

हिन्दी समाचार वेबसाइट्स दैनिक भास्कर एवं दैनिक जागरण की विषयवस्तु का विश्लेषणात्मक अध्ययन

डॉ. लोकेन्द्र सिंह राजपूत*

शोध सारांश

इंटरनेट एवं मोबाइल क्रांति के साथ ही समाचार प्राप्त करने के माध्यम के रूप में समाचार वेबसाइट का प्रचलन तेजी से बढ़ा है। WAN-IFRA की रिपोर्ट 'वर्ल्ड प्रेस ट्रेंड-2019' के अनुसार, प्रिंट मीडिया और डिजिटल मीडिया में तेजी से वृद्धि करनेवाले शीर्ष 10 देशों में भारत की स्थिति उल्लेखनीय है। इस रिपोर्ट के अनुसार, प्रिंट मीडिया के क्षेत्र में भारत तेजी से वृद्धि करनेवाले देशों में तीसरे स्थान पर है। भारत की प्रिंट मीडिया की वृद्धि 1.7 प्रतिशत है। डिजिटल मीडिया में वृद्धि की दर के मामले में भारत तीसरे स्थान पर है। चीन 2.9 प्रतिशत वृद्धि के साथ प्रथम स्थान पर और 2.5 प्रतिशत वृद्धि के साथ केन्या द्वितीय स्थान पर है। वहीं, डिजिटल मीडिया के प्रसार के मामले में 26.3 प्रतिशत वृद्धि के साथ भारत पांचवे स्थान पर है। समाचार वेबसाइट के प्रसार का प्रमुख कारण उसकी विषय-वस्तु है। समाचार वेबसाइट्स अपने पाठकों के लिए वैश्विक घटनाओं, राजनीति, अर्थशास्त्र, स्वास्थ्य, शिक्षा, खेल, विज्ञान, तकनीक, संस्कृति और समसामयिक घटनाओं का समय पर एवं व्यापक कवरेज प्रदान करती हैं। ये वेबसाइट्स प्रतिदिन लाखों की संख्या में पाठकों को आकर्षित करती हैं। वेबसाइट्स भारत में ही नहीं अपितु दुनिया भर के पाठकों तक समाचार पहुंचाती हैं। शीर्ष समाचार वेबसाइट्स समकालीन मीडिया परिवेश के गतिशील और प्रभावशाली आयाम का उदाहरण प्रस्तुत करती हैं। महत्वपूर्ण तथ्य है कि समाचार वेबसाइट केवल पाठ्य के रूप में ही समाचार प्रस्तुत नहीं करती हैं अपितु समाचारों को अधिक प्रभावी, आकर्षक एवं ग्राह्य बनाने के लिए मल्टीमीडिया कंटेंट का उपयोग भी किया जाता है।

मुख्य शब्द (की-वर्ड) : हिन्दी समाचार वेबसाइट, डिजिटल मीडिया, वेब मीडिया, ऑनलाइन मीडिया, डिजिटल मीडिया और हिन्दी भाषा

* सहायक प्राध्यापक, माखनलाल चतुर्वेदी राष्ट्रीय पत्रकारिता एवं संचार विश्वविद्यालय, भोपाल

प्रस्तावना

इंटरनेट और मोबाइल क्रांति ने समाचारों के प्रसारण के नये अवसरों को बढ़ावा दिया है। आज वेबमीडिया के माध्यम से पाठक विश्व के किसी भी कोने में बैठकर अपनी पसंदीदा समाचार वेबसाइट से समाचार पढ़ सकता है, बशर्ते वहाँ इंटरनेट की उपलब्धता हो और उसके पास वेबसाइट को देखने का उपयुक्त डिवाइस हो, जैसे कम्प्यूटर, लैपटॉप, टैब या मोबाइल फोन इत्यादि। डेटा की कीमतों में गिरावट होने से भी बड़ी संख्या में समाचार वेबसाइटों को नये पाठक मिल गए हैं। गूगल और कंटार की ओर से 'इंडियन लैंग्वेज-अंडरस्टैंडिंग इंडियाज डिजिटल न्यूज कंजूर' शीर्षक से प्रकाशित रिपोर्ट में कहा गया है कि लगभग 45 प्रतिशत उपयोगकर्ता समाचार प्रकाशकों की वेबसाइटों या ऐप्स के माध्यम से समाचार प्राप्त करते हैं। वहीं, समाचार ऐप/वेबसाइटों, सोशल मीडिया पोस्ट, संदेश फॉरवर्ड, यूट्यूब आदि के माध्यम से भारतीय भाषाओं में 52 प्रतिशत या 379 मिलियन इंटरनेट उपयोगकर्ता ऑनलाइन समाचार प्राप्त करते हैं। रिपोर्ट में हिंदी पाठकों के बीच हाइपरलोकल समाचारों की ओर भी रुझान देखा गया है। भारतीय भाषायी मीडिया के लिए अच्छी खबर यह है कि भारत के लोग वैश्विक समाचारों को भी अपनी-अपनी भाषाओं में पढ़ना/देखना/सुनना चाहते हैं। पाठक राजनीतिक, मनोरंजन, अपराध और राष्ट्रीय, राज्य या शहर के समाचारों को पसंद करते हैं (Google Kantar, 2023)।

समाचार वेबसाइट्स इसलिए भी अधिक लोकप्रिय हो रही हैं क्योंकि आज इंटरनेट की उपलब्धता सुगम है और वेबसाइट के माध्यम से लोग तत्काल समाचार प्राप्त कर लेते हैं। अपनी सुविधा के अनुसार जब चाहें और जहाँ चाहें वेबसाइट पर समाचार पढ़ लेते हैं। समाचार वेबसाइट के कारण से पुराने समाचारों को खोजकर पढ़ने की सुविधा भी पाठकों को मिल गई है। इसके अतिरिक्त पाठक अपनी प्राथमिकताएं तय करके उसके अनुसार ही समाचार प्राप्त कर सकता है। पत्रकार सलमा जैदी की मानें तो वह दिन दूर नहीं जब भारत के कस्बों और गाँवों में भी वेबसाइट्स के माध्यम से न केवल लोग सूचनाएँ प्राप्त करेंगे बल्कि ई-मेल के जरिये अपनी राय भी दे सकेंगे (जैदी, 2010)। वेबसाइट्स इसलिए भी लोकप्रिय हो रहे हैं क्योंकि पाठक वेबसाइट्स पर प्रकाशित विषय-वस्तु पर तत्काल अपनी प्रतिक्रिया भी दे सकता है। उसे अपने सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म पर साझा कर सकता है। अपने परिचितों को फॉरवर्ड कर सकता है। आकाशवाणी पटना में सहायक समाचार संपादक संजय कुमार के अनुसार, आने वाले दिनों में वेब पत्रकारिता निश्चित तौर पर वह मुकाम पायेगा जो प्रिंट और इलेक्ट्रॉनिक मीडिया ने पाया है। तेजी से बड़े शहरों से होता हुआ छोटे शहरों और अब कस्बा-ग्रामीण क्षेत्रों में पैर पसार रहा है (कुमार, 2010)।

समाचार वेबसाइट अपने पाठकों की अभिरुचि के अनुसार सामग्री का प्रसारण करने की क्षमता रहते हैं। ऐसे भी अनेक वेबसाइट हैं, जो केवल कुछ विशेष विषयों को लेकर ही विषय-वस्तु का प्रकाशन करते हैं। जैसे- गाँव कनेक्शन, ज्यादातर ग्रामीण क्षेत्र एवं खेती-किसानी से संबंधित विषय-वस्तु का प्रकाशन करता है। रोजगार समाचार, यह वेबसाइट नौकरी एवं करियर से संबंधित सामग्री का प्रकाशन प्राथमिकता से करती है। इस प्रकार के वेबसाइट का एक विशेष लक्षित समूह होता है और ये उसी लक्षित समूह को ध्यान में रखकर सामग्री का प्रकाशन करती हैं। आमतौर पर प्रचलित समाचार वेबसाइटों का लक्षित समूह व्यापक होता है, उसमें विविध विषयों में रुचि रखनेवाले पाठक, विभिन्न कार्यक्षेत्र से संबंधित पाठक, आयुवर्ग के आधार पर भी पाठकों को शामिल किया जाता है। कहने का अभिप्राय है कि समाचार वेबसाइटों की बड़ी संख्या ऐसी है, जो सभी प्रकार की विषय-वस्तु अपने पाठकों को उपलब्ध कराती हैं। अर्थात् ज्यादातर समाचार वेबसाइटों पर समाचारपत्रों की भाँति ही विविध प्रकार की विषय-वस्तु का प्रकाशन किया जाता है।

समाचार वेबसाइट पर विषय-वस्तु की विविधता विषय के आधार पर ही नहीं है अपितु स्वरूप के आधार पर भी है। समाचार वेबसाइट मल्टीमीडिया माध्यम है, जिसके माध्यम से विषय-वस्तु को पाठ्य स्वरूप के साथ-साथ दृश्य एवं ध्वनि के रूप में भी प्रसारित किया जा सकता है। इसलिए समाचार वेबसाइट पर विषय-वस्तु पाठ्य, फोटो, वीडियो एवं ऑडियो के रूप में भी उपलब्ध करायी जाती है। समाचार वेबसाइट ने मीडिया कन्वर्जेंस की अवधारणा को साकार किया है। हेनरी जेनकिंस के अनुसार कन्वर्जेंस एक ऐसी प्रक्रिया है, जिसमें विभिन्न प्रकार के मीडिया एक-दूसरे के साथ मिलकर एक नया मीडिया वातावरण बनाते हैं, जिसमें उपयोगकर्ताओं का मीडिया के साथ अधिक सक्रिय और रचनात्मक रूप से जुड़ना शामिल है (Jenkins, 2006)। एक ही प्लेटफॉर्म पर पाठ्य, दृश्य और ध्वनि सामग्री के उपलब्ध कराकर मीडिया कन्वर्जन ने उपभोक्ताओं को अधिक सक्रिय और रचनात्मक बना दिया है। अब पाठक केवल मीडिया सामग्री का उपभोग नहीं करते हैं, बल्कि इस विषय-वस्तु में अपना इनपुट जोड़ सकते हैं, इसे दूसरों के साथ साझा कर सकते हैं। मीडिया कन्वर्जन ने एक और बड़ा बदलाव यह भी किया है कि अब पाठ्य, ध्वनि और दृश्य सामग्री का उपभोग करनेवाले मीडिया उपभोक्ताओं को एक ही मंच पर उनकी रुचि की सामग्री मिल जाती है।

समाचार वेबसाइट्स अपने पाठकों को विभिन्न विषयों पर नवीनतम, विश्वसनीय और विश्लेषणात्मक विषय-वस्तु प्रदान करती हैं। समाचार वेबसाइटों की विषय-वस्तु को मोटेतौर पर निम्नलिखित श्रेणियों में बांटा जा सकता है-

हिन्दी समाचार वेबसाइट्स दैनिक भास्कर एवं दैनिक जागरण की विषयवस्तु ...

राजनीति: समाचार वेबसाइट्स इस श्रेणी में राजनीतिक समाचार उपलब्ध कराती हैं। इनमें स्थानीय स्तर से लेकर राष्ट्रीय और अंतरराष्ट्रीय स्तर तक के राजनीतिक घटनाक्रमों पर विविध सामग्री, राजनेताओं, राजनीतिक दलों, चुनाव और राजनीतिक विवादों के बारे में समाचार शामिल होते हैं।

मनोरंजन: समाचार वेबसाइट्स इस श्रेणी में फिल्म, वेबसीरीज, कला, संगीत, साहित्य और अन्य मनोरंजन से संबंधित समाचार उपलब्ध कराती हैं। अभिनेताओं और कलाकारों के जीवन से जुड़े समाचारों को भी इस श्रेणी में शामिल किया जाता है।

आर्थिक: समाचार वेबसाइट्स इस श्रेणी में वित्तीय, बाजार, उद्योग, व्यापार, निवेश, कर, बजट, और अन्य आर्थिक क्षेत्र से संबंधित समाचार उपलब्ध कराती हैं। इनमें जीडीपी, रिजर्व बैंक की नीतियां, और शेयर बाजार के हालात जैसे विषयों पर समाचार हैं। साथ ही स्थानीय मंडी के भाव, आर्थिक क्षेत्र के उतार-चढ़ाव एवं आर्थिक विषयों पर सरकार के निर्णयों की जानकारी दी जाती है।

खेल: समाचार वेबसाइट्स इस श्रेणी के अंतर्गत खेल क्षेत्र से जुड़े विभिन्न घटनाक्रमों एवं जानकारीयों पर आधारित सामग्री को उपलब्ध कराती हैं। इस श्रेणी में क्रिकेट से जुड़े समाचारों को विशेष महत्व दिया जाता है। इसके साथ राष्ट्रीय एवं अंतरराष्ट्रीय स्तर के बड़ी खेल प्रतियोगिताओं से जुड़ी विषय-वस्तु को भी प्रकाशित किया जाता है।

विज्ञान एवं तकनीक: समाचार वेबसाइट्स इस श्रेणी में विज्ञान, अंतरिक्ष, पर्यावरण, इंटरनेट, सोशल मीडिया, मोबाइल, गेमिंग और तकनीक से संबंधित अन्य विषयों की सामग्री उपलब्ध कराती हैं।

अपराध: समाचार वेबसाइट्स पर इस श्रेणी में अपराध से जुड़ी सामग्री को उपलब्ध कराया जाता है।

स्वास्थ्य: समाचार वेबसाइट्स पर स्वास्थ्य श्रेणी में स्वास्थ्य क्षेत्र से संबंधित विविध प्रकार की विषय-वस्तु उपलब्ध करायी जाती है। इसमें विभिन्न बीमारियों से संबंधित जानकारी, वर्तमान में फैल रहे रोगों के समाचार, स्वास्थ्य क्षेत्र से जुड़ी नयी खोजों, ऐलोपैथी, आयुर्वेद, नैचुरोपैथी एवं अन्य पैथियों से संबंधित जानकारी पर आधारित समाचार एवं अन्य सामग्री उपलब्ध करायी जाती है।

शिक्षा: समाचार वेबसाइट्स पर शिक्षा श्रेणी में विद्यालय स्तर से लेकर विश्वविद्यालय स्तर की शैक्षिक गतिविधियों एवं शिक्षा के क्षेत्र में होनेवाले घटनाक्रमों के समाचार उपलब्ध कराये जाते हैं। इसमें नये पाठ्यक्रमों, परीक्षाओं, शिक्षा संस्थानों एवं शिक्षा से जुड़े नवाचारों, नीतियों और निर्णयों से संबंधित विषय-वस्तु शामिल रहती है।

करियर: समाचार वेबसाइट्स पर इस श्रेणी में रोजगार से जुड़े विभिन्न अवसरों से संबंधित विषय-वस्तु उपलब्ध करायी जाती है। इसमें शासकीय नौकरी, निजी क्षेत्र में रोजगार के अवसरों, स्व-रोजगार इत्यादि से संबंधित विषय-वस्तु शामिल है।

लाइफ स्टाइल: समाचार वेबसाइट्स पर इस श्रेणी में जीवनशैली से जुड़ी विषय-वस्तु को उपलब्ध कराया जाता है, जिसमें खान-पान, परिधान, रिलेशनशिप और अन्य प्रचलित मुद्दों पर सामग्री शामिल रहती है।

समाचार वेबसाइटों की विषय-वस्तु में उपरोक्त श्रेणियों के अतिरिक्त भी धर्म-अध्यात्म, सामाजिक मुद्दे, यात्रा, पर्व-त्यौहार, साहित्य और अन्य विषयों पर भी विषय-वस्तु उपलब्ध करायी जाती है। समाचार वेबसाइटों का उद्देश्य अपने पाठकों को सब प्रकार की विषय-वस्तु से अवगत कराना होता है। इसलिए समाचार वेबसाइट के संचालक यथासंभव सभी प्रकार की विषय-वस्तु को समाहित करने का प्रयास करते हैं।

उद्देश्य

1. हिन्दी समाचार वेबसाइट्स की विषय-वस्तु का विश्लेषणात्मक अध्ययन करना।
2. समाचारों के प्रकाशन में हिन्दी समाचार वेबसाइट्स की प्राथमिकताओं का अध्ययन।
3. हिन्दी समाचार वेबसाइट्स की विषय-वस्तु में मल्टीमीडिया कंटेंट के उपयोग की स्थिति का अध्ययन।

शोध पद्धति

इस शोध में विश्लेषणात्मक एवं विवेचनात्मक पद्धति का उपयोग किया गया है। विषय-वस्तु के अध्ययन हेतु प्राथमिक स्रोत के रूप में सर्वाधिक प्रसारित होनेवाले दो समाचारपत्रों - दैनिक भास्कर एवं दैनिक जागरण की वेबसाइटों का चयन किया गया। दोनों ही समाचारपत्रों की वेबसाइटों से जून-2023, अगस्त-2023 एवं अक्टूबर-2023 माह में एक दिन छोड़कर, अलग-अलग समय में कुल 46 दिन सामग्री का चयन किया गया। इस क्रम में विषय-वस्तु के अध्ययन हेतु वेबसाइट के मुख पृष्ठ पर प्रकाशित शीर्ष चार-चार समाचारों का चयन किया गया। इसके अतिरिक्त द्वितीयक स्रोतों का उपयोग किया गया है, जिसमें पुस्तकें, समाचारपत्र, पत्रिकाएं, शोधपत्र एवं वेबसाइट्स शामिल हैं।

साहित्य समीक्षा

उमाशंकर मिश्र (2020) - शोधकर्ता ने अपने शोधपत्र 'इंटरनेट पर उपलब्ध हिन्दी समाचार पत्रों के स्वरूप का अध्ययन' में बताया है कि इंटरनेट की पहुँच बढ़ने

हिन्दी समाचार वेबसाइट्स दैनिक भास्कर एवं दैनिक जागरण की विषयवस्तु ...

के साथ ही हिन्दी समेत अन्य क्षेत्रीय भाषाओं में ऑनलाइन मीडिया की पहुँच और प्रभाव बढ़ सकता है। प्रश्नावली के माध्यम से एकत्र किए गए डेटा के विश्लेषण में यह भी सामने आया कि उत्तरदाता इंटरनेट का सर्वाधिक उपयोग समाचार, विचार और सूचना प्राप्त करने के लिए करते हैं। इसके साथ ही यह तथ्य भी सामने आया कि समाचार वेबसाइट की जानकारी प्राप्त करने के लिए लोग सोशल मीडिया का उपयोग करते हैं। शोधकर्ता इस निष्कर्ष पर भी पहुँचा है कि मोबाइल पर मिलनेवाले नोटिफिकेशन के कारण पाठक नये समाचारों से लगातार अपडेट रहता है। पाठक अपनी सुविधा के हिसाब से समाचार पढ़ सकते हैं।

प्रदीप तिवारी (2015)— शोधकर्ता ने अपने शोध ‘द हैबिट्स ऑफ ऑनलाइन न्यूजपेपर्स रीडर्स इन इंडिया’ में ऑनलाइन समाचारपत्र के पाठकों की आदतों का अध्ययन किया है। शोधार्थी ने पाया कि विभिन्न प्रकार के समाचारों के लिए महिला एवं पुरुष पाठक समाचार वेबसाइट देखते हैं। महिला पाठक मनोरंजन, स्वास्थ्य, विकास और शिक्षा से जुड़ी विषयवस्तु को प्राथमिकता के आधार पर पढ़ती हैं, वहीं पुरुष पाठक राजनीति, खेल, अपराध, व्यवसाय एवं अन्य विषय के समाचारों को पढ़ना अधिक पसंद करते हैं। शोध के अनुसार, 56 प्रतिशत पाठक ऑनलाइन समाचार को पढ़ने के बाद अन्य लोगों के साथ साझा करते हैं।

नदीम अख्तर (2021)— शोधार्थी के शोध ‘इफेक्टिव ऑफ सोशल मीडिया ऑन न्यूज कन्सप्शन : ए स्टडी ऑफ फीमेल यूनिवर्सिटी स्टूडेंट ऑफ देल्ही’ से ज्ञात होता है कि 95 प्रतिशत छात्राओं के पास सोशल मीडिया अकाउंट है। बड़ी संख्या में छात्राओं का कहना है कि सोशल मीडिया उनके ऑनलाइन समाचार का प्राथमिक स्रोत है। अर्थात् हम कह सकते हैं कि सोशल मीडिया ऑनलाइन समाचार उपभोग में अग्रणी भूमिका निभा रहा है। इस अध्ययन से पता चलता है कि छात्राएं जितना अधिक समय सोशल मीडिया पर बिताती हैं, उतना ही अधिक वे वहाँ दिखनेवाले समाचारों की लिंक पर क्लिक करके उनका विवरण प्राप्त करती हैं और उन्हें अपने प्रोफाइल पर साझा करती हैं। यह उन्हें अपने समाज और परिवेश के बारे में अधिक जागरूक भी बनाता है। इसके अलावा, इस अध्ययन यह भी पता चलता है कि छात्राएं विभिन्न क्षेत्रों समाचार पसंद कर रही हैं और जो समाचार उनकी संज्ञानात्मक, सामाजिक एकीकृत और व्यक्तिगत एकीकृत आवश्यकताओं को संतुष्ट करते हैं, उन पर वे उन पर टिप्पणी कर रही हैं और उन्हें साझा कर रही हैं।

हिन्दी समाचार वेबसाइट दैनिक भास्कर और दैनिक जागरण की विषयवस्तु का विश्लेषण

इस हिस्से में हम दैनिक भास्कर और दैनिक जागरण से संकलित निदर्शन का विश्लेषण करेंगे। जैसा कि उपरोक्त उल्लेखित किया गया है कि दोनों ही समाचार

वेबसाइटों से तीन माह के 46 दिन का डेटा संकलित किया गया। पहला माह जून चुना गया, उसके बाद एक माह छोड़कर अगला माह अगस्त और फिर एक माह के अंतराल के बाद अक्टूबर माह में एक-एक दिन के अंतराल पर सुबह से शाम तक के उन समाचारों को अध्ययन में शामिल किया गया है, जिन्हें समाचार वेबसाइटों ने अपने मुख पृष्ठ पर प्रमुखता से प्रकाशित किया था। 46 दिन में दैनिक भास्कर की वेबसाइट से 376 एवं दैनिक जागरण की वेबसाइट से 425 समाचारों का संकलन किया गया। तालिका क्रमांक 1 एवं 2 के अनुसार दोनों ही समाचार वेबसाइटों ने सबसे अधिक राजनीति से संबंधित समाचारों का प्रकाशन किया है। दैनिक भास्कर ने 88 समाचार और दैनिक जागरण ने 124 राजनीतिक समाचारों को प्रकाशित किया, जिनका प्रतिशत क्रमशः 23 प्रतिशत एवं 29 प्रतिशत है। राजनीतिक समाचारों को स्थान देने में यदि दोनों समाचार वेबसाइटों की तुलना करें तो दैनिक जागरण ने दैनिक भास्कर से 6 प्रतिशत अधिक राजनीतिक समाचारों को स्थान दिया है।

दूसरे स्थान पर अपराध से जुड़े समाचारों को स्थान मिला है। दैनिक भास्कर ने 86 और दैनिक जागरण ने 73 समाचारों को प्रकाशित किया है। अर्थात् दैनिक भास्कर ने लगभग 23 प्रतिशत और दैनिक जागरण ने 17 प्रतिशत अपराध समाचारों को स्थान दिया।

खेल समाचारों को प्रकाशित करने के मामले में दैनिक भास्कर आगे रहा है। दैनिक भास्कर की वेबसाइट पर 14 प्रतिशत से अधिक स्थान खेल समाचारों को मिला है। वहीं, दैनिक जागरण ने 7.5 प्रतिशत खेल समाचारों को ही प्रमुखता से प्रकाशित किया है। शिक्षा से संबंधित समाचारों को मुख पृष्ठ पर स्थान देने के मामले में दोनों ही वेबसाइट एक जैसे दिखे हैं। दैनिक भास्कर और दैनिक जागरण दोनों ने ही संख्या की दृष्टि से 8-8 समाचारों को प्रमुखता से प्रकाशित किया। हालांकि प्रतिशत में दैनिक भास्कर ने 2.13 एवं दैनिक जागरण ने 1.88 समाचारों को ही प्रमुखता से प्रकाशित किया है। पर्यावरण से जुड़े समाचारों को भी समाचार वेबसाइट पर स्थान दे रहे हैं। दैनिक भास्कर ने 6.13 प्रतिशत एवं दैनिक जागरण ने 9.65 प्रतिशत समाचारों को मुखपृष्ठ पर प्रकाशित किया। विज्ञान एवं तकनीक के समाचारों के प्रकाशन में दैनिक भास्कर ने 5.59 प्रतिशत एवं दैनिक जागरण ने 4 प्रतिशत समाचारों को मुखपृष्ठ पर स्थान दिया।

स्वास्थ्य संबंधी समाचारों के प्रकाशन में दैनिक भास्कर ने 1.33 प्रतिशत एवं दैनिक जागरण ने 1.41 प्रतिशत समाचारों को ही मुख पृष्ठ पर स्थान दिया। मनोरंजन संबंधी समाचारों को दैनिक जागरण ने दैनिक भास्कर के मुकाबले अधिक प्राथमिकता

हिन्दी समाचार वेबसाइट्स दैनिक भास्कर एवं दैनिक जागरण की विषयवस्तु ...

से प्रकाशित किया है। मुखपृष्ठ पर प्रकाशित समाचारों में मनोरंजन संबंध समाचारों की हिस्सेदारी दैनिक भास्कर में जहाँ केवल 2.13 प्रतिशत है, वहीं दैनिक जागरण में 13.41 प्रतिशत है।

कृषि संबंधी समाचार दोनों ही वेबसाइट पर अत्यंत कम दिखायी दिए। ऐसा प्रतीत होता है कि समाचार वेबसाइट कृषि संबंध समाचारों को प्राथमिकता नहीं देती हैं। दैनिक भास्कर की वेबसाइट के मुखपृष्ठ पर प्रकाशित कुल 376 में से केवल दो समाचार ही कृषि संबंधी थे। इसी तरह, दैनिक जागरण की वेबसाइट के मुख पृष्ठ पर प्रकाशित कुल 425 समाचारों में से केवल 1 समाचार ही कृषि संबंधी रहा। प्रतिशत में देखें तो, दैनिक भास्कर ने 0.53 प्रतिशत एवं दैनिक जागरण ने 0.24 प्रतिशत कृषि समाचारों को ही प्रमुखता से प्रकाशित किया। हम कह सकते हैं कि यह नगण्य आंकड़ा है।

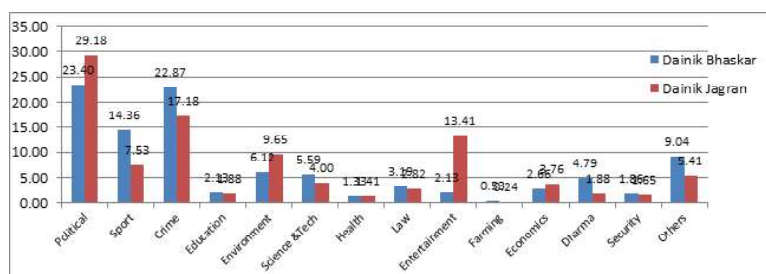
आर्थिक क्षेत्र से जुड़े समाचारों को प्रमुखता से प्रकाशित करने के मामले में दैनिक भास्कर ने 2.66 प्रतिशत एवं दैनिक जागरण ने 2.76 प्रतिशत समाचारों को स्थान दिया। धर्म संबंधी समाचारों में दैनिक भास्कर ने 4.79 प्रतिशत एवं दैनिक जागरण ने 1.88 प्रतिशत समाचारों को मुख पृष्ठ पर स्थान दिया। सुरक्षा संबंधी समाचारों में दैनिक भास्कर एवं दैनिक जागरण की वेबसाइट ने 7-7 समाचार प्रकाशित किए, जिनका प्रतिशत क्रमशः 1.86 एवं 1.65 रहा। वहीं, अन्य समाचारों को प्रमुखता से प्रकाशित करने के मामले में दैनिक भास्कर ने 9.04 प्रतिशत एवं दैनिक जागरण ने 5.41 प्रतिशत समाचारों को मुख पृष्ठ पर स्थान दिया।

तालिका-1 : वेबसाइट पर प्रकाशित समाचारों का वर्गीकरण (संख्या में)

समाचार पत्र	दिन	कुल समाचार	राजनीति	खेल	अपराध	शिक्षा	पर्यावरण	विज्ञान एवं तकनीक	स्वास्थ्य	कानून	मनोरंजन	कृषि	आर्थिक	धर्म	सुरक्षा	अन्य
दै. भास्कर	46	376	88	54	86	8	23	21	5	12	8	2	10	18	7	34
दै. जागरण	46	425	124	32	73	8	41	17	6	12	57	1	16	8	7	23
कुल	46	801	212	86	159	16	64	38	11	24	65	3	26	26	14	57

तालिका-2 : वेबसाइट पर प्रकाशित समाचारों का वर्गीकरण (प्रतिशत में)

समाचार पत्र	दिन	कुल समाचार	राजनीति	खेल	अपराध	शिक्षा	पर्यावरण	विज्ञान एवं तकनीक	स्वास्थ्य	कानून	मनोरंजन	कृषि	आर्थिक	धर्म	सुरक्षा	अन्य
दैन. भास्कर	46	376	23.40	14.36	22.87	2.13	6.12	5.59	1.33	3.19	2.13	0.53	2.66	4.79	1.86	9.04
दैन. जागरण	46	425	29.18	7.53	17.18	1.88	9.65	4.0	1.41	2.82	13.41	0.24	3.76	1.88	1.65	5.41



ग्राफ-1

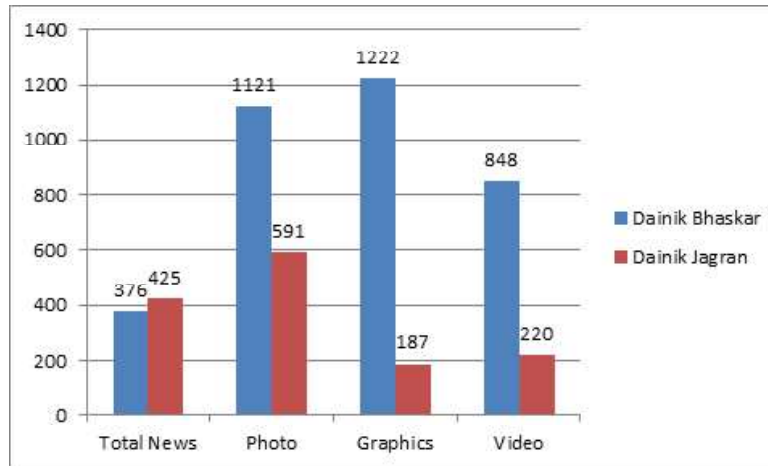
समाचारों में मल्टीमीडिया कंटेंट के उपयोग की स्थिति का अध्ययन

समाचारों को प्रभावी एवं अधिक ग्राह्य बनाने के लिए मल्टीमीडिया कंटेंट, जैसे- ग्राफिक्स, कार्टून, फोटो, वीडियो इत्यादि का उपयोग किया जाता है। समाचार वेबसाइट की प्रकृति ऐसी है कि वह मीडिया कन्वर्जेंस का सबसे प्रभावी माध्यम है। वह सभी प्रकार के मल्टीमीडिया कंटेंट को पाठकों तक पहुँचाने में सक्षम है। प्रस्तुत अध्ययन में यह जानने का भी प्रयास किया गया कि समाचार वेबसाइट पाठ्य सामग्री के साथ मल्टीमीडिया कंटेंट का उपयोग कितना और किस प्रकार कर रहे हैं। प्रस्तुत अध्ययन में पाया गया कि समाचार वेबसाइट पर प्रत्येक समाचार में किसी न किसी एक मल्टीमीडिया कंटेंट का उपयोग आवश्यक रूप से किया गया है। अर्थात् बिना फोटो या ग्राफिक्स या वीडियो के एक भी समाचार प्रकाशित नहीं किया गया। किसी समाचार में फोटो नहीं है, तो उसके साथ ग्राफिक्स या वीडियो अवश्य होगा। यदि ग्राफिक्स का उपयोग नहीं किया गया, तब फोटो या वीडियो अवश्य होगा। यदि वीडियो का उपयोग नहीं किया गया, तब फोटो या ग्राफिक्स का उसमें शामिल रहा होगा। दैनिक भास्कर के सभी 376 समाचारों में मल्टीमीडिया कंटेंट शामिल रहा। इसी प्रकार, दैनिक जागरण के सभी 425 समाचारों में मल्टीमीडिया कंटेंट शामिल रहा।

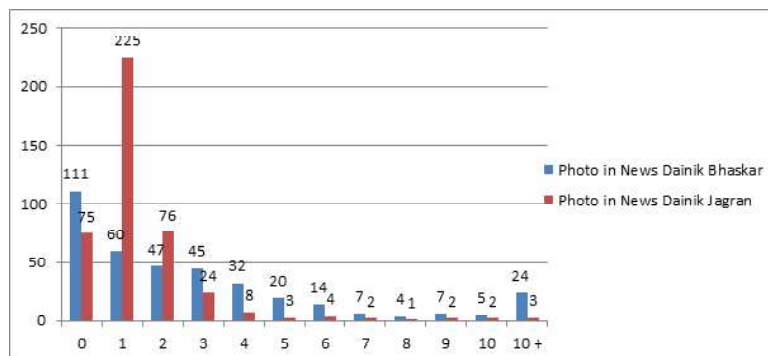
हिन्दी समाचार वेबसाइट्स दैनिक भास्कर एवं दैनिक जागरण की विषयवस्तु ...

ग्राफ-2 से स्पष्ट होता है कि दैनिक भास्कर की वेबसाइट पर समाचारों के साथ मल्टीमीडिया कंटेंट का उपयोग दैनिक जागरण से कहीं गुणा अधिक होता है।

दैनिक भास्कर ने 376 समाचारों के साथ 1121 फोटो उपयोग किए। वहीं, दैनिक जागरण ने 425 समाचारों के साथ 591 फोटो ही उपयोग किए। ग्राफिक्स के माध्यम से समाचारों की प्रभावी प्रस्तुति के मामले में भी दैनिक भास्कर अग्रणी रहा। भास्कर डॉट कॉम पर 376 समाचारों में 1222 ग्राफिक्स का उपयोग किया गया, वहीं दैनिक जागरण के 425 समाचारों में केवल 187 ग्राफिक्स का ही उपयोग किया गया। इसी प्रकार दैनिक भास्कर की वेबसाइट पर प्रकाशित 376 समाचारों में 848 वीडियो को शामिल किया गया, जबकि दैनिक जागरण की वेबसाइट पर 425 समाचारों में 220 वीडियो कंटेंट का उपयोग किया गया।

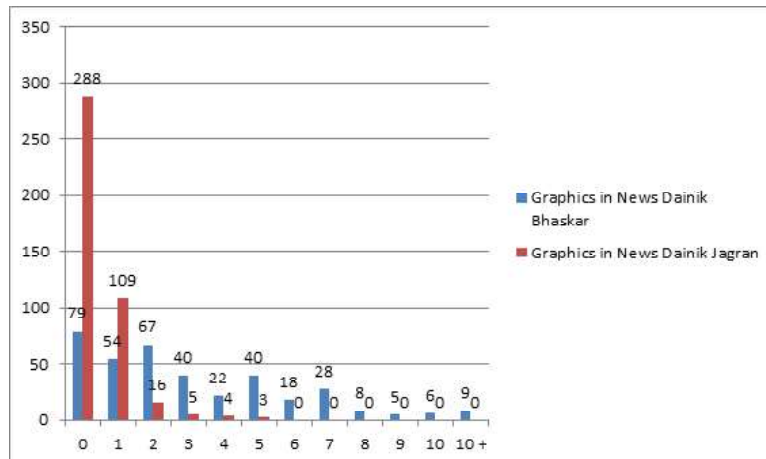


ग्राफ-2



ग्राफ-3

ग्राफ-3 में प्रदर्शित डेटा का विश्लेषण करने पर ज्ञात होता है कि दैनिक भास्कर की वेबसाइट पर प्रकाशित 376 समाचारों में से 111 समाचारों में मल्टीमीडिया कंटेंट के तौर पर फोटो का उपयोग नहीं किया गया लेकिन इन समाचारों में ग्राफिक्स या फिर वीडियो कंटेंट का उपयोग किया गया। इसी प्रकार दैनिक जागरण की वेबसाइट पर यह स्थिति केवल 75 समाचारों के साथ रही। वेबसाइट पर एक समाचार में एक से भी अधिक फोटो प्रकाशित किए जाते हैं। ऐसे समाचारों का विश्लेषण करने पर पाया गया कि दैनिक भास्कर की वेबसाइट पर 24 समाचार ऐसे थे, जिनमें 10 से अधिक फोटो उपयोग किए गए। वहीं, दैनिक जागरण की वेबसाइट पर 3 ही समाचार ऐसे थे, जिनमें 10 से अधिक फोटो प्रकाशित किए गए हैं। स्पष्ट है कि दैनिक जागरण के मुकाबले दैनिक भास्कर समाचारों को प्रभावी बनाने के लिए फोटो का अधिक से अधिक उपयोग करता है।

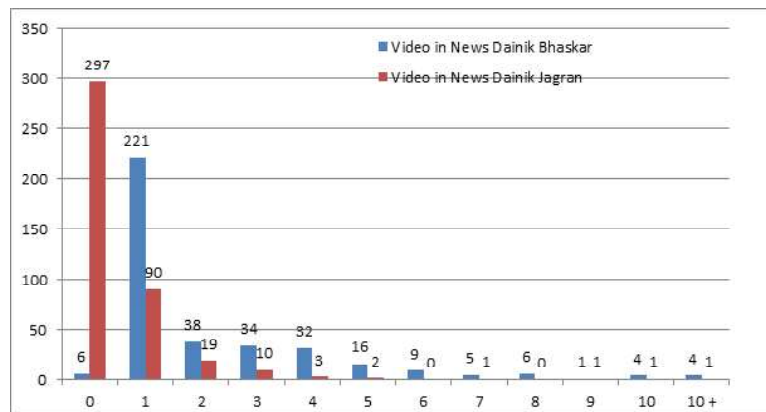


ग्राफ-4

ग्राफ-4 में प्रदर्शित डेटा का विश्लेषण करने से ज्ञात होता है कि समाचारों के साथ ग्राफिक्स का उपयोग करने के मामले में दैनिक भास्कर की वेबसाइट दैनिक जागरण से कहीं अधिक अग्रणी है। दैनिक भास्कर में 79 समाचार ऐसे पाए गए जिनमें एक भी ग्राफिक्स का उपयोग नहीं किया गया, जबकि दैनिक जागरण की वेबसाइट पर ऐसे समाचारों की संख्या 228 रही। दैनिक भास्कर की वेबसाइट पर 54 समाचार ऐसे पाए गए, जिनमें एक ग्राफिक्स का उपयोग किया गया, वहीं दैनिक जागरण की वेबसाइट पर 109 समाचारों में एक ग्राफिक्स का उपयोग किया गया। एक से अधिक ग्राफिक्स उपयोग करने के मामले में दैनिक भास्कर अग्रणी है। दैनिक

हिन्दी समाचार वेबसाइट्स दैनिक भास्कर एवं दैनिक जागरण की विषयवस्तु ...

भास्कर की वेबसाइट पर ऐसे भी समाचार पाए गए, जिनमें 10 से अधिक ग्राफिक्स का उपयोग किया गया है। जबकि दैनिक जागरण की वेबसाइट पर 5 से अधिक ग्राफिक्स का उपयोग किसी भी समाचार में नहीं किया गया। स्पष्ट है कि समाचारों को अधिक प्रभावी ढंग से प्रस्तुत करने एवं पाठकों को समझाने के लिए दैनिक भास्कर ग्राफिक्स का अधिक उपयोग करता है।



ग्राफ-5

ग्राफ-5 के डेटा का विश्लेषण करने पर ज्ञात होता है कि समाचार के साथ वीडियो कंटेंट उपयोग करने में दैनिक जागरण के मुकाबले दैनिक भास्कर अधिक सक्रिय है। दैनिक जागरण में 425 में से 297 ऐसे समाचार पाए गए, जिनमें एक भी वीडियो कंटेंट का उपयोग नहीं किया गया। जबकि दैनिक भास्कर में 376 समाचारों में ऐसे केवल 6 समाचार थे, जिनके साथ वीडियो कंटेंट को प्रदर्शित नहीं किया गया। दैनिक भास्कर के 221 समाचार ऐसे हैं, जिनमें एक वीडियो कंटेंट शामिल किया गया, जबकि दैनिक जागरण के 90 समाचारों में एक वीडियो कंटेंट शामिल किया गया है। वहीं, दैनिक भास्कर के 38 और दैनिक जागरण के 19 समाचार ऐसे हैं, जिनमें 2 वीडियो कंटेंट शामिल किए गए। 3 वीडियो कंटेंट को शामिल करने के मामले में दैनिक भास्कर के 34 एवं दैनिक जागरण के 10 समाचार हैं। दोनों ही समाचार वेबसाइटों ने कुछ समाचारों में 10 या 10 से अधिक वीडियो भी शामिल किए हैं, दैनिक भास्कर में ऐसे समाचारों की संख्या 4-4 रही और दैनिक जागरण में यह संख्या केवल 1-1 रही है। स्पष्ट है कि दोनों ही समाचार वेबसाइट अपने पाठकों को समाचार के साथ वीडियो कंटेंट भी उपलब्ध करा रही हैं। हालांकि, अधिक संख्या में वीडियो कंटेंट उपलब्ध कराने के मामले में दैनिक जागरण के मुकाबले दैनिक भास्कर अग्रणी वेबसाइट है।

निष्कर्ष एवं सुझाव

- हिन्दी समाचार वेबसाइट पर राजनीतिक समाचारों को प्रमुखता एवं प्राथमिकता से स्थान दिया जा रहा है। राजनीतिक क्षेत्र के समाचार वेबसाइट पर अधिक प्रकाशित किए जाते हैं।
- राजनीतिक समाचारों के बाद अपराध से जुड़े समाचारों को हिन्दी समाचार वेबसाइट प्राथमिकता से प्रकाशित करते हैं। इसके बाद खेल, पर्यावरण, मनोरंजन, शिक्षा, धर्म, विज्ञान एवं अन्य क्षेत्रों को लेकर समाचारों का प्रकाशन किया जाता है।
- कृषि से संबंधित समाचारों को हिन्दी समाचार वेबसाइट पर प्रमुखता एवं प्राथमिकता के साथ स्थान नहीं मिलता है। दैनिक भास्कर एवं दैनिक जागरण जैसे हिन्दी के समाचार वेबसाइट के मुख पृष्ठ पर कृषि संबंधी समाचारों का प्रकाशन नगण्य किया जा रहा है। चूंकि ग्रामीण क्षेत्र में तेजी से डिजिटल मीडिया के पाठक बढ़ रहे हैं। इसलिए सुझाव है कि हिन्दी समाचार वेबसाइट कृषि संबंधी समाचारों के प्रकाशन में वृद्धि करे।
- स्वास्थ्य संबंधी समाचारों के प्रकाशन में भी कमी दिखायी देती है। स्वास्थ्य संबंधी प्रामाणिक जानकारी पर आधारित समाचारों के प्रकाशन का प्रतिशत भी बढ़ाया जा सकता है। कोरोना महामारी के बाद से स्वास्थ्य संबंधी जागरूकता लोगों में दिखायी देती है। पाठक स्वास्थ्य संबंधी जानकारी को पढ़ना पसंद करेगा।
- समाचारों को आकर्षक, प्रभावी एवं अधिक ग्राह्य बनाने के लिए समाचार वेबसाइटों पर प्रकाशित समाचारों के साथ मल्टीमीडिया कंटेंट का उपयोग किया जा रहा है। मल्टीमीडिया कंटेंट में फोटो, ग्राफिक्स एवं वीडियो कंटेंट का उपयोग संतोषजनक है। दैनिक भास्कर इस मामले में अग्रणी वेबसाइट दिखायी देती है। अन्य समाचार वेबसाइट भी मल्टीमीडिया कंटेंट के प्रतिशत में वृद्धि कर सकते हैं। वेबसाइट पर प्रकाशित लगभग सभी समाचारों के साथ किसी न किसी प्रकार का मल्टीमीडिया कंटेंट उपयोग किया जाता है। अतः कह सकते हैं कि वेबसाइट मीडिया कन्वर्जेंस की अवधारणा को साकार करते हुए पाठकों को टेक्स्ट के साथ ही शत-प्रतिशत किसी न किसी प्रकार का मल्टीमीडिया कंटेंट उपलब्ध करा रही है। सुझाव है कि समाचारों के साथ मल्टीमीडिया कंटेंट के उपयोग का पाठकों पर पड़नेवाले प्रभाव का अध्ययन किया जाना चाहिए।

हिन्दी समाचार वेबसाइट्स दैनिक भास्कर एवं दैनिक जागरण की विषयवस्तु ...

संदर्भ :

- Akhter, N. (2021, January-March). Effects of Social Media on News Consumption: A Study of Female University Students of Delhi. *Communicator*, LVI(1), 99-105.
- Google, & Kantar. (2023). *Indian Languages - Understanding India's Digital News Consumer*. Kantar India and Google.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. NYU Press.
- Tewari P (2015) The Habits of Online Newspaper Readers in India. *J Socialomics* 4: 124. doi:10.4172/2167-0358.1000124
- कुमार, स. (2010). वेब पत्रकारिता का भविष्य उज्ज्वल है. In ह. स. विक्रम, वेब पत्रकारिता (प्रथम संस्करण शव., पृष्ठ 56). श्री नटराज प्रकाशन, नई दिल्ली.
- जैदी, स. (2010). वेब पत्रकारिता का वर्तमान, भविष्य. In ह. स. विक्रम, वेब पत्रकारिता (प्रथम संस्करण शव., पृष्ठ 38-40). श्री नटराज प्रकाशन, नई दिल्ली.
- मिश्र, उ. (2020, जुलाई-दिसंबर). इंटरनेट पर उपलब्ध हिन्दी समाचार-पत्रों के स्वरूप का अध्ययन. *संचार माध्यम*, 32(2), पृष्ठ 60-68.

