा को सबसे महत्वपूर्ण मानते हैं। इसके अतिरिक्त 17.6% प्रतिभागी रिपोर्टर या एंकर की साख के आधार पर समाचार की विश्वसनीयता का मूल्यांकन करते हैं। 11.8% प्रतिभागी अन्य समाचार माध्यमों से तुलना करके समाचार की सत्यता की पुष्टि करते हैं, जबकि 2% प्रतिभागी समाचार एजेंसी को आधार बनाकर उसकी विश्वसनीयता का आकलन करते हैं।

इन आँकड़ों से स्पष्ट होता है कि अधिकांश लोग किसी समाचार पर विश्वास करने से पहले उसके स्रोत, समाचार संस्थान की प्रतिष्ठा तथा तथ्यात्मक पुष्टि को महत्वपूर्ण मानते हैं। इससे यह भी संकेत मिलता है कि डिजिटल युग में समाचारों की विश्वसनीयता को लेकर लोगों में जागरूकता बढ़ रही है।

इस ग्राफ में प्रतिभागियों की उस आदत का विवरण प्रस्तुत किया गया है कि वे किसी समाचार की सत्यता की पुष्टि करने के लिए उसे विभिन्न स्रोतों से मिलान (Cross-Verification) करते हैं या नहीं। वर्तमान डिजिटल युग में सोशल मीडिया पर समाचार बहुत तेजी से प्रसारित होते हैं, इसलिए उनकी सत्यता की जाँच करना आवश्यक हो गया है। इसी उद्देश्य से प्रतिभागियों से यह प्रश्न पूछा गया कि वे समाचारों का विभिन्न स्रोतों से मिलान करते हैं या नहीं।

सर्वेक्षण के अनुसार 43.1% प्रतिभागियों ने बताया कि वे हमेशा किसी समाचार की पुष्टि के लिए विभिन्न स्रोतों से उसका मिलान करते हैं। वहीं 37.3% प्रतिभागियों ने कहा कि वे अक्सर समाचारों का सत्यापन करते हैं। इसके अतिरिक्त 13.7% प्रतिभागियों ने बताया कि वे कभी-कभी ही समाचारों का क्रॉस-वेरिफिकेशन करते हैं।

इन आँकड़ों से स्पष्ट होता है कि अधिकांश लोग किसी समाचार पर विश्वास करने से पहले उसकी सत्यता की जाँच करने का प्रयास करते हैं। यह दर्शाता है कि सोशल मीडिया पर बढ़ती फेक न्यूज़ के बीच लोगों में समाचारों के प्रति जागरूकता तथा तथ्य-जाँच (Fact-Checking) की प्रवृत्ति बढ़ रही है।

समाचारों की सत्यता जानने के लिए क्या आप अलग-अलग स्रोतों से खबरों का मिलान (Cross-verify) करते हैं?
51 responses

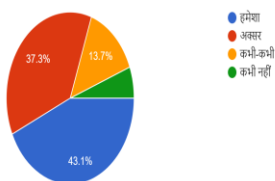


Figure 12

क्या आप फेक न्यूज़ की पहचान करने के लिए किसी "मीडिया साक्षरता कार्यक्रम" में भाग लेना चाहेंगे?

51 responses

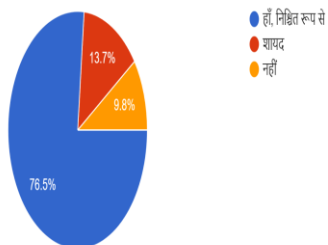


Figure 13

इस ग्राफ में प्रतिभागियों की उस राय को प्रस्तुत किया गया है कि क्या वे फेक न्यूज़ की पहचान तथा मीडिया साक्षरता (Media Literacy) से संबंधित जागरूकता कार्यक्रमों में भाग लेना चाहेंगे। वर्तमान डिजिटल युग में सोशल मीडिया पर सही और गलत समाचारों के बीच अंतर करना कई लोगों के लिए चुनौतीपूर्ण हो गया है। इसी कारण यह जानने का प्रयास किया गया कि लोग इस विषय में अपनी जानकारी बढ़ाने के प्रति कितने इच्छुक हैं।

सर्वेक्षण के अनुसार 76.5% प्रतिभागियों ने फेक न्यूज़ की पहचान और मीडिया साक्षरता से जुड़े कार्यक्रमों में भाग लेने की इच्छा व्यक्त की। वहीं 13.7% प्रतिभागियों ने "शायद" विकल्प का चयन किया, जबकि केवल 9.8% प्रतिभागियों ने ऐसे कार्यक्रमों में रुचि नहीं दिखाई।

इन आँकड़ों से स्पष्ट होता है कि लोगों में मीडिया साक्षरता तथा फेक न्यूज़ की पहचान के प्रति जागरूकता बढ़ रही है। अधिकांश प्रतिभागी इस विषय

में अधिक जानकारी प्राप्त करना चाहते हैं, जिससे वे सही और विश्वसनीय समाचारों की पहचान कर सकें तथा भ्रामक सूचनाओं से बच सकें।

डिजिटल युग में हिंदी पत्रकारिता की विश्वसनीयता बनाए रखने के लिए सबसे जरूरी क्या है?

51 responses

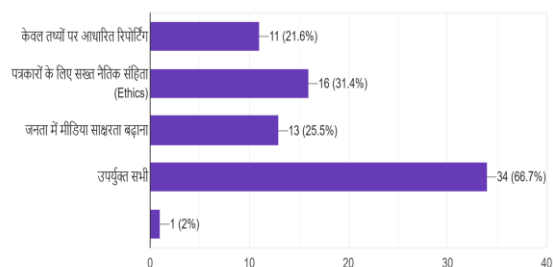


Table 14

इस तालिका में प्रतिभागियों की उस राय को प्रस्तुत किया गया है कि डिजिटल युग में हिंदी पत्रकारिता की विश्वसनीयता बनाए रखने के लिए कौन-कौन से उपाय आवश्यक हैं। वर्तमान समय में समाचारों की बढ़ती संख्या, फेक न्यूज़ तथा सूचना के तीव्र प्रसार के कारण पत्रकारिता की विश्वसनीयता बनाए रखना एक महत्वपूर्ण चुनौती बन गया है। इसी उद्देश्य से प्रतिभागियों से इस विषय पर उनकी राय प्राप्त की गई।

सर्वेक्षण के अनुसार 21.6% प्रतिभागियों ने तथ्य-आधारित एवं निष्पक्ष रिपोर्टिंग को सबसे महत्वपूर्ण माना। वहीं 31.4% प्रतिभागियों का मानना है कि पत्रकारों के लिए नैतिक संहिता (Ethics) का पालन आवश्यक है। इसके अतिरिक्त 25.5% प्रतिभागियों ने मीडिया साक्षरता एवं जन-जागरूकता को बढ़ावा देने

पर बल दिया। वहीं 66.7% प्रतिभागियों ने इन सभी उपायों को समान रूप से आवश्यक माना।

इन आँकड़ों से स्पष्ट होता है कि डिजिटल युग में हिंदी पत्रकारिता की विश्वसनीयता बनाए रखने के लिए तथ्य-आधारित एवं निष्पक्ष पत्रकारिता, नैतिक मूल्यों का पालन तथा मीडिया साक्षरता को बढ़ावा देना अत्यंत आवश्यक है। इन सभी उपायों के समन्वित प्रयास से ही पत्रकारिता की गुणवत्ता और जनता का विश्वास बनाए रखा जा सकता है।

निष्कर्ष

- डिजिटल युग में सोशल मीडिया ने हिंदी पत्रकारिता के स्वरूप, कार्यशैली तथा समाचारों के प्रसार के तरीकों में व्यापक परिवर्तन किए हैं।
- वर्तमान समय में लोग पारंपरिक माध्यमों, जैसे समाचार पत्र, रेडियो और टेलीविजन की अपेक्षा सोशल मीडिया तथा अन्य डिजिटल प्लेटफ़ॉर्म का अधिक उपयोग कर रहे हैं।
- विशेष रूप से युवा वर्ग समाचार प्राप्त करने के लिए इंस्टाग्राम, यूट्यूब, व्हाट्सएप तथा अन्य डिजिटल माध्यमों को प्राथमिकता दे रहा है।
- सोशल मीडिया की प्रमुख विशेषताएँ इसकी तीव्र गति, आसान उपलब्धता तथा इंटरैक्टिव स्वरूप हैं, जिनके कारण कम समय में अधिक जानकारी प्राप्त करना संभव हो गया है।
- सोशल मीडिया ने आम नागरिकों को भी अपने विचार व्यक्त करने तथा समाचार साझा करने का अवसर प्रदान किया है, जिससे पत्रकारिता अधिक लोकतांत्रिक बनी है।
- टीआरपी, व्यूज़ और वायरल कंटेंट की प्रतिस्पर्धा ने पत्रकारिता की गुणवत्ता तथा उसकी विश्वसनीयता को प्रभावित किया है।
- फेक न्यूज़, अपुष्ट जानकारी तथा सनसनीखेज समाचार हिंदी पत्रकारिता के समक्ष गंभीर चुनौती बनकर उभरे हैं।
- अधिकांश लोग समाचारों की सत्यता सुनिश्चित करने के लिए विभिन्न स्रोतों से क्रॉस-वेरिफिकेशन (Cross-Verification) करना आवश्यक मानते हैं।
- समाचारों की विश्वसनीयता के लिए प्रतिष्ठित समाचार संस्थानों, तथ्यात्मक प्रमाणों तथा पत्रकारों की साख को महत्वपूर्ण माना जाता है।
- मीडिया साक्षरता के प्रति लोगों की बढ़ती रुचि यह दर्शाती है कि समाज में फेक न्यूज़ के प्रति जागरूकता लगातार बढ़ रही है।
- सोशल मीडिया हिंदी पत्रकारिता के लिए एक प्रभावशाली एवं आवश्यक माध्यम बन चुका है, लेकिन इसकी विश्वसनीयता बनाए रखने के लिए नैतिक, निष्पक्ष तथा तथ्य-आधारित पत्रकारिता को बढ़ावा देना अत्यंत आवश्यक है।

सुझाव

- सरकार की युवाओं से संबंधित योजनाओं को प्रभावी ढंग से उन तक पहुँचाने के लिए डिजिटल मीडिया का अधिक से अधिक उपयोग किया जाना चाहिए।
- पत्रकारों को डिजिटल मीडिया, साइबर एथिक्स तथा फैक्ट-चेकिंग से संबंधित नियमित प्रशिक्षण प्रदान किया जाना चाहिए।
- मीडिया संस्थानों को टीआरपी और वायरल कंटेंट की प्रतिस्पर्धा के बजाय गुणवत्तापूर्ण एवं जिम्मेदार पत्रकारिता को प्राथमिकता देनी चाहिए।
- आम नागरिकों तथा विद्यार्थियों के लिए मीडिया साक्षरता संबंधी कार्यक्रम आयोजित किए जाने चाहिए, ताकि वे सही और गलत जानकारी के बीच अंतर कर सकें।
- सोशल मीडिया प्लेटफ़ॉर्म पर भ्रामक एवं अपुष्ट समाचारों के प्रसार को रोकने के लिए प्रभावी और सख्त नियम लागू किए जाने चाहिए।
- समाचार उपभोक्ताओं को किसी भी समाचार को साझा करने से पहले उसकी सत्यता की विभिन्न विश्वसनीय स्रोतों से जाँच अवश्य करनी चाहिए।
- हिंदी पत्रकारिता को तकनीकी विकास के साथ-साथ अपनी विश्वसनीयता, निष्पक्षता तथा सामाजिक उत्तरदायित्व बनाए रखने पर विशेष ध्यान देना चाहिए।

संदर्भ सूची

- Arjun, S. (2018). *Hindi Digital Media Platforms: A Curious Case of Journalism being Superseded by Tabloidism*. *Communicator Journal*.
- Jayalakshmi, K. (2020). *The Global Scenario of Hindi in Web Media*. *Journal of Critical Reviews*, 7(17).
- Shodhganga. (2021). *Social Media and Hindi Journalism Research Studies*.
- Singh, A., & Kumar, R. (2021). *Implications of Social Media Usage in News Production of Hindi Mainstream Media*. *ResearchGate*.
- Springer Professional. (2022). *Impact of Social Media on Indian Journalism*.