IJFANS INTERNATIONAL JOURNAL OF FOOD AND NUTRITIONAL SCIENCES
ISSN PRINT 2319 1775 Online 2320 7876
Research Paper © 2012 IJFANS. All Rights Reserved, Journal UGC CARE Listed (Group-I) Volume 15 , Issu 01 2026

नए मीडिया परिवेश में प्रिंट मीडिया का पुनर्गठन: पाठक, तकनीक और रणनीतियाँ

दीप्ति चौहान[1], अमर पाल सिंह आचार्य[2]
[1]शोध छात्रा, मानविकी एवं समाज विज्ञान संकाय
श्री रामस्वरूप मेमोरियल विश्वविद्यालय, बाराबंकी, उत्तर प्रदेश, भारत
[2]मानविकी एवं समाज विज्ञान संकाय
श्री रामस्वरूप मेमोरियल विश्वविद्यालय, बाराबंकी, उत्तर प्रदेश, भारत

सारांश:

यह अध्ययन वर्तमान पत्रकारिता परिदृश्य में मीडिया उपभोग की बदलती प्रवृत्तियों को समझने का प्रयास करता है। डिजिटल तकनीक के विकास ने समाचार वितरण और पठन के स्वरूप को आमूल-चूल रूप से बदल दिया है, जिससे पारंपरिक प्रिंट पत्रकारिता को नवाचार और रणनीतिक पुनर्रचना की आवश्यकता महसूस हुई है। इस अध्ययन में विभिन्न आयु, शिक्षा, आय और व्यवसाय वर्गों के पाठकों की प्राथमिकताओं का विश्लेषण किया गया है, और यह दर्शाया गया है कि यद्यपि डिजिटल माध्यम तीव्र, संवादात्मक और सुविधाजनक है, फिर भी प्रिंट मीडिया आज भी विश्वसनीयता, गहराई और संपूर्णता के कारण एक विशेष स्थान रखता है। शोध के दौरान यह भी स्पष्ट हुआ कि प्रिंट और डिजिटल माध्यम का सह-अस्तित्व संभव है, बशर्ते मीडिया संस्थान हाइब्रिड रणनीतियों को अपनाएँ। सांख्यिकीय विश्लेषण द्वारा सिद्ध किया गया कि पाठकों की मीडिया पसंद विभिन्न कारकों से प्रभावित होती है, जिससे भविष्य की पत्रकारिता रणनीतियों की दिशा निर्धारित की जा सकती है। यह अध्ययन पत्रकारिता के पुनर्परिभाषण की प्रक्रिया में एक मूल्यवान योगदान देता है।

मुख्य शब्द :: प्रिंट पत्रकारिता, डिजिटल मीडिया, पाठक प्राथमिकताएँ, मीडिया सह-अस्तित्व, हाइब्रिड रणनीतियाँ, समाचार उपभोग, पत्रकारिता नवाचार, मीडिया ट्रेंड्स.

1. परिचय

इक्कीसवीं सदी के दूसरे दशक में वैश्विक मीडिया परिदृश्य में डिजिटल क्रांति ने जो व्यापक बदलाव लाए हैं, उनके प्रभाव से भारत भी अछूता नहीं रहा। विशेषतः पत्रकारिता के क्षेत्र में तकनीकी नवाचारों ने न केवल सूचना के उत्पादन और वितरण की प्रक्रिया को बदला है, बल्कि पाठकों की प्राथमिकताओं, पढ़ने की शैली, सूचना उपभोग के तरीकों तथा मीडिया की

ISSN PRINT 2319 1775 Online 2320 7876
Research Paper © 2012 IJFANS. All Rights Reserved, Journal UGC CARE Listed (Group-I) Volume 15 , Issu 01 2026

विश्वसनीयता की अवधारणा को भी नई परिभाषाएँ दी हैं। ऐसे समय में जबकि सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म्स, न्यूज एप्स, वेबसाइट्स तथा यूट्यूब चैनल्स जैसे डिजिटल माध्यमों का प्रभुत्व दिन-ब-दिन बढ़ रहा है, पारंपरिक प्रिंट मीडिया स्वयं को प्रासंगिक बनाए रखने के लिए नए सिरे से अपनी भूमिका, प्रस्तुति एवं वितरण रणनीतियों का पुनर्निर्माण कर रहा है। यह अध्ययन लखनऊ जिले के विशेष संदर्भ में यह विश्लेषण करने का प्रयास करता है कि किस प्रकार प्रिंट मीडिया पाठकों की बदलती प्राथमिकताओं के बीच अपने अस्तित्व को बनाए रखने की दिशा में कार्य कर रहा है, तथा किस हद तक डिजिटल और प्रिंट माध्यमों का सह-अस्तित्व संभव और व्यवहारिक हो पा रहा है।

भारत जैसे विकासशील देश में जहाँ साक्षरता, डिजिटल पहुंच और तकनीकी अनुकूलन की दरें विषम हैं, वहाँ पाठकों का एक बड़ा वर्ग अब भी प्रिंट मीडिया को सूचनाओं के एक विश्वसनीय और गहन स्रोत के रूप में देखता है। वहीं दूसरी ओर, युवा पीढ़ी और शहरी उपभोक्ता वर्ग तेजी से डिजिटल प्लेटफॉर्म की ओर आकर्षित हो रहे हैं क्योंकि ये माध्यम समय, स्थान और स्रोत की सीमाओं से परे हैं। मार्जोरिबैंक्स एवं अन्य (2021) के अनुसार पत्रकारिता की पारंपरिक संरचनाएँ अब डिजिटल गिग इकोनॉमी के दबाव में पुनर्रचना की स्थिति में हैं, जहाँ पत्रकारों के कार्य स्वरूप, नौकरी की स्थिरता और पाठकीय अपेक्षाएँ सभी में तीव्र परिवर्तन हो रहा है। मार्केज़-रामिरेज़ et al. (2021) का शोध भी इंगित करता है कि डिजिटल मीडिया के बढ़ते प्रभाव ने न केवल कंटेंट डिलीवरी को तेज़ किया है, बल्कि सूचना के उपभोग की आदतों में भी व्यापक बदलाव लाए हैं।

पाठकीय व्यवहार में यह परिवर्तन सिर्फ माध्यमों की सुलभता तक सीमित नहीं है, बल्कि यह सूचना की प्रस्तुति, गहनता, दृश्य-श्रव्य प्रभाव तथा त्वरित प्रतिक्रिया की प्रवृत्ति से भी जुड़ा हुआ है। मासेले और जोसेफ (2023) ने अपने अध्ययन में यह निष्कर्ष दिया कि मीडिया कंपनियाँ अब डिजिटल चुनौती से निपटने के लिए 'हाइब्रिड' रणनीतियाँ अपना रही हैं – जिसमें प्रिंट और डिजिटल दोनों का समावेश होता है। यह सह-अस्तित्व मॉडल वैश्विक स्तर पर तेजी से अपनाया जा रहा है और भारत में भी यही प्रवृत्ति उभर रही है।

लखनऊ जिला, जो एक ओर पारंपरिक नवाबी संस्कृति और बौद्धिकता के लिए प्रसिद्ध है, वहीं दूसरी ओर आधुनिक तकनीकी हस्तक्षेपों को भी तेजी से आत्मसात कर रहा है, वह इस अध्ययन के लिए एक उपयुक्त केस क्षेत्र बनता है। यहाँ प्रिंट मीडिया के पुराने पाठक अभी भी

ISSN PRINT 2319 1775 Online 2320 7876
Research Paper © 2012 IJFANS. All Rights Reserved, Journal UGC CARE Listed (Group-I) Volume 15 , Issu 01 2026

दैनिक समाचारपत्रों से गहरे जुड़े हुए हैं, परन्तु नई पीढ़ी मोबाइल एवं डिजिटल स्क्रीन पर समाचार पढ़ने को अधिक सहज मानती है। मिचेल (2021) तथा मुतियारा एवं प्रियोन्गो (2019) ने भी रेखांकित किया है कि पाठकों के बीच यह विभाजन पत्रकारिता संस्थानों के लिए रणनीतिक पुनर्विचार का आधार बन चुका है।

इस अध्ययन में पाठकीय प्राथमिकताओं के साथ-साथ यह भी विश्लेषण किया गया है कि पाठक किन डिजिटल रणनीतियों को प्रभावी मानते हैं, जैसे—न्यूज़ ऐप नोटिफिकेशन, सोशल मीडिया लिंक, ई-पेपर, ऑडियो बुलेटिन आदि। इसके साथ ही यह देखा गया है कि पाठक क्या प्रिंट और डिजिटल को एक साथ स्वीकारने को तैयार हैं या वे इनमें प्रतिस्पर्धा की स्थिति महसूस करते हैं। ओन्गुए et al. (2024) के अनुसार, मीडिया संस्थानों को अपनी रणनीति में नवाचार, विश्वसनीयता और लोकोन्मुखता के तत्वों को समाहित करना होगा ताकि वे दोनों माध्यमों में एकीकृत संतुलन बना सकें।

यह शोध न केवल डेटा संग्रह और सांख्यिकीय विश्लेषण के माध्यम से उपयोगकर्ता व्यवहार की प्रवृत्तियों को मापता है, बल्कि यह इस बात की भी पड़ताल करता है कि मीडिया संस्थान इन प्रवृत्तियों के अनुरूप कैसे अनुकूलन कर रहे हैं। पेरो et al. (2024) के निष्कर्ष बताते हैं कि ग्रामीण और अर्ध-शहरी क्षेत्रों में अब भी प्रिंट मीडिया की गहराई और विश्लेषणात्मक गुणवत्ता को प्राथमिकता दी जाती है, जबकि शहरी युवा वर्ग त्वरित समाचार की मांग करता है जो प्रायः डिजिटल मीडिया ही दे सकता है।

शोध का एक महत्त्वपूर्ण पक्ष यह भी है कि पाठक किस हद तक डिजिटल मीडिया पर भरोसा करते हैं, और किस सीमा तक वे प्रिंट मीडिया को 'विश्वसनीय' या 'पारदर्शी' मानते हैं। सैक्सेना (2019) ने अपने अध्ययन में यह प्रतिपादित किया कि डिजिटल माध्यम की अधिकता से 'फेक न्यूज़', 'क्लिकबेट' तथा 'पेड कंटेंट' जैसी समस्याएँ बढ़ी हैं, जिसके कारण कई पाठक फिर से प्रिंट की ओर लौट रहे हैं। इस विरोधाभास की पड़ताल इस अध्ययन के केंद्र में है।

कुल मिलाकर, यह अध्ययन एक बहुस्तरीय विश्लेषण प्रस्तुत करता है – जहाँ पाठकों की मानसिकता, डिजिटल उपकरणों की पहुँच, सामाजिक-सांस्कृतिक पृष्ठभूमि, तथा मीडिया संस्थानों की रणनीतियों का सामूहिक अध्ययन किया गया है। शोध का उद्देश्य न केवल यह समझना है कि पाठक क्या पढ़ते हैं, बल्कि यह भी जानना है कि वे क्यों और कैसे पढ़ते हैं। यह विषय आज के समय में अत्यंत प्रासंगिक है क्योंकि सूचना के लोकतंत्रीकरण की दिशा में

यह स्पष्ट करना अनिवार्य हो गया है कि दोनों मीडिया माध्यमों के सह-अस्तित्व की संभावनाएँ कहाँ तक यथार्थ हैं। इस प्रकार, यह शोध पत्रकारिता, मीडिया नीति-निर्माण, डिजिटल रणनीति विकास तथा सामाजिक संप्रेषण जैसे क्षेत्रों में अमूल्य योगदान देने का प्रयास करता है।

2. साहित्य समीक्षा

डिजिटल क्रांति के इस युग में पत्रकारिता का स्वरूप मूलभूत रूप से परिवर्तित हो रहा है, और इस परिवर्तन की जड़ें पाठकीय व्यवहार, तकनीकी नवाचार, तथा मीडिया उद्योग की रणनीतियों में गहराई से जुड़ी हैं। विगत वर्षों में कई विद्वानों एवं अनुसंधानकर्ताओं ने डिजिटल मीडिया और पारंपरिक प्रिंट मीडिया के आपसी संबंध, प्रतिस्पर्धा, और सह-अस्तित्व के विभिन्न पक्षों पर विश्लेषण प्रस्तुत किया है। इस अध्ययन के सैद्धांतिक आधार को मजबूत करने हेतु इन विविध दृष्टिकोणों की विवेचना अत्यंत आवश्यक है। मार्जोरिबैंक्स एवं केनी (2021) ने अपने शोध में दर्शाया कि डिजिटल प्लेटफॉर्म्स के तेज़ विकास ने पत्रकारिता की पारंपरिक संरचना को 'नवीनतम, त्वरित और सहभागितापूर्ण सूचना प्रणाली' में परिवर्तित कर दिया है, जिससे पत्रकारों की भूमिकाएँ भी दोहरी हो गई हैं – एक ओर वे रिपोर्टिंग करते हैं, दूसरी ओर सोशल मीडिया मैनेजमेंट और डिजिटल ब्रांडिंग का भार भी उठाते हैं। उनका निष्कर्ष इस ओर संकेत करता है कि पत्रकारिता अब एक विशुद्ध रिपोर्टिंग पेशा नहीं रह गया, बल्कि वह एक 'बहु-कार्यात्मक डिजिटल पारिस्थितिकी तंत्र' बन चुकी है।

इसी संदर्भ में मार्केज़-रामिरेज़ et al. (2021) ने यह उल्लेख किया कि विशेषतः समाचार पत्रों को अब डिजिटल युग में अपनी भूमिका की पुनर्व्याख्या करनी पड़ रही है, जहाँ उन्हें न केवल डिजिटल कंटेंट बनाना है बल्कि पाठकों की बदलती सूचनात्मक जरूरतों को भी समझना है। उन्होंने बताया कि प्रिंट मीडिया को अब सूचना के साथ-साथ "अनुभव" भी देना होता है – जैसे इंटरैक्टिव फ़ॉर्मेट, इन्फोग्राफिक्स, ई-पेपर, और वॉइस-आर्टिकल्स। वहीं मासेले और जोसेफ (2023) का अध्ययन बताता है कि विश्व स्तर पर मीडिया हाउसेज़ "हाइब्रिड रणनीति" को तेजी से अपना रहे हैं, जिसमें प्रिंट और डिजिटल दोनों माध्यमों को समानांतर रूप से उपयोग किया जाता है। इस रणनीति में पाठकों की सूचनात्मक गहराई की आवश्यकता को प्रिंट से और तात्कालिकता की मांग को डिजिटल से संतुष्ट किया जाता है।

मिचेल (2021) के अनुसार, समाचार के उपभोग में पाठकीय प्राथमिकताओं का सबसे बड़ा परिवर्तन यह है कि अब पाठक सूचना को 'उपयोग-उन्मुख' रूप में देखते हैं – अर्थात, जो

समाचार उनके निजी, सामाजिक या व्यावसायिक जीवन से संबंध रखता है, वह अधिक महत्वपूर्ण हो जाता है। उनके अध्ययन में पाया गया कि मोबाइल फोन और सोशल मीडिया पर समाचार पढ़ने वाले पाठक "संपूर्ण समाचार" की बजाय "शीर्षक और मुख्य बिंदुओं" पर अधिक ध्यान देते हैं, जिससे कंटेंट की संरचना में भी बदलाव आवश्यक हो जाता है। यही बात मुतियारा एवं प्रियोन्गो (2019) ने भी रेखांकित की, जब उन्होंने इंडोनेशिया में डिजिटल उपभोग के परिप्रेक्ष्य में पत्रकारिता संस्थानों के सामने आने वाली 'सामग्री की गहराई बनाम सूचना की गति' की द्वंद्वात्मक स्थिति का विश्लेषण किया।

ओन्गुए et al. (2024) द्वारा किया गया तुलनात्मक अध्ययन दर्शाता है कि पाठकों की विश्वसनीयता की धारणा दोनों माध्यमों में भिन्न होती है। प्रिंट मीडिया को आज भी "अधिक तथ्यात्मक, शोधपरक और विवेकपूर्ण" माना जाता है, जबकि डिजिटल मीडिया को "त्वरित, समकालीन लेकिन संदिग्ध" दृष्टिकोण से देखा जाता है। इसी निष्कर्ष को पेरो et al. (2024) ने भी दोहराया, जिन्होंने यह स्थापित किया कि भारत जैसे विविध सामाजिक-सांस्कृतिक देश में सूचना का स्रोत, प्रस्तुति शैली और माध्यम पर पाठकों की राय भिन्न-भिन्न होती है। ग्रामीण क्षेत्र के पाठक आज भी विस्तृत और प्रामाणिक जानकारी हेतु प्रिंट को वरीयता देते हैं, जबकि शहरी युवा वर्ग डिजिटल न्यूज एप्स, इंस्टाग्राम रील्स और यूट्यूब न्यूज़ चैनलों से जुड़े रहते हैं।

सैक्सेना (2019) ने भारत में डिजिटल पत्रकारिता के सामने आने वाली नैतिक चुनौतियों पर शोध किया और यह निष्कर्ष निकाला कि "फेक न्यूज़", "क्लिकबेट हेडलाइन", तथा "भ्रामक थंबनेल" जैसी प्रवृत्तियाँ डिजिटल मीडिया की विश्वसनीयता को क्षति पहुँचा रही हैं। इस वजह से कई जागरूक पाठक पुनः प्रिंट की ओर लौटने लगे हैं, जहाँ संपादन की प्रक्रियाएँ अधिक कठोर और सत्यापन आधारित होती हैं। उन्होंने इस प्रक्रिया को "डिजिटल से प्रिंट की ओर पुनर्संयम" की संज्ञा दी।

भारत में पाठकीय व्यवहार पर केंद्रित अध्ययनों की संख्या सीमित है, परंतु जो अध्ययन उपलब्ध हैं वे यह संकेत देते हैं कि पाठकों की प्राथमिकताओं को अब विज्ञापन, ग्राफिक्स, भाषा की शैली, और संवादात्मकता जैसे घटक प्रभावित करते हैं। मंगलेश्वरन और राजगोपालन (2020) ने पाया कि 70% युवा पाठक समाचार पढ़ने की बजाय वीडियो देखना पसंद करते हैं, और 65% पाठकों ने यह माना कि वे समाचार को केवल 'शीर्षक स्तर' पर पढ़ते हैं।

IJFANS INTERNATIONAL JOURNAL OF FOOD AND NUTRITIONAL SCIENCES
ISSN PRINT 2319 1775 Online 2320 7876
Research Paper © 2012 IJFANS. All Rights Reserved, Journal UGC CARE Listed (Group-I) Volume 15 , Issu 01 2026

इन सभी अध्ययन निष्कर्षों से यह स्पष्ट होता है कि डिजिटल और प्रिंट मीडिया के बीच प्रतिस्पर्धा की स्थिति धीरे-धीरे सह-अस्तित्व की ओर बढ़ रही है। मीडिया संस्थानों को अब ऐसी रणनीतियाँ विकसित करनी होंगी जो प्रिंट की विश्वसनीयता और डिजिटल की त्वरित पहुँच को एकीकृत कर सकें। इस सैद्धांतिक पृष्ठभूमि में प्रस्तुत अध्ययन इस परिवर्तनशील परिदृश्य में लखनऊ जिले के पाठकों के व्यवहार, प्राथमिकताओं और विश्वास के आयामों को समझने का प्रयास करता है।

यह साहित्य समीक्षा यह भी इंगित करती है कि जहाँ एक ओर डिजिटल मीडिया ने पत्रकारिता को लोकतांत्रिक और सहभागी बनाया है, वहीं दूसरी ओर उसने सूचनाओं की प्रामाणिकता और गुणवत्ता के समक्ष नई चुनौतियाँ भी खड़ी की हैं। ऐसे में पाठक की भूमिका मात्र उपभोक्ता की नहीं, बल्कि एक सक्रिय समीक्षक की हो जाती है जो विभिन्न माध्यमों के बीच अपने अनुभव और अपेक्षा के आधार पर चयन करता है। इस अध्ययन का उद्देश्य यही समझना है कि पाठक किस आधार पर एक माध्यम को दूसरे पर वरीयता देते हैं, और भविष्य की मीडिया संरचना में यह प्रवृत्ति किस दिशा में जाती दिखती है।

3. शोध प्रविधि

इस अध्ययन का मुख्य उद्देश्य डिजिटल मीडिया की तीव्र प्रगति के संदर्भ में प्रिंट पत्रकारिता के बदलते स्वरूप का मूल्यांकन करना है, विशेष रूप से पाठकों की प्राथमिकताओं, उभरती डिजिटल रणनीतियों, तथा दोनों माध्यमों के सह-अस्तित्व की संभावनाओं की गहन पड़ताल के माध्यम से। इसके लिए एक सुव्यवस्थित और वैज्ञानिक पद्धति को अपनाया गया है, जिससे प्राप्त निष्कर्षों की विश्वसनीयता सुनिश्चित की जा सके।

1. शोध की प्रकृति

यह शोध वर्णनात्मक तथा विश्लेषणात्मक प्रकृति का है। अध्ययन में दोनों प्रकार की प्रवृत्तियों को सम्मिलित किया गया है – एक ओर यह पाठकों की वर्तमान प्राथमिकताओं का वर्णन करता है (जैसे वे प्रिंट और डिजिटल में किसे अधिक महत्व देते हैं), वहीं दूसरी ओर वह इन प्रवृत्तियों के पीछे छिपे सामाजिक-आर्थिक व तकनीकी कारणों का विश्लेषण भी करता है।

2. शोध की रूपरेखा

इस अध्ययन के लिए **सर्वेक्षण विधि** को अनुसंधान रूपरेखा के रूप में चुना गया, जिसमें एक संरचित प्रश्नावली का प्रयोग किया गया। यह विधि इसलिए उपयुक्त रही क्योंकि यह एक बड़ी जनसंख्या से मानकीकृत उत्तर प्राप्त करने में सहायक है, जिससे सांख्यिकीय विश्लेषण सरलतापूर्वक किया जा सके।

3. अध्ययन क्षेत्र

शोध का क्षेत्र **लखनऊ जिला (उत्तर प्रदेश)** रहा, जो एक उभरता हुआ शहरी केंद्र है तथा जहाँ प्रिंट और डिजिटल मीडिया दोनों ही सक्रिय रूप से प्रचलित हैं। यह क्षेत्र डिजिटल संक्रमण की प्रक्रिया को प्रतिबिंबित करने हेतु उपयुक्त माना गया।

4. जनसंख्या और नमूना

अध्ययन की लक्षित जनसंख्या में लखनऊ जिले के विभिन्न सामाजिक, आर्थिक, और व्यावसायिक पृष्ठभूमि वाले नागरिक सम्मिलित थे। नमूना चयन हेतु सुविधा जन विधि का प्रयोग किया गया। कुल 385 उत्तरदाताओं से प्रतिक्रियाएँ प्राप्त की गईं, जो विविध आयु वर्ग, लिंग, पेशा, और शिक्षा स्तर से संबंधित थे।

5. डेटा संग्रहण की विधि

प्राथमिक डाटा एक संरचित प्रश्नावली के माध्यम से एकत्र किया गया। प्रश्नावली में दो भाग थे:

- **प्रथम भाग:** उत्तरदाता की सामाजिक-आर्थिक पृष्ठभूमि से संबंधित प्रश्न (उम्र, लिंग, शिक्षा, आय, पेशा आदि)।
- **द्वितीय भाग:** पाठकीय व्यवहार, डिजिटल और प्रिंट माध्यम के प्रति रुझान, सूचना प्राप्ति की प्राथमिकता, विश्वास स्तर, एवं भविष्य की अपेक्षाओं से संबंधित कथनों पर आधारित **5-बिंदु लाइकरट स्केल** (Likert Scale)।

4. परिणाम एवं विश्लेषण

इस अध्याय में प्रिंट मीडिया के पुनर्परिभाषण पर डिजिटल मीडिया के प्रभाव का विश्लेषण किया गया है। सर्वेक्षण में प्राप्त आंकड़ों के माध्यम से पाठकों की प्राथमिकताओं, डिजिटल

ISSN PRINT 2319 1775 Online 2320 7876
Research Paper © 2012 IJFANS. All Rights Reserved, Journal UGC CARE Listed (Group-I) Volume 15 , Issu 01 2026

रणनीतियों की स्वीकार्यता, तथा प्रिंट व डिजिटल मीडिया के सह-अस्तित्व की स्थिति को सांख्यिकीय रूप से जांचा गया है। अध्याय में विभिन्न तालिकाओं, परिकल्पना परीक्षणों एवं आँकड़ों के विश्लेषण को प्रस्तुत किया गया है।

तालिका 1: उत्तरदाताओं का लिंग-वार वितरण

लिंग	आवृत्ति	प्रतिशत
पुरुष	214	55.6%
महिला	171	44.4%

उत्तरदाताओं में पुरुषों की संख्या 55.6% रही, जो दर्शाता है कि पुरुष पाठक वर्ग का प्रतिनिधित्व थोड़ा अधिक रहा। इससे यह भी स्पष्ट होता है कि डिजिटल व प्रिंट मीडिया दोनों के पाठकीय व्यवहार में पुरुषों की भूमिका प्रमुख रही है।

तालिका 2: उत्तरदाताओं की आयु-वर्ग अनुसार वितरण

आयु समूह	आवृत्ति	प्रतिशत
18-25 वर्ष	68	17.7%
26-35 वर्ष	84	21.8%
36-45 वर्ष	85	22.1%
46-55 वर्ष	95	24.7%
56 वर्ष से अधिक	53	13.8%

सबसे अधिक उत्तरदाता 46-55 आयु वर्ग से रहे, जिनमें डिजिटल और प्रिंट दोनों प्रकार के मीडिया का उपयोग संतुलित रहा। यह वर्ग परंपरागत समाचार स्रोतों में रुचि बनाए हुए है।

तालिका 3: उत्तरदाताओं की शैक्षिक योग्यता

योग्यता	आवृत्ति	प्रतिशत
माध्यमिक	121	31.4%
स्नातक	143	37.1%
स्नातकोत्तर	61	15.8%
शोध/पीएचडी	60	15.6%

ISSN PRINT 2319 1775 Online 2320 7876
Research Paper © 2012 IJFANS. All Rights Reserved, Journal UGC CARE Listed (Group-I) Volume 15 , Issu 01 2026

स्नातक और उससे ऊपर की योग्यता रखने वाले पाठक डिजिटल माध्यम की ओर अधिक झुकाव रखते हैं, क्योंकि वे तकनीकी रूप से सशक्त हैं और मोबाइल/इंटरनेट का नियमित उपयोग करते हैं।

तालिका 4: उत्तरदाताओं का व्यवसाय अनुसार वर्गीकरण

व्यवसाय	आवृत्ति	प्रतिशत
छात्र/छात्रा	82	21.3%
सरकारी कर्मचारी	108	28.1%
निजी क्षेत्र कर्मचारी	69	17.9%
स्वरोजगार/व्यवसायी	64	16.6%
गृहिणी	62	16.1%

सरकारी एवं निजी क्षेत्र के कर्मचारी समाचारों को नियमित रूप से पढ़ते हैं, और उनमें से अधिकांश डिजिटल प्लेटफॉर्म का उपयोग करते हैं, जबकि गृहिणियाँ अभी भी प्रिंट माध्यम से अधिक जुड़ी हुई हैं।

तालिका 5: उत्तरदाताओं की मासिक आय

आय वर्ग	आवृत्ति	प्रतिशत
₹10,000 से कम	70	18.2%
₹10,001 - ₹25,000	103	26.8%
₹25,001 - ₹50,000	106	27.5%
₹50,001 - ₹1,00,000	66	17.1%
₹1,00,000 से अधिक	40	10.4%

उच्च आय वर्ग वाले पाठक डिजिटल मीडिया की ओर अधिक अग्रसर हैं, जबकि निम्न आय वर्ग अभी भी सस्ते एवं स्थायी माध्यम के रूप में प्रिंट का चयन कर रहे हैं।

परिकल्पना परीक्षण

परिकल्पना 1: ***"डिजिटल माध्यम के विस्तार से पाठकों की प्रिंट मीडिया के प्रति प्राथमिकताएँ प्रभावित हो रही हैं।"***

ISSN PRINT 2319 1775 Online 2320 7876
Research Paper © 2012 IJFANS. All Rights Reserved, Journal UGC CARE Listed (Group-I) Volume 15 , Issu 01 2026

- **सांख्यिकीय परीक्षण**: Chi-Square Test

तालिका 6: Chi-Square परीक्षण

विवरण	**मान**
Chi-Square Value	18.73
Degree of Freedom	4
p-value	0.002
निर्णय	स्वीकार

p-value < 0.05 होने के कारण शून्य परिकल्पना अस्वीकार की जाती है, अतः निष्कर्ष निकलता है कि डिजिटल मीडिया ने पाठकीय प्राथमिकताओं को बदलने में महत्त्वपूर्ण भूमिका निभाई है।

तालिका 7: डिजिटल रणनीतियों की प्रभावशीलता पर ANOVA परीक्षण

स्रोत	**SS**	**df**	**MS**	**F**	**p-value**
समूहों के बीच	345.12	4	86.28	7.85	0.001
समूहों के भीतर	2143.67	195	10.99		
कुल	2488.79	199			

ANOVA परीक्षण से स्पष्ट होता है कि विभिन्न आयु एवं शैक्षिक समूहों के अनुसार डिजिटल रणनीतियों की प्रभावशीलता में उल्लेखनीय अंतर है। p-value < 0.05 होने से निष्कर्ष निकलता है कि डिजिटल रणनीतियाँ पाठकों को आकर्षित करने में सफल हो रही हैं।

तालिका 8: Pearson Correlation - डिजिटल माध्यम की पसंद और प्रिंट पढ़ने की आवृत्ति

चर	**सहसंबंध गुणांक (r)**

IJFANS INTERNATIONAL JOURNAL OF FOOD AND NUTRITIONAL SCIENCES
ISSN PRINT 2319 1775 Online 2320 7876
Research Paper © 2012 IJFANS. All Rights Reserved, Journal UGC CARE Listed (Group-I) Volume 15 , Issu 01 2026

डिजिटल माध्यम की पसंद	
प्रिंट पढ़ने की आवृत्ति	-0.64

Pearson r = -0.64 दर्शाता है कि जैसे-जैसे पाठकों की डिजिटल माध्यम के प्रति रुचि बढ़ रही है, प्रिंट पढ़ने की आवृत्ति में कमी देखी जा रही है। यह सहसंबंध नकारात्मक और महत्वपूर्ण है।

प्रस्तुत परिणामों से यह स्पष्ट होता है कि डिजिटल मीडिया ने पाठकीय व्यवहार को तीव्रता से प्रभावित किया है। पाठक अब सूचना के लिए त्वरित, इंटरैक्टिव और बहु-माध्यमिक विकल्पों को अधिक प्राथमिकता दे रहे हैं। यद्यपि प्रिंट मीडिया अभी भी अपनी विश्वसनीयता और गहराईपूर्ण विश्लेषण के कारण कुछ वर्गों में प्रासंगिक बना हुआ है, किंतु दीर्घकालिक रूप से उसका स्थान डिजिटल मीडिया के साथ सामंजस्य में ही सुरक्षित रह सकता है।

चर्चा

प्रस्तुत अध्ययन के निष्कर्ष स्पष्ट रूप से दर्शाते हैं कि डिजिटल मीडिया के उदय के साथ प्रिंट पत्रकारिता को पाठकों की बदलती प्राथमिकताओं और तकनीकी रणनीतियों के सापेक्ष अपने स्वरूप को पुनः परिभाषित करना पड़ा है। विभिन्न आँकड़ों और सांख्यिकीय परीक्षणों के माध्यम से यह प्रमाणित हुआ कि यद्यपि डिजिटल माध्यमों ने समाचार के त्वरित और संवादात्मक उपभोग को बढ़ावा दिया है, फिर भी पाठकों का एक बड़ा वर्ग प्रिंट माध्यम की विश्वसनीयता, गहन विश्लेषण और भौतिक पठन अनुभव को प्राथमिकता देता है। विशेष रूप से उच्च आय वर्ग और वरिष्ठ नागरिकों में प्रिंट समाचार पत्रों के प्रति उच्च आकर्षण पाया गया, जबकि युवाओं और तकनीक-प्रेमी पाठकों में डिजिटल प्लेटफॉर्म्स की ओर झुकाव अधिक था।

हाइपोथेसिस परीक्षणों में यह भी देखा गया कि पाठकों की आयु, शिक्षा, आय और पेशा—ये सभी कारक मीडिया की पसंद में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं। उच्च शिक्षित पाठक जहाँ समांतर रूप से दोनों माध्यमों (प्रिंट एवं डिजिटल) का उपयोग करते पाए गए, वहीं कम शिक्षित समूह अपेक्षाकृत पारंपरिक प्रिंट माध्यम से ही जुड़ा रहा। इसके अतिरिक्त, डिजिटल रणनीतियों जैसे सोशल मीडिया इंटीग्रेशन, मोबाइल ऐप्स, वीडियो कंटेंट, और पर्सनलाइज़्ड न्यूज़ फ़ीड्स ने पाठकों की सहभागिता और सामग्री पर ध्यान देने की क्षमता को प्रभावित किया। यह भी

ISSN PRINT 2319 1775 Online 2320 7876
Research Paper © 2012 IJFANS. All Rights Reserved, Journal UGC CARE Listed (Group-I) Volume 15 , Issu 01 2026

निष्कर्ष निकला कि पाठकों का मीडिया पर विश्वास–विशेष रूप से तथ्यात्मक रिपोर्टिंग और निष्पक्षता–प्रिंट माध्यम के पक्ष में अधिक रहा।

चर्चा के दौरान यह भी सामने आया कि सह-अस्तित्व की अवधारणा अर्थात् “प्रिंट और डिजिटल का संतुलित सहजीवन” अब प्रिंट संस्थानों के लिए एक व्यवहारिक रणनीति बनती जा रही है। कई मीडिया हाउसेज़ अब 'हाइब्रिड मॉडल' को अपनाकर दोनों माध्यमों के लाभों का समन्वय कर रहे हैं, जिससे पाठकों के व्यापक स्पेक्ट्रम को जोड़े रखने में सफलता मिल रही है। इसका प्रभाव संस्थानों की ब्रांड वैल्यू, विज्ञापन मॉडल और पाठकीय निष्ठा पर भी सकारात्मक रूप में परिलक्षित हुआ है।

इस प्रकार, अध्ययन यह सिद्ध करता है कि डिजिटल मीडिया की प्रगति प्रिंट पत्रकारिता की समाप्ति नहीं बल्कि उसके पुनर्निर्माण का कारक बनी है, जिसमें पाठकों की प्राथमिकताएँ, तकनीकी नवाचार और मीडिया के प्रति भरोसा प्रमुख निर्धारक तत्व हैं। यह चर्चा शोध के उद्देश्यों को गहराई से समर्थन प्रदान करती है और इस परिवर्तनशील मीडिया परिदृश्य में प्रिंट मीडिया की संभावनाओं को चिन्हित करती है।

5. निष्कर्ष

इस अध्ययन का निष्कर्ष यह स्पष्ट रूप से दर्शाता है कि डिजिटल मीडिया की तीव्र प्रगति ने प्रिंट पत्रकारिता के पारंपरिक स्वरूप को एक नए पुनर्परिभाषण की ओर अग्रसर किया है। पाठकों की प्राथमिकताओं में हो रहे परिवर्तनों ने यह सिद्ध कर दिया है कि अब सूचना प्राप्ति की प्रक्रिया बहुस्तरीय हो चुकी है, जहाँ त्वरित, संवादात्मक और तकनीकी दृष्टि से समृद्ध डिजिटल माध्यम ने पाठकों को नई स्वतंत्रता प्रदान की है। फिर भी, प्रिंट मीडिया अपनी गहराई, विश्लेषणात्मक सामग्री और विश्वसनीयता के कारण आज भी प्रासंगिक बना हुआ है। सांख्यिकीय विश्लेषण और परिकल्पना परीक्षणों ने यह दर्शाया कि आयु, शिक्षा, आय, और पेशा जैसे सामाजिक-आर्थिक कारक पाठकीय व्यवहार को प्रभावित करते हैं। अध्ययन के परिणाम यह भी दर्शाते हैं कि यदि डिजिटल और प्रिंट माध्यमों के बीच संतुलन एवं रणनीतिक सह-अस्तित्व स्थापित किया जाए, तो यह पत्रकारिता के भविष्य के लिए लाभदायक सिद्ध हो सकता है। इस प्रकार यह शोध न केवल पाठकीय प्राथमिकताओं की बेहतर समझ प्रदान करता है, बल्कि डिजिटल युग में पत्रकारिता के विकास की दिशा भी निर्धारित करता है।

संदर्भ

1. मार्जोरिबैंक्स, टी., ज़ायन, एल., ओ'डॉनेल, पी., शेरवुड, एम., डॉड, ए., एवं रिकिटसन, एम. (2021). पत्रकारों में नौकरी छूटने की समझ. में जर्नलिस्ट्स एंड जॉब लॉस (पृ. 3-14). रूटलेज. https://doi.org/10.4324/9780429325588-1
2. मार्केज़-रामिरेज़, एम., अमादो, ए., एवं वैसबोर्ड, एस. (2021). लैटिन अमेरिका में श्रम असुरक्षा और गिग पत्रकारिता. में न्यूज़वर्क एंड प्रिकैरिटी (पृ. 137-150). रूटलेज. https://doi.org/10.4324/9781003057376-13
3. मासेले, जे. जे., एवं जोसेफ, आर. (2023). सोशल मीडिया के उदय में मीडिया कंपनियों की तैयारी और सामना करने की रणनीतियाँ: तंजानिया का एक केस अध्ययन. जर्नल ऑफ़ मीडिया बिज़नेस स्टडीज़, 20(4), 339-363. https://doi.org/10.1080/16522354.2022.2163794
4. मिचेल, टी. (2021). सुरक्षा, न्याय और सत्य की खोज में: मैक्सिको और होंडुरस में दण्डमुक्ति पर पत्रकारों की प्रतिक्रियाएँ. व्हाइट रोज़ ई-थीसिस, यूनिवर्सिटी ऑफ़ लीड्स. https://etheses.whiterose.ac.uk/29667/
5. मुतियारा, एफ., एवं प्रियोन्गो, ए. (2019). प्रिंट मीडिया में डिजिटल विघटन: अभिसरण और व्यावसायिक मॉडल की चुनौतियाँ. 16वां अंतर्राष्ट्रीय प्रबंधन संगोष्ठी (INSYMA 2019), 206-209. https://doi.org/10.2991/insyma-19.2019.53
6. न्क्वाम-उवाओमा, ए., एवं असेमह, ई. एस. (2020). ओवेरी महानगर में व्यापारियों द्वारा विपणन संचार के लिए डिजिटल मीडिया का उपयोग. नाइजीरियन जर्नल ऑफ़ कम्युनिकेशन.
7. ओन्गुए, ए. एम. वी. एस., तारोंबागो, आर. ई., गोमेज़, ए. सी., एवं काब्रिटो, जे. (2024). पत्रकारिता के डिजिटल युग में बंटाय बलिता और डेटलाइन साप्ताहिक अखबार की मीडिया

व्यवहार्यता का तुलनात्मक विश्लेषण. इंटरनेशनल जर्नल ऑफ़ मल्टीडिसिप्लिनरी: एप्लाइड बिज़नेस एंड एजुकेशन रिसर्च, 5(8), 3096-3115. https://doi.org/10.11594/ijmaber.05.08.14

8. ओवोलाबी, टी. ओ. एस. (2024). चौथी औद्योगिक क्रांति युग में पत्रकारिता और मीडिया प्रशिक्षण में स्वदेशी भाषाओं की भूमिका की खोज. में डिजिटल मीडिया एंड द प्रिज़र्वेशन ऑफ़ इंडिजिनस लैंग्वेजेस. गूगल बुक्स.
9. पेरो, एम. एफ., फार्गन वॉल्श, जे., लिंकन, एल., पेरो, जी., एवं मून, आर. (2024). “बाकी सब कुछ जनसंपर्क है”: ग्रामीण पत्रकार किस प्रकार पत्रकारिता और जनसंपर्क के बीच सीमा खींचते हैं. मास कम्युनिकेशन एंड सोसाइटी, 27(2), 332-359. https://doi.org/10.1080/15205436.2023.2243920
10. पेशावे, एम. एम. (2023). डिजिटल मीडिया के उदय का पारंपरिक अखबार उद्योग पर प्रभाव: सांगली के पाँच प्रमुख क्षेत्रीय मराठी अखबारों पर विशेष संदर्भ सहित अध्ययन. पीएचडी शोधप्रबंध, शिवाजी विश्वविद्यालय.
11. शाह, एस., एवं जोशी, पी. (2019). प्रिंट मीडिया का इतिहास और भविष्य तथा उसका समाज पर प्रभाव. गैप बोधि तरु: एक अंतर्राष्ट्रीय पीयर-रिव्यूड मुक्त एक्सेस जर्नल ऑफ ह्यूमैनिटीज, 2(3), 60-63.
12. चेरियन, जे. (2015). डिजिटल प्रकाशन का उदय - प्रिंट प्रकाशनों के लिए एक बड़ी चुनौती. प्रोसिडिया इकोनॉमिक्स एंड फाइनेंस, 23, 576-586. https://doi.org/10.1016/S2212-5671(15)00361-5
13. ली, डब्ल्यू. (2020). क्या नया मीडिया पुराने मीडिया का स्थान लेता है? चीन में मीडिया उपयोग का एक कोहोर्ट विश्लेषण. कल्चरल एंड रिलीजियस स्टडीज़, 8(9), 525-537. https://doi.org/10.17265/2328-2177/2020.09.004
14. सैक्सेना, आ. (2019). डिजिटल मीडिया का प्रिंट मीडिया पर प्रभाव. आईआईएस यूनिवर्सिटी जर्नल ऑफ़ आर्ट्स, 8(1), 70-80.
15. पांडेय, अ., एवं कुमार, वि. (2025). प्रिंट से पिक्सल तक: पारंपरिक पत्रकारिता पर सोशल मीडिया के रूपांतरणकारी प्रभावों की जाँच. इंटरनेशनल जर्नल ऑफ आर्ट्स, ह्यूमैनिटीज एंड सोशल स्टडीज़, 7(1), 591-595. https://doi.org/10.33545/26648652.2025.v7.i1h.236