

हिंदी दैनिक समाचार पत्रों का अंतर्वस्तु विश्लेषण एवं सामाजिक समस्या संबंधित समाचारों की गुणवत्ता पर बाजारीकरण के प्रभाव

(उत्तर भारत से प्रकाशित तीन हिंदी दैनिकों पर एक अध्ययन)

सरबजीत सिंह

पीएच.डी.शोधार्थी

गुरु जम्भेश्वर विज्ञान एवं प्रौद्योगिकी विश्वविद्यालय, हिसार
और

प्रो.(डॉ.) मनोज दयाल

जनसंचार विभाग,

गुरु जम्भेश्वर विज्ञान एवं प्रौद्योगिकी विश्वविद्यालय, हिसार

सारांश

प्रस्तुत शोध पत्र में यह जानने की कोशिश की गई है कि भारत में प्रकाशित होने वाले हिंदी दैनिक समाचार पत्र अपने मुख्य संस्करण में भारतीय समाज में व्याप्त समस्याओं से सम्बंधित समाचारों को अहमियत देते हैं या नहीं अगर देते हैं तो कैसे तथा कहां। भारत में जात-पात, गरीबी, अनपढ़ता, बेरोजगारी, धार्मिक विविधता, क्षेत्रवाद, महिला भेदभाव तथा कृषि क्षेत्र की दयनीय स्थिति आदि यहां की सामाजिक समस्याएं हैं। प्रस्तुत शोध पत्र में सामाजिक समस्या सम्बंधित समाचारों का अन्तर्वस्तु विश्लेषण किया गया है। इस वर्णनात्मक शोध में हिंदी दैनिक समाचार पत्रों (पंजाब केसरी, दैनिक जागरण तथा दैनिक भास्कर)के मुख्य संस्करणों का अवलोकन कर तथ्यों को जानने का प्रयास किया गया है तथा बाजारीकरण का उनकी गुणवत्ता पर प्रभाव को जानने के लिए सर्वेक्षण के माध्यम से हिंदी समाचार पत्रों के पाठकों, पत्रकारों, उप-संपादकों तथा संपादकों का साक्षात्कार कर आंकड़े एकत्रित कर तथ्यों को जानने का प्रयास किया गया है। इन शोध से प्राप्त परिणामों से यह तथ्य सामने आए हैं कि भारत में हिंदी दैनिक पत्र अपने मुख्य संस्करण में सामाजिक समस्या सम्बंधी समाचारों को कोई खास तब्जो नहीं देते। भारतीय हिंदी समाचार पत्र समूह सामाजिक समस्या सम्बंधी समाचारों को लीड स्टोरी में जगह नहीं देते, टॉप स्टोरी में कभी-कभी यह समाचार जगह पाने में सफल हो जाते हैं, बॉक्स तथा बड़े एवं रंगदार शीर्षक इन समाचारों से नदारद रहते हैं। कुल मिला कर देखें तो यह ज्ञात होता है कि हिंदी दैनिक समाचार पत्रों के मुख्य संस्करणों में सामाजिक समस्या सम्बंधी समाचारों की दा अत्यधिक सोचनीय है।

1.0 प्रस्तावना

प्रस्तुत शोध पत्र में उत्तर भारत से प्रकाशित होने वाले हिंदी दैनिक समाचार पत्रों के मुख्य संस्करण में छपने वाले सामाजिक समस्या सम्बंधित समाचारों का अन्तर्वस्तु विश्लेषण कर इन समाचारों की विशेषताओं को जानने का प्रयत्न किया गया है। सामाजिक समस्या सम्बंधी समाचार की गुणवत्ता पर बाजारीकरण (बाजार उन्मुखता) के प्रभावों को जानने की कोशिश की गई है।

1.1 सामाजिक समस्या सम्बंधित समाचार :- प्रत्येक देश की आर्थिक तथा भौगोलिक स्थिति तथा वहां के सामाजिक व्यवस्था ही वहां रहने वाले समाजों की समस्याओं को निर्धारित करती है इसलिए प्रत्येक देश की सामाजिक समस्याएं अलग-अलग होती हैं। भारत की विविधता ही भारत को महान बनाती है तो वहीं यह विविधता समाजों में टकराव तथा समास्या पैदा करती है जात-पात, गरीबी, अनपढ़ता, बेरोजगारी, धार्मिक विविधता, क्षेत्रवाद तथा कृषि क्षेत्र की दयनीय स्थिति आदि यहां की सामाजिक समस्याएं हैं। 'समाज के कुछ नियम निर्धारित होते हैं तथा बहुत से सामाजिक रिश्तों का ताना बाना होता जिनके अनुसार प्रत्येक व्यक्ति व्यवहार करता है और समाज चलता है जब कोई व्यक्ति या समुदाय इन नियमों के विपरीत गलत व्यवहार करता है तथा सामाजिक नियमों को तोड़ता है तो जो स्थिति उत्पन्न होती है उसे सामाजिक समस्या कहते हैं। समय अनुसार सामाजिक समस्याएं घटती तथा बढ़ती हैं मगर इन समस्याओं को बदलने में अत्यधिक समय लगता है। **द राइस एंड फाल आफ सोशल प्रोबलमस , ए पब्लिक एरेनास माडल (हिलगर्टनर एस.एंड सी एस बास्क) 1988 ।**

1.2 अन्तर्वस्तु विश्लेषण :- संचार की विषय वस्तु की वैज्ञानिक व्याख्या अंतर्वस्तु विश्लेषण कहलाता है। हेराल्ड लास्वेल के सिद्धांत अनुसार किसने कहा, किसको कहा और क्या कहा के अन्तर्गत अंतर्वस्तु विश्लेषण के अनुसान क्या का अर्थ संचार के संदेश से है अतः संदेश के विश्लेषण को ही अन्तर्वस्तु विश्लेषण कहते हैं। अन्तर्वस्तु विश्लेषण सिर्फ मीडिया की विषय वस्तु तक ही सीमित नहीं रहता वह कौन श्रोत तथा किसको पाठक माध्यम तथा प्रभाव की भी व्याख्या करता है। यह वैज्ञानिक विधि है जिसके अन्तर्गत स्टीक, प्रमाणिक तथा तर्कसंगत नतीजे निकाले जाते हैं **अन्तर्वस्तु विश्लेषण (बी के कुठियाला)।** इस

विधि से हम तीनों समाचार पत्रों के अलग-अलग परिणाम निकालने का प्रयत्न करेंगे। तीनों समाचार पत्रों के तीन-तीन परिणाम निकालकर नतीजों को सरल बनाने का प्रयास किया गया है। तीन प्रकार के नतीजों में कुल आंकड़े, औसत आंकड़े तथा प्रतिशत आंकड़े निकाले गए हैं।

1.3 बाजारीकरण :- ग्राहक आधारित और बाजार उन्मुख दोनों संतुलन के मामले हैं। बाजार उन्मुख व्यवसाय ग्राहकों की मौजूदगी, ग्राहकों की जरूरतों की उपेक्षा के लिए ग्राहकों की जरूरतों पर, बाजार उन्मुख होने की प्रकृति लाभ कमाने की समझ को दर्शाती है। अतः उत्पादक, ग्राहक तथा उत्पाद के मेल से बाजार बनता है। किसी क्षेत्र में इन कारकों को लागू करना उस क्षेत्र का बाजारीकरण (बाजार उन्मुखता) कहलाता है। समाचार पत्र समूह की आमदनी का एक मात्र साधन विज्ञापन होता है तथा विज्ञापन तभी मिलता है जब आपके समाचार की पहुंच ज्यादा से ज्यादा लोगों तक हो यानी आपका सर्कुलेशन जितना अधिक होगा आपको उतनी ही आसानी से अधिक विज्ञापन मिल सकेंगे। समाचार पत्र समूह समाचार पत्र को बेचकर लाभ कमाना नहीं चाहते बल्कि विज्ञापन प्रकाशित कर लाभ कमाना चाहते हैं। समाचार पत्रों के बाजारीकरण में जो समाचार बिकता है वही छपता है वाली धारणा भी लागू होती है मगर यह धारणा तब धरी की धरी रह जाती है जब समाचार पत्र समूह केवल और केवल अपने लाभ को ही देखते हैं तथा वह अपने ग्राहकों (पाठकों) की पसंद को विज्ञापनदाताओं के हाथों बेच देते हैं, इन सभी तथ्यों की प्रमाणिकता हो भी जानने का मौका इस शोध पत्र में हमें मिलेगा।

2.0 साहित्य समीक्षा

एलमैन, एम. एंड जरमैनो, एफ. (2009). वॉट डू द पेपर सेल? ए मॉडल ऑफ एडवर्टासिंग एंड बायस मीडिया. इकोनोमिक जर्नल, 119(537), 680-704. |

हम समाचार के एक दो तरफा बाजार मॉडल देते हैं जहां समाचार पत्र पाठकों को समाचार बेचते हैं जो मूल्य तथा स्टीकता प्रदान करते हैं जो विज्ञापनदाताओं को स्थान बेचते हैं जो विज्ञापन ग्रहणशीलता को मूल्य प्रदान करते हैं। इस व्यवस्था में एकाधिकार समाचार पत्र की पूर्वाग्रह पत्रकारिता पर्याप्त रूप से विज्ञापनदाता का मुनाफा कम कर देती है। विडंबना यह है कि विज्ञापन के आकार में वृद्धि विज्ञापन दाताओं का पूर्वाग्रह कम करने में प्रतिस्पर्धी समाचार पत्रों का नेतृत्व करता है। बहरहाल विज्ञापनदाता इसका मुकाबला कर पाने में, समाचार के प्रति कट आफ रणनीतियों में तथा एकाधिकार मामले में ज्यादा पूर्वाग्रह उत्प्रेरण में मुकाबला करने में सक्षम हैं। हम इस परिणाम का प्रयोग मीडिया में व्यवसायिक पूर्वाग्रह एवं प्रभाव पर एक पुराने तथा नये गवाह का विश्लेषण कर सकते हैं।

पेत्रोवा, एम. (2011). न्यूज पेपरस एंड पार्टीज: हॉउ एडवर्टासिंग रैवेन्यू क्रीएटड एन इंडिपेंडेंट प्रैस. अमरीकन पॉलिटिकल साइंस रिव्यू, 105(4), 790-808. |

मीडिया स्वतंत्रता दृढ़ता से भ्रष्टाचार को रोकता है और सुशासन को बढ़ावा देता है, लेकिन मीडिया की स्वतंत्रता को कौन नेतृत्व करता है? क्या आर्थिक विकास और उच्च विज्ञापन आय मीडिया संस्थान को राजनीतिक दलों के प्रभाव से मुक्त करा देते हैं। उन्नीसवीं सदी के अमेरिकी समाचार पत्रों के तथ्यों के उपयोग से यह पता चलता है कि अधिक विज्ञापन राजस्व वाले क्षेत्रों के समाचार पत्र राजनीतिक दलों से स्वतंत्र थे। इसके अलावा नए समाचार पत्र अधिक से अधिक विज्ञापन दरों के साथ बाजार में स्वतंत्र रूप से प्रवेश करते हैं। शोधकर्ता ने विज्ञापन दरों में बड़े बदलाव की पहचान की है कि कैसे विज्ञापन राजस्व नए समाचार पत्र के प्रवेश को प्रभावित करते हैं।

सकोव्सगार्ड, एम. एंड वान डालेन, ए. (2013). द फेडिंग पब्लिक वाइस: द पोलेराइजेशन इफैक्ट्स ऑफ कॉमर्शियलाइजेशन ऑन पोलिटिकल एंड अदर बीट एंड इट्स डेमोक्रेटिक कॉन्सिक्वेंसिज. जर्नल ऑफ इन्फोर्मेशन स्टडी, 14, (3), 371-386. |

इस अध्ययन में सकोव्सगार्ड एम ने कहा है कि डेनमार्क में और विदेशों में मीडिया बाजारों में व्यावसायीकरण के बढ़ने से लोकतंत्र में पत्रकारिता की भूमिका को चिंताओं में डाला है। इस पत्र का तर्क है कि व्यवसायीकरण का ध्रुवीकरण प्रभाव पड़ता है। व्यावसायीकरण अन्य बीट के मुकाबले राजनीतिक बीट को मजबूत करता है, व्यावसायीकरण राजनीतिक बीट को प्रभावी और खुद को ब्रांड बनाने का तरीका है। संसदीय पत्रकारों तथा अन्य डेनिस पत्रकारों के बीच प्रतिनिधि सर्वेक्षण यह पुष्टि करते हैं कि व्यवसायीकरण दबाव अन्य पत्रकारों, यहां तक कि प्रतिष्ठित बीट के पत्रकारों की तुलना में राजनीतिक पत्रकारों को कम प्रभावित करते हैं।

3.0 शोध उद्देश्य

तीनों समाचार पत्रों के मुख्य संस्करण में प्रकाशित सामाजिक समस्याओं से सम्बंधित समाचारों का उनकी पृष्ठ संख्या अनुसार अन्तर्वस्तु विश्लेषण करना।

यह जानना कि तीनों समाचार पत्रों के मुख्य संस्करण में प्रकाशित सामाजिक समस्याओं से सम्बंधित समाचारों को लीड स्टोरी तथा टाप स्टोरी में जगह दी जाती है या नहीं।

यह ज्ञात करना कि हिन्दी दैनिक समाचार पत्रों के मुख्य संस्करण में सामाजिक समस्याओं से सम्बंधित समाचारों के संकलन तथा उसकी गुणवत्ता पर बाजारीकरण के क्या-क्या प्रभाव पड़ते हैं?

यह ज्ञात करना कि क्या बाजारीकरण के कारण सामाजिक समस्याओं से सम्बंधित समाचारों की गुणवत्ता में बढ़ोतरी होती है? यह जानना कि क्या बाजारीकरण के कारण सामाजिक समस्याओं से सम्बंधित समाचारों की गुणवत्ता में गिरावट आती है?

यह जानना कि संपादक सामाजिक समस्याओं से सम्बंधित समाचारों के चयन में भेदभाव करते हैं?

4.0 शोध विधि एवं यंत्र

4.1 **अवलोकन विधि** :- इस वर्णनात्मक शोध विधि में उत्तर भारत से छपने वाले तीन हिन्दी दैनिक समाचार पत्रों के मुख्य संस्करण का अवलोकन कर सामाजिक समस्याओं से सम्बंधित समाचारों का उनके प्रकार, संख्या, छाया चित्र, कॉलम आकार, पृष्ठ संख्या तथा अन्य गुणों अनुसार तथ्यों को संकलित कर तथ्यों का अन्तर्वस्तु विश्लेषण किया गया है। इसके अंतर्गत पंजाब केसरी, दैनिक भास्कर तथा दैनिक जागरण के मुख्य संस्करण की प्रतियों के समाचारों का 2 निरन्तर सप्ताह एवं 2 निर्मित सप्ताह तक की अवधि तक तथ्यों को संकलित कर अन्तर्वस्तु विश्लेषण किया गया।

4.2 **तालिका** :- तालिका गणनात्मक आंकड़ों के संकलन का सर्वव्यापक प्रमुख वैज्ञानिक यंत्र है इसलिए इस अध्ययन में तालिका को यंत्र के रूप में अपनाया गया ताकि तर्कसंगत आंकड़े एकत्रित किए जा सकें। तालिका में 12 कॉलम तथा 29 लाईनों को रखा गया है। जिसमें समाचारों के प्रकारों को उनकी संख्या, आकार छाया चित्र, अन्य विशेषताएं तथा शीर्ष को लम्बवत तथा पृष्ठ संख्या, पृष्ठ 1 से पृष्ठ 10 तक को समानांतर रखा गया है।

4.3 **सर्वेक्षण विधि** :- प्रस्तुत शोध पत्र में सामाजिक समस्याओं से सम्बंधित समाचारों पर बाजारीकरण के प्रभाव को जानने के लिए सर्वेक्षण विधि को अपनाया गया है जिसमें विभिन्न आयु वर्ग के पाठकों का प्रत्यक्ष वैयक्तिक साक्षात्कार कर तथ्यों को संकलित किया गया। गणनात्मक शोध तकनीक के अंतर्गत उत्तर भारत के पांच राज्यों दिल्ली, हरियाणा, पंजाब, हिमाचल प्रदेश एवं जम्मू कश्मीर के मुख्य शहरों के इन तीनों हिंदी दैनिकों के पाठकों की पहचान कर उनमें से 210 पाठकों को यादृच्छिक नमूना (Random sample) के रूप में चयन कर तथ्यों को संकलित किया गया। गुणात्मक तकनीक के अंतर्गत इन समाचार पत्रों के 50 पत्रकारों का जिनका समाचार संकलन में अहम योगदान होता है उनका प्रत्यक्ष वैयक्तिक साक्षात्कार कर तथ्यों को संकलित किया गया। इसके अलावा इन पांचों हिंदी दैनिकों के 10 उप-संपादकों तथा 5 संपादकों का प्रत्यक्ष वैयक्तिक साक्षात्कार कर आंकड़ों का संकलन किया गया है।

4.4 **साक्षात्कार अनुसूचि** :- इसके अंतर्गत साक्षात्कार अनुसूचि को एक यंत्र के रूप में प्रयोग किया गया जिसमें पाठकों के लिए 12 प्रश्नों, पत्रकारों के सर्वेक्षण के लिए 13 प्रश्नों, उप-संपादकों के लिए 14 प्रश्नों तथा संपादकों के लिए 14 प्रश्नों प्रयोग किया गया जिनके उत्तर हां, नहीं तथा कभी-कभी को चुन कर सही का चिन्ह लगा कर देना था। इसके अलावा संपादकों के लिए अलग से 9 प्रश्नों का निर्माण किया गया है।

5.0 तथ्य संकलन

5.1 **अवलोकन विधि** :- इस वर्णात्मक शोध में अवलोकन विधि को अपनाकर इस शोध कार्य में गणनात्मक आंकड़े संकलन पद्धति के अन्तर्गत आंकड़ों का संकलन किया गया है। आंकड़े संकलन के अन्तर्गत उत्तर भारत में प्रकाशित होने वाले तीन समाचार पत्रों पंजाब केसरी, दैनिक जागरण तथा दैनिक भास्कर का चुनाव किया गया। इसमें इन समाचार पत्रों के मुख्य संस्करणों में प्रकाशित समाचारों के आंकड़ों को संकलित किया गया। इसके लिए दो निरन्तर सप्ताह 15-03-2021 से 28-03-2021 (15,16,17,18,19,20,21,22,23,24,25,26,27,28) तक तथा दो निर्मित सप्ताह 2-04-21 से 14-04-2021 (2,4,6,8,10,12,14) तक एवं 21-04-2021 से 05-05-2021 (21,23,25,27,1,3,5) तक इन तीनों समाचार पत्रों के मुख्य संस्करणों की प्रतियों को एकत्रित करके आंकड़ों को संकलित किया गया है।

5.2 **तालिका** :- प्रस्तुत शोध में तालिका में 12 कॉलम तथा 29 लाईनों को रखा गया। पहले कॉलम में क्रम संख्या, 2रे कॉलम में समाचारों के प्रकार जिसे विषय वस्तु का नाम दिया गया, इसें बाद तीसरे कॉलम से लेकर 12वे कॉलम तक पृष्ठ संख्याओं को रखा गया कुल 10 पृष्ठों को रखा गया। अगर लाईनों को देखें तो पहली लाईन में शीर्षकों को रखा गया, 2री लाईन में पृष्ठ प्रकार, 3री लाईन में क्रम 1 में राजनीतिक समाचार की लीड स्टोरी को रखा गया तो वहीं 4थी लाईन में राजनीतिक समाचारों की संख्या, 5वीं में रंगीन छाया चित्र, 6ठी लाईन में छाया चित्र श्याम श्वेत, 7वीं लाईन में आकार, 8वीं लाईन में बाक्स व अन्य विशेषताओं को रखा गया, इसी प्रकार आर्थिक, सामाजिक समस्या सम्बंधित, अन्य समाचारों को 26वीं लाईन तक क्रम 2,3,4 में रखा गया वहीं क्रम 5 में 27वीं लाईन में विज्ञापन संख्या को रखा गया लाईन 28वीं में विज्ञापन आकार को रखा गया तथा 29वीं एवं अंतिम लाईन में कुल समाचारों को स्थान दिया गया। इन सब प्रकार के समाचारों की संख्या, छाया चित्र, आकार तथा अन्य विशेषताओं के आधार पर तथ्यों को संकलित किया गया है। अन्य समाचारों में खेल, मनोरंजन, स्वास्थ्य, अन्तर्राष्ट्रीय, रक्षा तथा कृषि सम्बंधी समाचारों को रखा गया है।

6.0 विश्लेषण एवं परिणाम

6.1 **अन्तर्वस्तु विश्लेषण** :- 'संचार की विषय वस्तु की वैज्ञानिक व्याख्या अंतर्वस्तु विश्लेषण कहलाता है'। हेराल्ड लास्वेल के सिद्धांत अनुसार किसने कहा, किसको कहा और क्या कहा के अन्तर्गत अंतर्वस्तु विश्लेषण के अनुसान क्या का अर्थ संचार के संदेश से है अतः संदेश के विश्लेषण को ही अन्तर्वस्तु विश्लेषण कहते हैं इस अध्ययन के द्वारा हम तीनों हिंदी दैनिक समाचार पत्रों पंजाब केसरी, दैनिक जागरण तथा दैनिक भास्कर की विषय वस्तु क्या प्रकाशित किया गया के आंकड़े तालिका के माध्यम से एकत्रित करने के बाद अब हम इनका अन्तर्वस्तु विश्लेषण करेंगे यह वह वैज्ञानिक व्याख्या है जो वर्तमान में

हिंदी समाचार क्या प्रकाशित कर रहे हैं उसकी तर्कसंगत घोषणा करती है। तीनों समाचार पत्रों के तीन-तीन परिणाम निकालकर नतीजों को सरल बनाने का प्रयास किया गया है। तीन प्रकार के नतीजों में कुल आंकड़े, औसत आंकड़े तथा प्रतिशत आंकड़े निकाले गए हैं।

6.2 कुल समाचार तथ्य :- प्रत्येक हिंदी दैनिक समाचार पत्र के मुख्य संस्करण की 28-28 प्रतियों के आंकड़े संकलित करने के पश्चात तालिका के सभी वर्गों की संख्याओं को जोड़ कर समाचारों की कुल संख्या, रंगीन छाया, श्याम श्वेत छाया चित्र आकार, बॉक्स तथा अन्य विशेषताओं तथा लीड तथा टॉप स्टोरी के आंकड़े सामने आए।

जैसे हिंदी दैनिक पंजाब केसरी ने 28 प्रतियों में अपने पहले पृष्ठ पर **1,4,2,3,6,5,1,1,5,1,1,2,3,2,3,4,2,1,2,4,2,3,0,5,2,3,5** राजनीतिक समाचारों का प्रकाशन किया

कुल = 72 राजनीतिक समाचारों का प्रकाशन किया।

6.2.1 माध्य (औसत) :- तालिका में संकलित आंकड़ों में हर समाचार पत्र के प्रत्येक पृष्ठ के 28 आंकड़े सामने आए जिनको जोड़ कर तथा माध्य (Mean) का सूत्र लगा कर प्रत्येक पृष्ठ का एक औसत आंकड़ा निकाला गया।

$$\text{माध्य} = \frac{\sum x}{N}$$

$$\sum x = \text{सभी संकलित तथ्य संख्याओं का योग}$$

$$N = \text{संकलित तथ्यों की संख्या}$$

पंजाब केसरी की 28 प्रतियों के पृष्ठ 1 पर राजनीतिक समाचारों की संख्या के जो आंकड़े सामने आए वो इस प्रकार हैं

(1,4,2,3,6,5,1,1,5,1,1,2,3,2,3,4,2,1,2,4,2,3,0,5,2,3,5)

$$\text{इसलिए} \quad \sum x = 72 \quad \gg \quad N = 28$$

$$\text{माध्य} = \frac{\sum x}{N}$$

$$\text{माध्य} = 72/28 \quad \gg \quad \text{माध्य} = 2.57$$

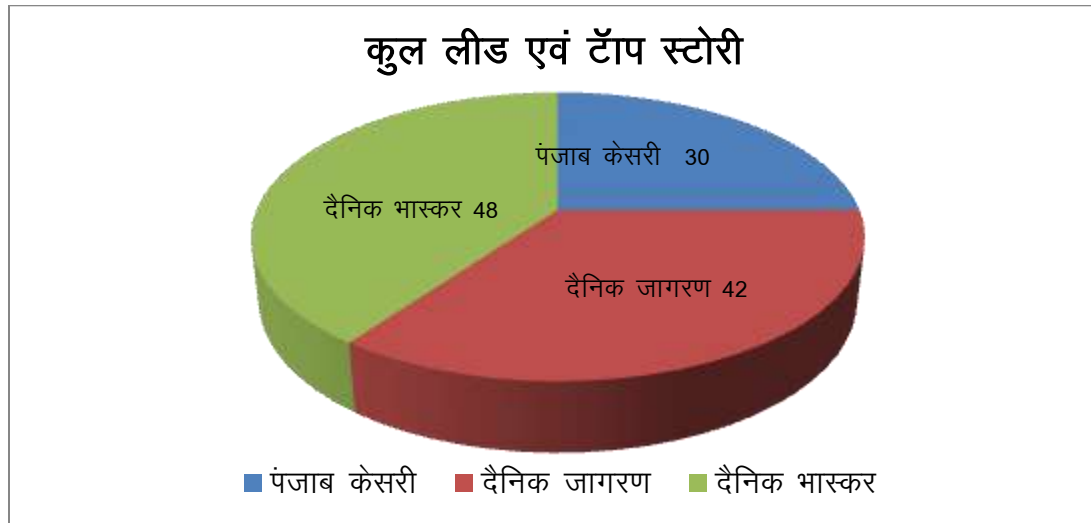
इससे यह ज्ञात होता है कि पंजाब केसरी समाचार पत्र ने अपने मुख्य संस्करण के पहले पृष्ठ पर औसत **2.57** राजनीतिक समाचार छापे।

6.2.2 प्रतिशत :- इसके बाद हमने इन परिणामों को ओर सरल बनाने के लिए सभी प्रकार के समाचारों का प्रतिशत भी निकाला जिसमें सभी प्रकार के समाचारों की संख्या को जोड़ कर कुल समाचार निकाले तथा एक एक करके सभी प्रकार के समाचारों की संख्या को 100 से गुणा करके कुल समाचारों से भाग कर दिया गया।

तीनों हिंदी दैनिक समाचार पत्रों में प्रकाशित होने वाले सामाजिक समस्या सम्बंधी समाचार लीड तथा टॉप स्टोरी के आंकड़े

तालिका नं. 1 हिंदी समाचार पत्रों में लीड तथा टॉप स्टोरी में प्रकाशित सा.स. स. समाचारों की संख्या।

सामाजिक समस्या सम्बंधी	पंजाब केसरी	दैनिक जागरण	दैनिक भास्कर
कुल लीड तथा टॉप स्टोरी	280	280	280
सा.स.स.समाचार	30	42	48
प्रतिशत	10.71	15	17.14



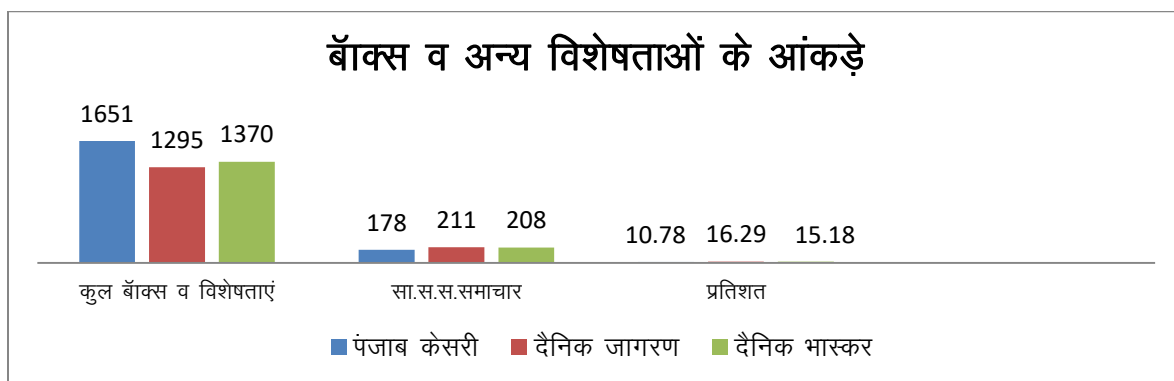
आरेख नं. 1 हिंदी समाचार पत्रों में लीड स्टोरी एवं टॉप स्टोरी में प्रकाशित सा.स.स. समाचारों की संख्या।

तीनों समाचार पत्रों के अवलोकन से संकलित आंकड़ों के विश्लेषण से जो आंकड़े सामने आए उससे हम यह जान पाए कि इन 28 दिनों में पंजाब केसरी ने कुल 280 लीड तथा टॉप स्टोरी का प्रकाशन किया जिसमें 48 बार दैनिक भास्कर ने सामाजिक समस्या सम्बंधी समाचारों को लीड तथा टॉप स्टोरी में जगह दी जो कुल लीड तथा टॉप स्टोरी का 17.14 प्रतिशत है। दैनिक जागरण ने इन दिनों में कुल 42 बार सामाजिक समस्या सम्बंधी समाचारों को लीड तथा टॉप स्टोरी में जगह दी जो अपनी कुल लीड तथा टॉप स्टोरी का 15 प्रतिशत है, पंजाब केसरी ने सबसे कम 30 बार सामाजिक समस्या सम्बंधी समाचारों को लीड तथा टॉप स्टोरी में जगह दी जो अपने कुल लीड तथा टॉप स्टोरी का 10.71 प्रतिशत है।

बॉक्स व अन्य विशेषताओं के आंकड़े

तालिका नं. 2 हिंदी समाचार पत्रों में प्रकाशित होने वाले सा. स. स. समाचारों के बॉक्स एवं अन्य विशेषताएं।

सामाजिक समस्या सम्बंधी	पंजाब केसरी	दैनिक जागरण	दैनिक भास्कर
कुल बॉक्स, अन्य विशेषताएं	1651	1295	1370
सा.स.स.समाचार का आकार	178	211	208
प्रतिशत	10.78	16.29	15.18

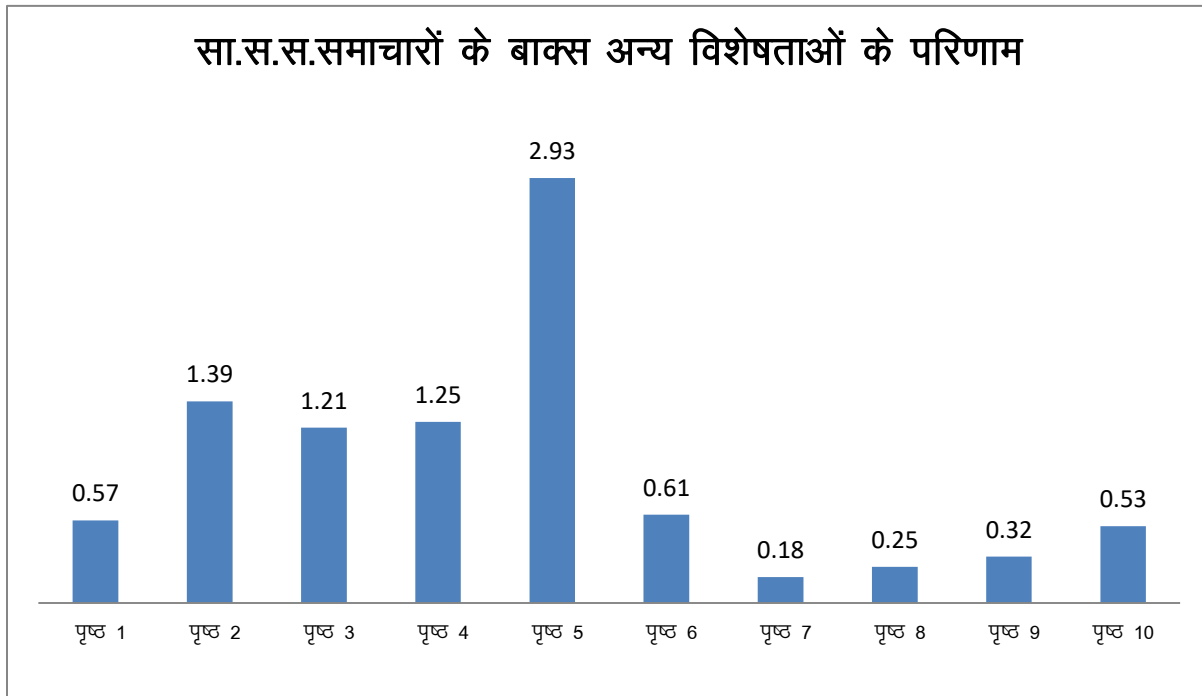


आरेख नं. 2 हिंदी समाचार पत्रों में प्रकाशित होने वाले सा. स. समाचारों के बाक्स एवं अन्य विशेषताएं तीनों समाचार पत्रों के अवलोकन से संकलित आंकड़ों के विश्लेषण से जो बाक्स तथा अन्य विशेषताओं के आंकड़े सामने आए उससे हम यह जान पाए कि इन 28 दिनों में पंजाब केसरी ने अपने समाचार पत्र में कुल 1651 बाक्स तथा अन्य विशेषताओं का प्रकाशन किया जिसमें से सबसे कम 178 सामाजिक समस्या से सम्बंधित समाचारों के बाक्स तथा अन्य विशेषताओं को प्रकाशित किया जो कुल बाक्स तथा अन्य विशेषताओं का 10.78 प्रतिशत है, दैनिक जागरण ने कुल 1295 बाक्स तथा अन्य विशेषताओं का प्रकाशन किया जिसमें 211 बाक्स तथा अन्य विशेषताएं सामाजिक समस्या से सम्बंधित समाचारों से थी जो अपने कुल बाक्स तथा अन्य विशेषताओं का 16.29 प्रतिशत है जो दोनो समाचार पत्रों से ज्यादा है, दैनिक भास्कर ने कुल 1370 बाक्स तथा अन्य विशेषताओं का प्रकाशन किया जिसमें से 208 बाक्स तथा अन्य विशेषताएं सामाजिक समस्याओं से सम्बंधित समाचारों की थी जो अपने कुल बाक्स तथा अन्य विशेषताओं का 15.18 प्रतिशत है।

**हिंदी दैनिक समाचार पत्रों के परिणाम
पृष्ठ अनुसार सामाजिक समस्याओं से सम्बंधित समाचारों के आंकड़े
बाक्स व अन्य विशेषताओं के औसत आंकड़े**

तालिका नं. 3 हिंदी दैनिक समाचार पत्रों में प्रकाशित सामाजिक समस्या सम्बंधी समाचारों के बाक्स व अन्य विशेषताओं का औसत ।

पृष्ठ 1	पृष्ठ 2	पृष्ठ 3	पृष्ठ 4	पृष्ठ 5	पृष्ठ 6	पृष्ठ 7	पृष्ठ 8	पृष्ठ 9	पृष्ठ 10
0.57	1.39	1.21	1.25	2.93	0.61	0.18	0.25	0.32	0.53



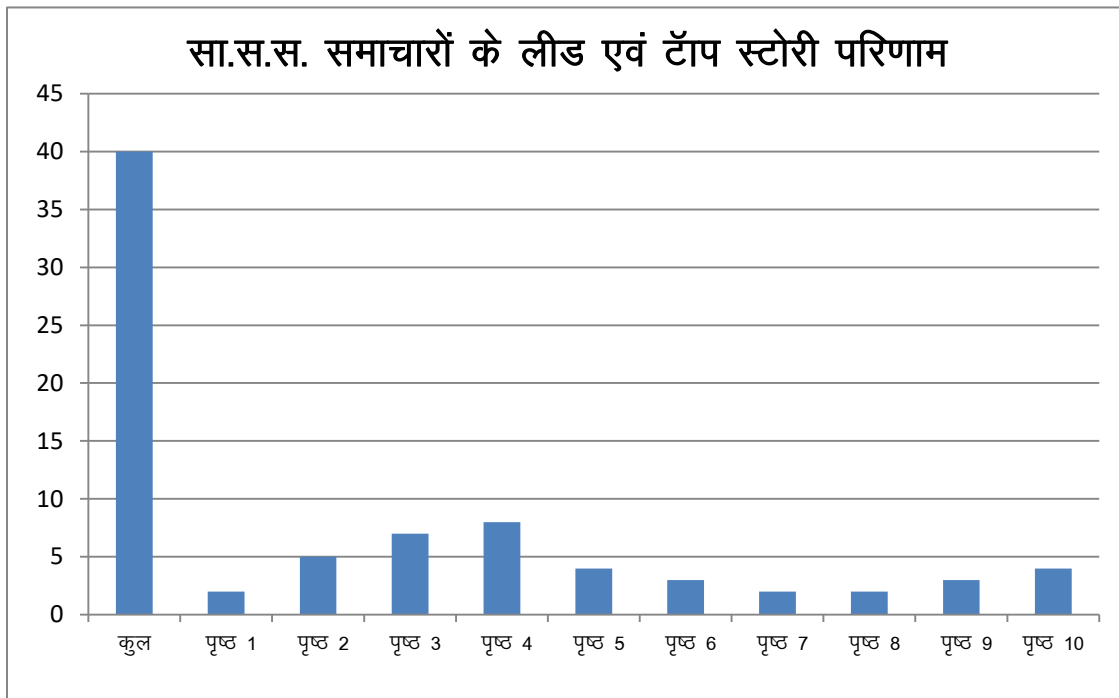
आरेख नं. 3 हिंदी दैनिक समाचार पत्रों में प्रकाशित सामाजिक समस्या सम्बंधी समाचारों के बाक्स व अन्य विशेषताओं का औसत ।

उत्तर भारत से हिंदी समाचारों में प्रकाशित होने वाले सा.स.स.समाचार में छपने वाले बाक्स तथा अन्य विशेषताओं के आंकड़े सामने आए तो यह जान पड़ता है हिंदी समाचार पत्रों ने इन दिनों में कुल 9.24 विशेषताओं के साथ सा.स.स.समाचार छापे जो कुल विशेषताओं का 13.88 प्रतिशत है,इन विशेषताओं में सबसे ज्यादा 2.93 विशेषताएं छठे पृष्ठ पर छाप कर इन समाचारों की गुणवत्ता बढ़ाई,दूसरे स्थान पर दूसरे पृष्ठ पर 1.39 सा.स.स.समाचारों की विशेषताओं को प्रकाशित किया,1.25चौथे पृष्ठ पर,1.21तृतीय पृष्ठ पर सबसे कम 0.18 सा.स.स.समाचारों की विशेषताओं को पृष्ठ साम पर प्रकाशित किया गया।

लीड तथा टॉप स्टोरी के कुल आंकड़े

तालिका नं. 4 हिंदी दैनिक समाचार पत्रों में लीड तथा टॉप स्टोरी में प्रकाशित सामाजिक समस्या सम्बंधी समाचारों की संख्या ।

पृष्ठ 1	पृष्ठ 2	पृष्ठ 3	पृष्ठ 4	पृष्ठ 5	पृष्ठ 6	पृष्ठ 7	पृष्ठ 8	पृष्ठ 9	पृष्ठ 10
2	5	7	8	4	3	2	2	3	4



आरेख नं. 4 हिंदी दैनिक समाचार पत्रों में लीड तथा टॉप स्टोरी में प्रकाशित सामाजिक समस्या सम्बंधी समाचारों की संख्या ।

उत्तर भारत से हिंदी समाचारों में इन दिनों प्रकाशित होने वाले समाचारों में लीड तथा टॉप स्टोरी में जगह मिलने को देखें तो सा.स.स.समाचार के लिडिंग तथा टॉप स्टोरी के आंकड़े सामने आए तो यह ज्ञात होता है कि हिंदी समाचार पत्रों ने इन दिनों में कुल 280 में से 40 बार सामाजिक समस्या सम्बंधी समाचारों को लीड तथा टॉप स्टोरी में जगह दी गई,जो 14.28 प्रतिशत है।हिंदी दैनिकों ने सा.स.स.समाचारों को केवल 2बार लीड स्टोरी में जगह दी गई,38 बार इन समाचारों को टॉप स्टोरी में रखा गया जिसमें पृष्ठ 4 पर सबसे ज्यादा 8 बार इन समाचारों को टॉप स्टोरी में जगह दी,पृष्ठ 3 पर 7 बार तथा पृष्ठ 2 पर 5 बार टॉप स्टोरी में इन समाचारों को रखा,सबसे कम पृष्ठ 7 एवं 8 पर 2-2 बार इन समाचारों को टॉप स्टोरी में जगह दी।

7.0 सर्वेक्षण परिणाम

इस अध्ययन को अधिक सार्थक बनाने के लिए सर्वेक्षण को अंजाम दिया गया जिसमें विभिन्न साक्षात्कार किए गए।इन साक्षात्कारों से प्राप्त तथ्यों के परिणाम ने इस अध्ययन में अवलोकन से प्राप्त आंकड़ों को प्रमाणित कर दिया इन साक्षात्कारों से जो तथ्य सामने आए वो इस प्रकार है।

7.1 पाठक साक्षात्कार

साक्षात्कार अनुसूचि 1:- तीन हिंदी समाचार पत्रों पंजाब केसरी, दैनिक जागरण तथा दैनिक भास्कर के 210 पाठकों के साक्षात्कार से एकत्रित तथ्यों को जोड़ कर कुल सर्वेक्षण परिणाम हासिल किए गए इन कुल परिणामों से प्राप्त तथ्यों को प्रतिशत में परिवर्तित कर सर्वेक्षण परिणामों को सरल बनाया गया। सामने आए आंकड़ों का विश्लेषण कर जो तथ्य सामने आए वो इस प्रकार हैं।

तालिका नं. 5 हिंदी दैनिकों के पाठकों द्वारा दिए गए प्रश्नों के उत्तरों का कुल तथा प्रतिशत सर्वेक्षण परिणाम ।

प्रश्न	हां		नहीं		कभी- कभी	
	कुल	प्रतिशत	कुल	प्रतिशत	कुल	प्रतिशत
6	14	6	136	65	60	29
9	30	14	66	32	114	54
10	29	14	95	45	86	41
11	33	16	63	30	114	54
12	154	73	16	8	40	19

इस सर्वेक्षण परिणाम में 210 पाठकों में से 70 प्रतिशत पाठकों ने माना कि बाजारीकरण सामाजिक समस्या सम्बंधी समाचार की गुणवत्ता को प्रभावित करता है। इसके अलावा 65 प्रतिशत पाठक की राय थी कि बाजारीकरण के कारण सामाजिक समस्या से सम्बंधित समाचारों को लीड स्टोरी में जगह नहीं मिलती, 30 प्रतिशत पाठकों का कहना था कि संपादकीय में सामाजिक समस्या सम्बंधी लेखों को जगह नहीं दी जाती तो वहीं 54 प्रतिशत पाठक मानते हैं कि कभी-कभी संपादकीय में इस प्रकार के लेखों को जगह मिलती है। 73 प्रतिशत पाठक यह मानते हैं कि सामाजिक समस्या सम्बंधी समाचारों को केवल सूचना के रूप में छापा जाता है। 45 प्रतिशत पाठकों का कहना है कि बाजारीकरण के कारण सामाजिक समस्या सम्बंधी समाचारों में बाक्स नहीं छापे जाते तो वहीं 40 प्रतिशत पाठकों ने कहा कि कभी-कभी इन समाचारों में बाक्स को जगह दी जाती है। 54 प्रतिशत पाठक यह मानते हैं कि सामाजिक समस्या सम्बंधी समाचारों को टॉप स्टोरी में कभी-कभी जगह मिलती है तो 32 प्रतिशत पाठक यह मानते हैं कि इन समाचारों को टॉप स्टोरी के रूप में नहीं छापा जाता। 73 प्रतिशत पाठक यह मानते हैं कि हिंदी दैनिकों के मुख्य संस्करण में सा.स.स. समाचारों को केवल संक्षिप्त सूचना के रूप में छापा जाता है। केवल 8 प्रतिशत का मानना है कि ऐसा नहीं होता तो वहीं 19 प्रतिशत पाठक इस तथ्य को लगभग सही मानते हैं कि ऐसा कभी-कभी होता है।

7.2 पत्रकार साक्षात्कार

साक्षात्कार अनुसूचि 2 :- हमने उत्तर भारत के पांच समाचार पत्रों के 50 पत्रकारों को इस सर्वेक्षण में शामिल किया है जिसमें पंजाब केसरी, दैनिक जागरण, दैनिक भास्कर, अमर उजाला तथा दैनिक ट्रिब्यून को लिया है। पांचों हिंदी समाचार पत्रों के पत्रकारों से एकत्रित तथ्यों को जोड़ कर कुल सर्वेक्षण परिणाम हासिल किए गए इन कुल परिणामों से प्राप्त तथ्यों को प्रतिशत में परिवर्तित कर सर्वेक्षण परिणामों को सरल बनाया गया। सामने आए आंकड़ों का विश्लेषण कर जो तथ्य सामने आए वो इस प्रकार हैं।

तालिका नं. 6 हिंदी दैनिकों के पत्रकारों द्वारा दिए गए प्रश्नों के उत्तरों का कुल तथा प्रतिशत सर्वेक्षण परिणाम ।

प्रश्न संख्या	हां		नहीं		कभी- कभी	
	कुल	प्रतिशत	कुल	प्रतिशत	कुल	प्रतिशत
2	8	16	24	48	18	36
3	48	96	1	2	1	2
6	14	28	25	50	11	22
9	14	28	17	34	19	38
10	15	30	20	40	15	30
11	16	32	18	36	16	32
12	25	50	12	24	13	26
13	32	64	6	12	12	24

इस सर्वेक्षण परिणाम में 50 पत्रकारों में 64 प्रतिशत पत्रकारों का कहना है कि बाजारीकरण के कारण सामाजिक समस्या सम्बंधित समाचारों की गुणवत्ता पर गहरा असर पड़ता है तो वहीं 24 प्रतिशत ने माना कभी-कभी यह सा.स.स.समाचारों को प्रभावित करता है। 48 प्रतिशत पत्रकारों का मानना है कि उनके द्वारा भेजे गए सामाजिक समस्या सम्बंधी समाचार मुख्य संस्करण में नहीं छपते तो वहीं 96 प्रतिशत पत्रकारों का कहना है कि उनके द्वारा भेजे गए सा.स.स.समाचार मुख्य संस्करण में न छाप कर स्थानीय संस्करण में छाप दिए जाते हैं। 50 प्रतिशत पत्रकारों का कहना है कि उनके द्वारा भेजे गए सा.स.स. समाचारों को लीड स्टोरी में जगह नहीं मिलती तो वहीं 22 प्रतिशत का यह मानना है कि कभी-कभी उनके सा.स.स.समाचार को लीड स्टोरी में जगह दी जाती है। 36 प्रतिशत पत्रकार यह मानते हैं कि उनके द्वारा भेजे गए सा.स.स. समाचार में रंगीन छाया चित्र को मुख्य संस्करण में छपा नहीं जाता तो वहीं 34 प्रतिशत पत्रकारों का कहना है कि उनके द्वारा भेजे गए रंगीन छाया चित्रों को कभी-कभी मुख्य संस्करण में जगह दी जाती है। 40 प्रतिशत पत्रकार यह मानते हैं कि उनके सा.स.स.समाचारों में भेजे गए बाक्स मुख्य संस्करण में नहीं छापे जाते तो वहीं 30 प्रतिशत का मानना है कि कभी-कभी उनके द्वारा भेजे गए समाचारों में बाक्स छापे जाते हैं। 36 प्रतिशत पत्रकारों का यह कहना है कि संपादकीय में सामाजिक समस्या सम्बंधित मुद्दों को जगह नहीं दी जाती 32 प्रतिशत पत्रकार यह मानते हैं कि कभी-कभी संपादकीय में सा.स.स. लेखों को छपा जाता है। 34 प्रतिशत पत्रकार यह मानते हैं कि उनके द्वारा भेजे गए सा.स.स.समाचारों को टॉप स्टोरी में जगह नहीं दी जाती तो वहीं 38 प्रतिशत पत्रकार यह मानते हैं कि कभी-कभी टॉप स्टोरी में उनके द्वारा भेजे गए समाचारों को जगह मिल पाती है। 50 प्रतिशत पत्रकारों का यह मानना है कि उनके समाचार पत्र में सामाजिक समस्या सम्बंधी समाचारों को केवल संक्षिप्त सूचना के रूप में ही छपा जाता है तथा 26 प्रतिशत पत्रकारों का कहना है कि कभी-कभी ऐसा होता है।

7.3 उप-संपादक साक्षात्कार

साक्षात्कार अनुसूचि 3 :- हमने उत्तर भारत के पांच समाचार पत्रों के 10 उप-संपादकों को इस सर्वेक्षण में शामिल किया है जिसमें पंजाब केसरी, दैनिक जागरण, दैनिक भास्कर, अमर उजाला तथा दैनिक ट्रिब्यून को लिया है। हिंदी समाचार पत्रों के उप-संपादकों से एकत्रित तथ्यों को जोड़ कर कुल सर्वेक्षण परिणाम हासिल किए गए इन कुल परिणामों से प्राप्त तथ्यों को प्रतिशत में परिवर्तित कर सर्वेक्षण परिणामों को सरल बनाया गया। सामने आए आंकड़ों का विश्लेषण कर जो तथ्य सामने आए वो इस प्रकार हैं।

तालिका नं. 16 हिंदी दैनिकों के उप-संपादकों द्वारा दिए गए प्रश्नों के उत्तरों का कुल तथा प्रतिशत सर्वेक्षण परिणाम।

प्रश्न संख्या	हां		नहीं		कभी- कभी	
	कुल	प्रतिशत	कुल	प्रतिशत	कुल	प्रतिशत
2	1	10	4	40	5	50
3	10	100	0	0	0	0
6	3	30	6	60	1	10
9	3	30	0	0	7	70
10	3	30	5	50	2	20
11	3	30	1	10	6	60
12	1	10	3	30	6	60
13	2	20	6	60	2	20
14	6	60	3	30	1	10

इस सर्वेक्षण परिणामों में 10 उप-संपादकों द्वारा दिए गए उत्तरों से जो आंकड़े आए जिसमें, 60 प्रतिशत उप-संपादक यह मानते हैं कि इन समाचारों को लीड स्टोरी में जगह नहीं दी जाती तो वहीं 70 प्रतिशत उप-संपादक का मानना है कि इन समाचारों को टॉप स्टोरी में जगह नहीं दी जाती, 50 प्रतिशत यह कहते हैं कि इन समाचारों के बाक्स तथा विशेषताओं का प्रकाशन नहीं किया जाता तथा 20 प्रतिशत का मानना है कि कभी-कभी इनका प्रकाशन किया जाता है, 60 प्रतिशत उप-संपादकों का मानना है कि कभी-कभी संपादकीय पृष्ठ पर सामाजिक समस्या सम्बंधी लेखों का प्रकाशन किया जाता है तथा 60 प्रतिशत हैं कि कभी-कभी इन समाचारों को केवल संक्षिप्त सूचना के रूप में छपा जाता है, 60 प्रतिशत उप-संपादकों का कहना है कि उनके द्वारा चयनित समाचारों में कांट छांट नहीं होती तो वहीं 20 प्रतिशत का मानना है कि कभी-कभी ऐसा हो जाता है। तो वहीं 60 प्रतिशत उप-संपादक यह मानते हैं कि बाजारीकरण के कारण सामाजिक समस्या सम्बंधी समाचारों की गुणवत्ता प्रभावित होती है।

7.4 संपादक साक्षात्कार

साक्षात्कार अनुसूचि 4:—इस सर्वेक्षण में 5 संपादकों को शामिल किया है जो कि विभिन्न हिंदी समाचार पत्रों जिसमें पंजाब केसरी, दैनिक जागरण, दैनिक भास्कर, अमर उजाला तथा दैनिक ट्रिब्यून को लिया है। पांचों हिंदी समाचार पत्रों के पत्रकारों से एकत्रित तथ्यों को जोड़ कर कुल सर्वेक्षण परिणाम हासिल किए गए इन कुल परिणामों से प्राप्त तथ्यों को प्रतिशत में परिवर्तित कर सर्वेक्षण परिणामों को सरल बनाया गया। सामने आए आंकड़ों का विश्लेषण कर जो तथ्य सामने आए वो इस प्रकार हैं।

तालिका नं. 17 हिंदी दैनिकों के संपादकों द्वारा दिए गए प्रश्नों के उत्तरों का कुल तथा प्रतिशत सर्वेक्षण परिणाम।

प्रश्न संख्या	हां		नहीं		कभी-कभी	
	कुल	प्रतिशत	कुल	प्रतिशत	कुल	प्रतिशत
2	1	20	0	0	4	80
3	5	100	0	0	0	0
6	1	20	1	20	3	60
9	2	40	0	0	3	60
10	2	40	1	20	2	40
11	2	40	0	0	3	60
12	2	40	2	40	1	20
13	1	20	3	60	1	20
14	3	60	1	20	1	20

हमने पांचों हिंदी समाचार पत्रों के संपादकों के साक्षात्कार भी किए जिसमें उनके द्वारा दिए गए उत्तरों से जो आंकड़े प्राप्त हुए उनसे यह तथ्य निकलकर आए जिसमें 60 प्रतिशत संपादक कहते हैं कि कभी-कभी ही इन समाचारों को लीड स्टोरी में जगह दी जाती है तो वहीं 20 प्रतिशत मानते हैं कि नहीं दी जाती, 60 प्रतिशत संपादकों का यह मानना है कि इन समाचारों को टॉप स्टोरी में जगह नहीं दी जाती। 40 प्रतिशत का कहना है कि इन समाचारों के बॉक्स तथा विशेषताएं कभी-कभी छापे जाती हैं तथा 20 प्रतिशत मानते हैं कि इनके बॉक्स तथा अन्य विशेषताओं को दरकिनार कर दिया जाता है। 60 प्रतिशत का मानना है कि इस प्रकार के समाचारों को संपादकीय में भी कभी-कभी ही जगह दी जाती है तो वहीं 40 प्रतिशत संपादक मानते हैं कि इस प्रकार के समाचार केवल संक्षिप्त सूचना के लिए छापे जाते हैं, 60 प्रतिशत संपादकों का यह मानना है कि बाजारीकरण का सामाजिक समस्या सम्बंधी समाचारों की गुणवत्ता पर असर पड़ता है। 60 प्रतिशत संपादक उप-संपादकों द्वारा चयनित समाचारों में कांट छांट नहीं करते।

8.0 निष्कर्ष

हिंदी दैनिकों के मुख्य संस्करण में प्रकाशित होने वाले सामाजिक समस्या से सम्बंधित समाचारों को लीड तथा टॉप स्टोरी में जगह देने को देखें तो इस अध्ययन पत्र से यह भी ज्ञात हुआ कि दैनिक भास्कर ने सबसे ज्यादा सामाजिक समस्या सम्बंधी समाचारों को लीड तथा टॉप स्टोरी में जगह दी। पंजाब केसरी ने सबसे कम सामाजिक समस्या सम्बंधी समाचारों को लीड तथा टॉप स्टोरी में जगह दी। अगर पृष्ठ अनुसार प्रकाशित होने वाले सामाजिक समस्या सम्बंधी समाचारों में लीड तथा टॉप स्टोरी में जगह मिलने को देखें तो इस अध्ययन पत्र से यह ज्ञात होता है कि हिंदी समाचार पत्रों ने इन दिनों में सा.स.स. समाचारों को केवल 2 बार लीड स्टोरी में जगह दी गई, जिसमें पृष्ठ 4 पर सबसे ज्यादा इन समाचारों को टॉप स्टोरी में जगह दी, सबसे कम पृष्ठ 7 एवं 8 पर इन समाचारों को टॉप स्टोरी में जगह दी।

अगर हिंदी समाचार पत्रों में सामाजिक समस्याओं से सम्बंधित समाचारों के बॉक्स तथा अन्य विशेषताओं के प्रकाशन को देखें तो दैनिक जागरण ने इन समाचारों के बॉक्स तथा विशेषताओं को प्रकाशित किया तथा पंजाब केसरी ने सबसे कम इन समाचारों के बॉक्स तथा अन्य विशेषताओं को प्रकाशित किया। अगर पृष्ठ अनुसार सा.स.स. समाचारों के बॉक्स तथा अन्य विशेषताओं के प्रकाशन को देखें तो यह ज्ञात हुआ कि इन दिनों में सबसे ज्यादा इन समाचारों के बॉक्स तथा अन्य विशेषताएं को छठे पृष्ठ पर छाप कर इन समाचारों की गुणवत्ता बढ़ाई तथा सबसे कम पृष्ठ 7 पर सा.स.स. समाचारों के बॉक्स तथा विशेषताओं को प्रकाशित किया गया।

इस अध्ययन से हमें यह जानने में सफलता मिली कि हिंदी समाचार पत्रों में सामाजिक समस्या सम्बंधी समाचारों इस अध्ययन से यह भी साफ हो गया कि सामाजिक समस्या सम्बंधी लेखों को भी कोई खास अहमियत नहीं दी जाती, संपादकीय में सबसे ज्यादा अन्य मुद्दे दूसरे स्थान पर राजनीतिक मुद्दे, तीसरे स्थान पर सामाजिक समस्या सम्बंधी मुद्दों के लेखों को जगह दी गई है। इस अध्ययन से इन हिंदी समाचार पत्रों में लीड स्टोरी में छपने वाले समाचारों की स्थिति का भी ज्ञान हुआ इससे यह पता चला कि सामाजिक समस्या सम्बंधी समाचारों को लीड स्टोरी में न के बराबर रखा जाता है, सबसे ज्यादा अन्य समाचारों को लीड स्टोरी में रखा गया, राजनीतिक समाचारों को लीड स्टोरी में जगह पाने में दूसरा स्थान मिला तो वहीं

सामाजिक समस्या सम्बंधी समाचारों को लीड स्टोरी में जगह पाने का तीसरा स्थान मिला।सबसे कम आर्थिक समाचारों को लीड स्टोरी में प्रकाशित किया गया।प्रस्तुत शोध पत्र से यह परिणाम निकलकर सामने आए कि हिंदी समाचार पत्रों के पत्रकारों द्वारा सामाजिक समस्या सम्बंधी समाचारों के संकलन में भेदभाव नहीं किया जाता मगर उप-संपादकों द्वारा इन समाचारों के चयन में अवश्य भेदभाव किया जाता है।पत्रकारों द्वारा भेजे गए सामाजिक समस्या सम्बंधी समाचारों को स्थानीय संस्करण में तो जैसे का तैसे छाप दिया जाता है मगर मुख्य संस्करण में इन समाचारों को जगह नहीं दी जाती और न ही उनको लीड स्टोरी में जगह मिल पाती है हां कभी-कभी टॉप स्टोरी में उनको जगह दे दी जाती है।हिंदी समाचार पत्रों के मुख्य संस्करण में सा.स.स. समाचारों के बाक्स भी नदारद होते हैं और न ही संपादकीय में सामाजिक समस्या सम्बंधित लेखों को जगह दी जाती है।पत्रकारों का यह सपष्ट मानना है कि हिंदी समाचार पत्रों के मुख्य संस्करण में सामाजिक समस्या सम्बंधित समाचारों को केवल संक्षिप्त सूचना के रूप में छापा जाता है।

9.0 संदर्भ ग्रंथ सूची

1. द राइस एंड फाल आफ सोशल प्रोबलमस ,ए पब्लिक एरेनास माडल (हिलगर्टनर एस.एंड सी एस बास्क) 1988।
2. अन्तर्वस्तु विश्लेषण (बी. के. कृठियाला)।
3. एम.एलमैन, एंड एफ. जरमैनो, वॉट डू द पेपर सेल? ए मॉडल ऑफ एडवर्टाइसिंग एंड बॉयस मीडिया.(2009).। 'संचार,29 यूरोपियन जर्नल. (5). (लिसचका).।
4. एम. पेत्रोवा, यूज पेपरस एंड पार्टीज:हॉउ एडवर्टाइसिंग रैवेन्यू करीएटड एन इंडिपेंडेंट प्रैस (2011).।
5. एम. सकोव्सगार्ड,एंड ए. वान डालेन, द फेडिंग पब्लिक वाइस:द पोलेराइजेशन इफैक्ट्स ऑफ कॉमर्शियलाइजेशन ऑन पोलिटिकल एंड अदर बीट एंड इट्स डेमोक्रेटिक कॉन्सिक्वेंसेस (2013).।