ISSN 2277-2359
Vol-12-Issue-05
May- 2020

पाठकों की विभिन्न न्यूज पोर्टलों को देखने की पसन्दों का अध्ययन

** दिवाकर अवस्थी*

संक्षिप्तांश

आज की बदलती जरूरतों को पूरा करने के लिये हर व्यक्ति प्रत्यक्ष या अप्रत्यक्ष रूप से सूचना एवं संचार तकनीकी पर ही निर्भर है। वह नवीन जानकारियों से खुद को अपडेट रखने के लिये अपने पसंदीदा न्यूज पोर्टलों को देखता है। प्रस्तुत शोधपत्र में शोधकर्ता ने पाठकों द्वारा विभिन्न न्यूज पोर्टलों को देखने की पसन्दों का गहन अध्ययन किया है। अतः उसने उत्तर प्रदेश के केन्द्रीय/राज्य विश्वविद्यालयों के पत्रकारिता विभाग में अध्ययनरत् 330 विद्यार्थियों एवं उनमें अध्यापनरत् शिक्षण कर्मियों को उद्देश्यपूर्ण प्रतिचयन पद्धति से चयनित कर स्वनिर्मित वेब न्यूज पोर्टल मतावली की मदद से संबंधित आंकड़ों का संग्रहण किया है। आंकड़ों के विश्लेषणोपरान्त पाया कि– a). पुरूष पाठक महिला पाठकों की तुलना में राष्ट्रीय, क्षेत्रीय, स्थानीय व अन्य प्रकार के एवं महिला पाठक पुरूष पाठकों की तुलना में अन्तर्राष्ट्रीय स्तर के न्यूज पोर्टलों को देखना अपेक्षाकृत अधिक पसन्द करती हैं; b). प्रायः सभी आयुवर्गों (18–25, 25–35, 35–50 व 50 वर्ष से अधिक) के पाठक राष्ट्रीय स्तर के न्यूज पोर्टलों को देखना सर्वाधिक पसन्द करते हैं; c). इण्टरमीडिएट योग्यताधारी पाठक अन्तर्राष्ट्रीय तथा स्नातक, परास्नातक एवं शोध उपाधि धारी पाठक राष्ट्रीय स्तर के न्यूज पोर्टलों को देखना अपेक्षाकृत अधिक पसन्द करते हैं; d). सामान्य, अन्य पिछड़ा वर्ग व अनुसूचित जाति के पाठक राष्ट्रीय तथा अनुसूचित जनजाति के पाठक अन्तर्राष्ट्रीय स्तर के न्यूज पोर्टलों को देखना अपेक्षाकृत अधिक पसन्द करते हैं।

प्रयुक्त तकनीकी शब्दः न्यूज पोर्टल, पाठक, व्यक्तिगत चर इत्यादि।

आज वैश्वीकरण के दौर में लोग अपने कार्य क्षेत्र एवं व्यवसाय में उत्कृष्ट प्रदर्शन के लिये अवसरों की खोज में देश–विदेश में फैले हुये हैं। जहां से वे अपने क्षेत्र की जानकारियों के लिये वहां से संबंधित समाचारों को देखना पसंद करते हैं। साथ ही वे अपने कार्य व्यवसाय में अपेक्षित उन्नति के लिए भी निरंतर नित्य नवीन हो रही खोजों एवं विधाओं से रूबरू रहना चाहते हैं। जैसा कि **ओपेनहेफेन (2011)** ने पाया कि विभिन्न ऑनलाइन समाचार माध्यम स्थानीय, राष्ट्रीय एवं अर्न्तराष्ट्रीय घटनाओं से संबंधित अपडेट सूचना व समाचार 24 घण्टे 7 दिन उपलब्ध कराते हैं। **फोस्ट (2011)** ने वेब पोर्टल में पाठकों का विषयवस्तु पर नियंत्रण, समाचार सामग्री की हर समय व हर स्थान पर उपलब्धता, तत्कालिकता, सहभागिता, मल्टीमीडिया का प्रयोग एवं अन्तर्क्रियात्मकता आदि अधिक व्यापक रूप में पाया। ठीक इसी प्रकार **हीह एवं चेन (2011)** ने भी उद्घाटित किया कि सचित्र समाचारों को पाठक अधिक पसन्द करते हैं, जिसके कारण उसे बहुत ध्यान से पढ़ते हैं। तद्नुरूप पाठक अपनी आवश्यकतानुसार संबंधित समाचारात्मक सामग्री पढ़ने के लिये न्यूज पोर्टलों का चयन करते हैं। विविध शोध अध्ययन एवं सर्वे रिपोर्ट बताती हैं कि पाठकों का कार्यक्षेत्र एवं व्यवसाय उनके द्वारा उनकी पसंदीदा समाचारात्मक सामग्री से संबंधित न्यूज पोर्टलों के चयन से प्रत्यक्ष रूप से संबंधित होते हैं।

अल्थास, टेक्सबरी (2000) ने पाया कि पाठक न्यूज पोर्टल पर अपनी व्यक्तिगत रूचि और आवष्यकताओं से संबंधित समाचारों को पढ़ने में ज्यादा ध्यान केन्द्रित करते हैं। जिन न्यूज पोर्टलों पर पाठकों को अन्तरक्रिया के अधिक अवसर दिये गये, पाठकों ने उन न्यूज पोर्टलों को अपेक्षाकृत अधिक पसन्द किया (**हाइमेल बोइम एवं मैक्रीरी, 2012**)। उपलब्ध संबंधित साहित्य के विष्लेषणोपरान्त, षोधकर्ता के मन में निम्नांकित प्रष्न उठे। जिनके उत्तर प्रस्तुत षोध पत्र में खोजने का प्रयत्न किया गया है–

Copyright©authors

ISSN 2277-2359
Vol-12-Issue-05
May- 2020

- क्या पाठकों का लिंग उनकी न्यूज पोर्टल देखने की पसन्दों को प्रभावित करता है ?
- क्या पाठकों की उम्र उनकी न्यूज पोर्टल देखने की पसन्दों को प्रभावित करती है ?
- क्या पाठकों का षैक्षिक स्तर उनकी न्यूज पोर्टल देखने की पसन्दों को प्रभावित करता है?
- क्या पाठकों की जाति/वर्ग उनकी न्यूज पोर्टल देखने की पसन्दों को प्रभावित करता है?

उपरोक्त षोध प्रष्नों के आलोक में, षोधकर्ता ने निम्नांकित षोध उद्देष्यों का सृजन किया है–

- पाठकों के लिंग के अनुसार उनकी न्यूज पोर्टल देखने की पसन्दों का तुलनात्मक अध्ययन करना।
- पाठकों की उम्र के अनुसार उनकी न्यूज पोर्टल देखने की पसन्दों का तुलनात्मक अध्ययन करना।
- पाठकों की षैक्षिक योग्यता के अनुसार उनकी न्यूज पोर्टल देखने की पसन्दों का तुलनात्मक अध्ययन करना।
- पाठकों की जाति/वर्ग के अनुसार उनकी न्यूज पोर्टल देखने की पसन्दों का तुलनात्मक अध्ययन करना।

प्रयुक्त तकनीकी पदों की परिभाषा :

- **न्यूज पोर्टल** : प्रस्तुत षोध के सन्दर्भ में न्यूज पोर्टल से तात्पर्य इण्टरनेट आधारित एक ऐसे पहुंच बिन्दु से है, जो विविध प्रकार के समाचारों से संबंधित वेबपेजों का जाल है, तथा पाठकों को एक ही स्थान पर विविध प्रकार के समाचार, फोटो, वीडियो, ऑडियो, विचार, ब्लॉग आदि को उपलब्ध कराता है।
- **पाठक** : प्रस्तुत षोध के सन्दर्भ में पाठकों से तात्पर्य उत्तर प्रदेष के समस्त केन्द्रीय/राज्य विष्वविद्यालयों के पत्रकारिता विभाग में संचालित विभिन्न पाठ्यक्रमों जैसे कि बैचलर ऑफ जर्नलिज्म, मास्टर ऑफ जर्नलिज्म, एम.फिल. इन जर्नलिज्म एवं पीएच.डी. इन जर्नलिज्म इत्यादि में अध्ययनरत विद्यार्थियों व अध्यापनरत षैक्षणिक कर्मियों से है।
- **व्यक्तिगत चर** : प्रस्तुत षोध के सन्दर्भ में व्यक्तिगत चरों से तात्पर्य पाठकों की उन व्यक्तिगत विषेषताओं से है जो उन्हें जन्मजात दाय अथवा समाज से उनकी अन्तर्क्रिया के फलस्वरूप उन्होंने अर्जित किया है। प्रस्तुत षोध में पाठकों के अग्रांकित व्यक्तिगत चरों– लिंग, उम्र, षैक्षिक योग्यता, जाति/वर्ग को सम्मिलित किया गया है।

Copyright©authors

ISSN 2277-2359
Vol-12-Issue-05
May- 2020

अध्ययन विधि : प्रस्तुत शोध पत्र में षोधकर्ता ने सर्वेक्षण षोध विधि का प्रयोग किया है।

समष्टि एवं प्रतिदर्श : प्रस्तुत षोध अध्ययन में षोधकर्ता ने उत्तर प्रदेष के समस्त केन्द्रीय/राज्य विष्वविद्यालयों के पत्रकारिता विभाग में संचालित विभिन्न पाठ्यक्रमों जैसे कि बैचलर ऑफ जर्नलिज्म, मास्टर ऑफ जर्नलिज्म, एम.फिल. इन जर्नलिज्म एवं पीएच.डी. इन जर्नलिज्म इत्यादि में अध्ययनरत छात्र एवं छात्राओं तथा उनमें अध्यापनरत् षैक्षणिक कर्मियों को समष्टि के रूप में परिभाषित किया है। तथा षोधकर्ता ने उपरोक्त समष्टि से प्रतिदर्ष के रूप में 330 छात्र/छात्राओं एवं षैक्षणिक कर्मियों का चयन उद्देष्यपूर्ण प्रतिदर्षन विधि से दो स्तरों पर किया है। षोधकर्ता ने प्रथम स्तर पर उत्तर प्रदेष के समस्त केन्द्रीय/राज्य विष्वविद्यालयों में से तीन केन्द्रीय/राज्य विष्वविद्यालयों का उद्देष्यपूर्ण प्रतिदर्षन विधि से चयन कर उसने दूसरे स्तर पर प्रतिदर्श के रूप में चयनित प्रत्येक विश्वविद्यालय से 110 छात्र/छात्राओं तथा उनमें अध्यापनरत् षैक्षणिक कर्मियों का चयन उद्देष्यपूर्ण प्रतिदर्षन विधि से किया है।

प्रयुक्त शोध उपकरण – प्रस्तुत शोध अध्ययन में शोधकर्ता ने संबंधित आंकड़ों के संग्रहण के लिए स्वनिर्मित 'वेब न्यूज पोर्टल मतावली' का प्रयोग किया है।

आंकड़ों का सांख्यकीय विश्लेषण एवं व्याख्या :

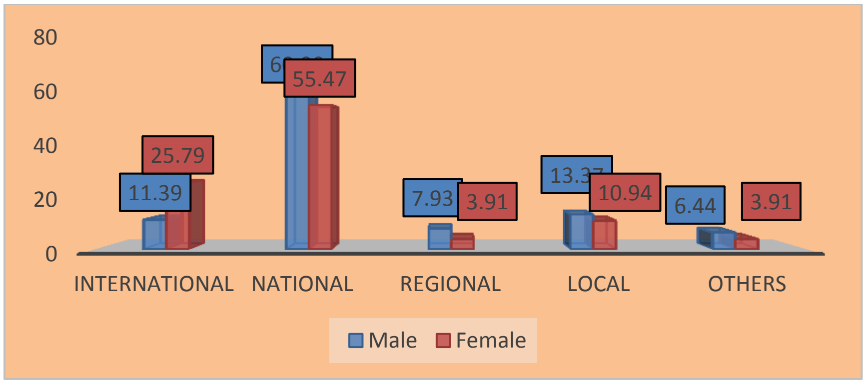
उद्देश्य–1 : पाठकों के लिंग के अनुसार उनकी न्यूज पोर्टल देखने की पसन्दों का तुलनात्मक अध्ययन करना

सारणी क्र.–1 : पाठकों द्वारा लिंग के अनुसार पसन्द किये गये न्यूज पोर्टल

लिंग	पाठक / देखे गये न्यूज पोर्टल	अन्तर्राष्ट्रीय	राष्ट्रीय	क्षेत्रीय	स्थानीय	अन्य	योग
पुरूष	पुरूष पाठकों की संख्या	23	123	16	27	13	202
	पुरूष पाठकों का प्रतिशत	11.39	60.90	7.93	13.37	6.44	100
महिला	महिला पाठकों की संख्या	33	71	5	14	5	128
	महिला पाठकों का प्रतिशत	25.79	55.47	3.91	10.94	3.91	100
कुल	कुल पाठकों की संख्या	56	194	21	41	18	330
	कुल पाठकों का प्रतिशत	16.97	58.79	6.37	12.43	5.46	100

चित्र–1 : पाठकों द्वारा लिंग के अनुसार पसन्द किये गये न्यूज पोर्टलों को प्रदर्शित करता हुआ रेखाचित्र

ISSN 2277-2359
Vol-12-Issue-05
May- 2020



सारणी क्र.–1 एवं रेखाचित्र क्र.–1 के अवलोकन से स्पष्ट है कि 202 पुरूष पाठकों में से 11.391 प्रतिषत (23 पाठक) जबकि 128 महिला पाठकों में से 25.791 प्रतिषत (33 पाठक) अन्तर्राष्ट्रीय समाचारों के लिये संबंधित न्यूज पोर्टलों को देखना पसन्द करते हैं। 202 पुरूष पाठकों में से 60.90 प्रतिषत (123 पाठक), जबकि 128 महिला पाठकों में से 55.471 प्रतिषत (71 पाठक) राष्ट्रीय समाचारों के लिये संबंधित न्यूज पोर्टलों को देखना पसन्द करते हैं। 202 पुरूष पाठकों में से 7.93 प्रतिषत (16 पाठक), जबकि 128 महिला पाठकों में से 3.91 प्रतिषत (5 पाठक) क्षेत्रीय समाचारों के लिये संबंधित न्यूज पोर्टलों को देखना पसन्द करते हैं। 202 पुरूष पाठकों में से 13.370 प्रतिषत (27 पुरूष), जबकि 128 महिला पाठकों में से 10.930 प्रतिषत (14 पाठक) स्थानीय समाचारों के लिये संबंधित न्यूज पोर्टलों को देखना पसन्द करते हैं। 202 पुरूष पाठकों में से 6.440 प्रतिषत (13 पुरूष), जबकि 128 महिला पाठकों में से 3.910 प्रतिषत (5 पाठक) अन्य समाचारों के लिये न्यूज पोर्टल देखना पसन्द करते हैं।

उद्देश्य–2 : पाठकों की उम्र के अनुसार उनकी न्यूज पोर्टल देखने की पसन्दों का तुलनात्मक अध्ययन करना।

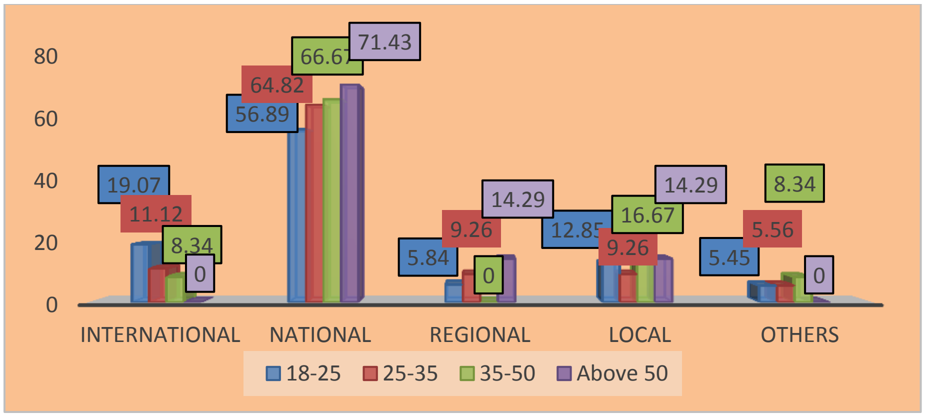
सारणी क्र.–2 : पाठकों द्वारा उम्र के अनुसार पसन्द किये गये न्यूज पोर्टल

आयुवर्ग	देखे गये न्यूज पोर्टल / पाठक	अन्तर्राष्ट्रीय	राष्ट्रीय	क्षेत्रीय	स्थानीय	अन्य	योग
18-25	पाठकों की संख्या	49	146	15	33	14	257
	पाठकों का प्रतिशत	19.07	56.81	5.84	12.85	5.45	100
25-35	पाठकों की संख्या	6	35	5	5	3	54
	पाठकों का प्रतिशत	11.12	64.82	9.26	9.26	5.56	100
35-50	पाठकों की संख्या	1	8	0	2	1	12
	पाठकों का प्रतिशत	8.34	66.67	0	16.67	8.34	100
50 से ऊपर	पाठकों की संख्या	0	5	1	1	0	7
	पाठकों का प्रतिशत	0	71.43	14.29	14.29	0	100
कुल	पाठकों की संख्या	56	194	21	41	18	330
	पाठकों का प्रतिशत	16.97	58.79	6.37	12.43	5.46	100

चित्र–2 : पाठकों द्वारा उम्र के अनुसार पसन्द किये गये न्यूज पोर्टलों को प्रदर्शित करता हुआ रेखाचित्र

Copyright©authors

ISSN 2277-2359
Vol-12-Issue-05
May- 2020



सारणी क्र.–2 एवं रेखाचित्र क्र.–2 से स्पष्ट है कि 18–25 वर्ष आयुवर्ग के 257 पाठकों में से 19.070 प्रतिषत (49 पाठक) अन्तर्राष्ट्रीय समाचार, 56.810 प्रतिषत (146 पाठक) राष्ट्रीय समाचार, 5.840 प्रतिषत (15 पाठक) क्षेत्रीय समाचार, 12.850 प्रतिषत (33 पाठक) स्थानीय समाचार, 5.451 प्रतिषत (14 पाठक) अन्य समाचारों को देखने के लिये संबंधित न्यूज पोर्टलों को पसन्द करते हैं। 25–35 वर्ष आयुवर्ग के 54 पाठकों में से 11.121 प्रतिषत (6 पाठक) अन्तर्राष्ट्रीय समाचार, 64.821 प्रतिषत (35 पाठक) राष्ट्रीय समाचार, 9.261 प्रतिषत (5 पाठक) क्षेत्रीय समाचार, 9.260 प्रतिषत (5 पाठक) स्थानीय समाचार जबकि 5.560 प्रतिषत (3 पाठक) अन्य समाचारों को देखने के लिये संबंधित न्यूज पोर्टलों को पसन्द करते हैं। 35–50 वर्ष आयुवर्ग के 12 पाठकों में से 8.340 प्रतिषत (1 पाठक) अन्तर्राष्ट्रीय समाचार, 66.670 प्रतिषत (8 पाठक) राष्ट्रीय समाचार, 16.670 प्रतिषत (2 पाठक) स्थानीय समाचार जबकि 8.340 प्रतिषत (1 पाठक) अन्य समाचारों को देखने के लिये संबंधित न्यूज पोर्टलों को पसन्द करते हैं, जबकि क्षेत्रीय समाचार देखने के लिये कोई पाठक न्यूज पोर्टल नहीं देखते हैं। 50 वर्ष से अधिक आयुवर्ग के 7 पाठकों में से 71.430 प्रतिषत (5 पाठक) राष्ट्रीय समाचार, 14.290 प्रतिषत (1 पाठक) क्षेत्रीय समाचार, 14.290 प्रतिषत (1 पाठक) स्थानीय समाचारों के लिये संबंधित न्यूज पोर्टलों को देखना पसन्द करते हैं। जबकि इस आयुवर्ग का कोई भी पाठक अन्तर्राष्ट्रीय व अन्य समाचारों के लिये न्यूज पोर्टल नहीं देखते हैं।

उद्देश्य–3 : पाठकों की शैक्षिक योग्यता के अनुसार उनकी न्यूज पोर्टल देखने की पसन्दों का तुलनात्मक अध्ययन करना।

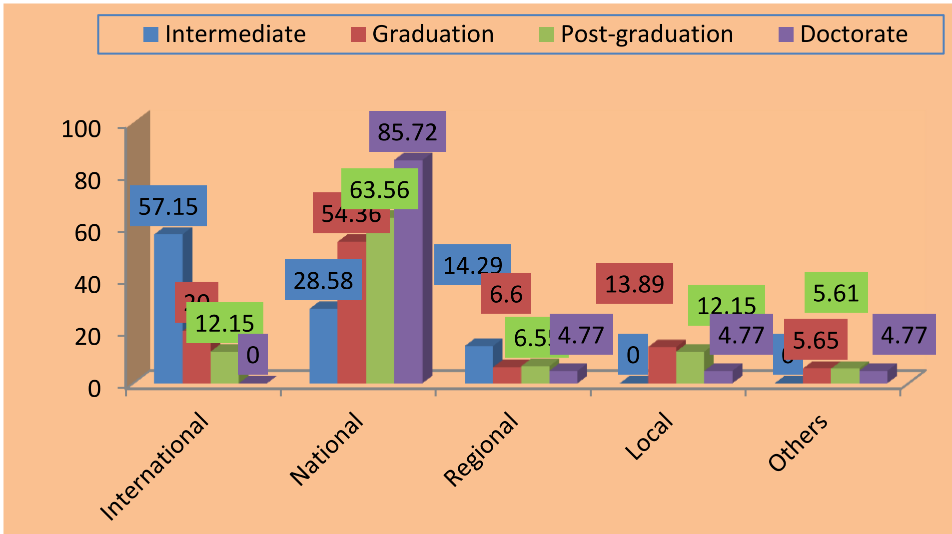
सारणी क्र.–3 : पाठकों द्वारा शैक्षिक योग्यता के अनुसार पसन्द किये गये न्यूज पोर्टल

शैक्षिक योग्यता	देखे गये न्यूज पोर्टल / पाठक	अन्तर्राष्ट्रीय	राष्ट्रीय	क्षेत्रीय	स्थानीय	अन्य	योग
इण्टर मीडिएट	पाठकों की संख्या	4	2	1	0	0	7
	पाठकों का प्रतिशत	57.15	28.58	14.29	0	0	100
स्नातक	पाठकों की संख्या	39	106	12	27	11	195
	पाठकों का प्रतिशत	20	54.36	6.16	13.85	5.65	100
परा स्नातक	पाठकों की संख्या	13	68	7	13	6	107
	पाठकों का प्रतिशत	12.15	63.56	6.55	12.15	5.61	100
शोध उपाधि	पाठकों की संख्या	0	18	1	1	1	21
	पाठकों का प्रतिशत	0	85.72	4.77	4.77	4.77	100
कुल	पाठकों की संख्या	56	194	21	41	18	330
	पाठकों का प्रतिशत	16.97	58.79	6.37	12.43	5.46	100

Copyright©authors

ISSN 2277-2359
Vol-12-Issue-05
May- 2020

चित्र–3 : पाठकों द्वारा शैक्षिक योग्यता के अनुसार पसन्द किये गये न्यूज पोर्टलों को प्रदर्शित करता हुआ रेखाचित्र



सारणी क्र.–3 एवं रेखाचित्र क्र.–3 के अवलोकन से स्पष्ट है कि इण्टरमीडिएट किये हुये 7 पाठकों में से 57.15 प्रतिषत (4 पाठक) अन्तर्राष्ट्रीय समाचार, 28.581 प्रतिषत (2 पाठक) राष्ट्रीय समाचार, 14.292 प्रतिषत (1 पाठक) क्षेत्रीय समाचारों को देखने के लिये संबंधित न्यूज पोर्टलों को पसन्द करते हैं, जबकि कोई भी पाठक स्थानीय एवं अन्य समाचारों के लिये न्यूज पोर्टलों को नहीं देखते हैं। स्नातक किये हुये 195 पाठकों में से 20.01 प्रतिषत (39 पाठक) अन्तर्राष्ट्रीय समाचार, 54.360 प्रतिषत (106 पाठक) राष्ट्रीय समाचार, 6.161 प्रतिषत (12 पाठक) क्षेत्रीय समाचार, 13.851 प्रतिषत (27 पाठक) स्थानीय समाचार, 5.651 प्रतिषत (11 पाठक) अन्य समाचारों को देखने के लिये संबंधित न्यूज पोर्टलों को पसन्द करते हैं। परास्नातक किये हुये 107 पाठकों में से 12.150 प्रतिषत (13 पाठक) अन्तर्राष्ट्रीय समाचार, 63.560 प्रतिषत (68 पाठक) राष्ट्रीय समाचार, 6.551 प्रतिषत (7 पाठक) क्षेत्रीय समाचार, 12.150 प्रतिषत (13 पाठक) स्थानीय समाचार, 5.611 प्रतिषत (6 पाठक) अन्य समाचारों को देखने के लिये संबंधित न्यूज पोर्टलों को पसन्द करते हैं। शोध उपाधि धारी 21 पाठकों में से 85.720 प्रतिषत (18 पाठक) राष्ट्रीय समाचार, 4.771 प्रतिषत (1 पाठक) क्षेत्रीय समाचार, 4.770 प्रतिषत (1 पाठक) स्थानीय समाचार, 4.771 प्रतिषत (1 पाठक) अन्य समाचारों को देखने के लिये संबंधित न्यूज पोर्टलों को पसन्द करते हैं, जबकि कोई भी पाठक अन्तर्राष्ट्रीय समाचारों के लिये न्यूज पोर्टल नहीं देखते हैं।

उद्देश्य–4 : पाठकों की जाति/वर्ग के अनुसार उनकी न्यूज पोर्टल देखने की पसन्दों का तुलनात्मक अध्ययन करना।

सारणी क्र.–4 : पाठकों द्वारा जाति/वर्ग के अनुसार पसन्द किये गये न्यूज पोर्टल

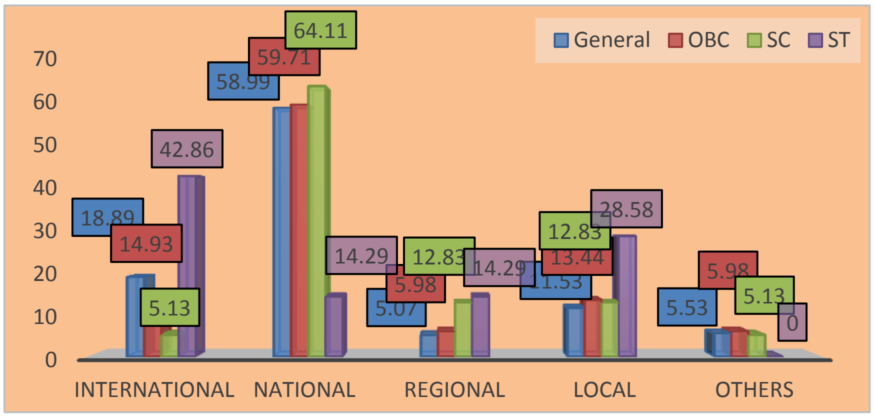
जाति/वर्ग	**देखे गये न्यूज पोर्टल / पाठक**	**अन्तर्राष्ट्रीय**	**राष्ट्रीय**	**क्षेत्रीय**	**स्थानीय**	**अन्य**	**योग**
सामान्य	पाठकों की संख्या	41	128	11	25	12	217
	पाठकों का प्रतिषत	18.90	58.99	5.07	11.53	5.53	100
पिछड़ा	पाठकों की संख्या	10	40	4	9	4	67
	पाठकों का प्रतिषत	14.93	59.71	5.98	13.44	5.98	100

Copyright©authors

ISSN 2277-2359
Vol-12-Issue-05
May- 2020

अनुसूचित जाति	पाठकों की संख्या	2	25	5	5	2	39
	पाठकों का प्रतिषत	5.13	64.11	12.83	12.83	5.13	100
अनुसूचित जनजाति	पाठकों की संख्या	3	1	1	2	0	7
	पाठकों का प्रतिषत	42.86	14.29	14.29	28.58	0	100
कुल	पाठकों की संख्या	56	194	21	41	18	330
	पाठकों का प्रतिषत	16.97	58.79	6.37	12.43	5.46	100

चित्र–4 : पाठकों द्वारा जाति/वर्ग के अनुसार पसन्द किये गये न्यूज पोर्टलों को प्रदर्शित करता हुआ रेखाचित्र



सारणी क्र.–4 एवं रेखाचित्र क्र.–4 के अवलोकन से स्पष्ट है कि सामान्य वर्ग के 217 पाठकों में से 18.894 प्रतिषत (41 पाठक) अन्तर्राष्ट्रीय समाचार, 58.986 प्रतिषत (128 पाठक) राष्ट्रीय समाचार, 5.069 प्रतिषत (11 पाठक) क्षेत्रीय समाचार, 11.529 प्रतिषत (25 पाठक) स्थानीय समाचार व 5.529 प्रतिषत (12 पाठक) अन्य समाचारों को देखने के लिये संबंधित न्यूज पोर्टलों को पसन्द करते हैं। पिछड़े वर्ग के 67 पाठकों में से 14. 925 प्रतिषत (10 पाठक) अन्तर्राष्ट्रीय समाचार, 59.701 प्रतिषत (40 पाठक) राष्ट्रीय समाचार, 5.970 प्रतिषत (4 पाठक**) क्षेत्रीय समाचार, 13.44**2 प्रतिषत (9 पाठक**) स्थानीय समाचार व 5.98**0 प्रतिषत (4 पाठक) अन्य समाचारों को देखने के लिये संबंधित न्यूज पोर्टलों को पसन्द करते हैं। अनुसूचित जाति वर्ग के 39 पाठकों में से 5.128 प्रतिषत (2 पाठक**) अन्तर्राष्ट्रीय समाचार, 64.11**2 प्रतिषत (25 पाठक**) राष्ट्रीय समाचार, 12.83**0 प्रतिषत (5 पाठक**) क्षेत्रीय समाचार, 12.83**0 प्रतिषत (5 पाठक) स्थानीय समाचार व 5. 128 प्रतिषत (2 पाठक) अन्य समाचारों को देखने के लिये संबंधित न्यूज पोर्टलों को पसन्द करते हैं। अनुसूचित जनजाति वर्ग के 7 पाठकों में से 42.857 प्रतिषत (3 पाठक) अन्तर्राष्ट्रीय समाचार, 14.285 (1 पाठक) राष्ट्रीय समाचार, 14.285 (1 पाठक**) क्षेत्रीय समाचार, 28.58**1 प्रतिषत (2 पाठक) स्थानीय समाचारों के लिये संबंधित न्यूज पोर्टलों को देखना पसन्द करते हैं, जबकि कोई भी पाठक अन्य समाचारों के लिये न्यूज पोर्टल नहीं देखते हैं।

निष्कर्ष– उपरोक्त आंकड़ों के विश्लेणोपरान्त शोधकर्ता ने पाया कि–

- पुरूष पाठक महिला पाठकों की अपेक्षा राष्ट्रीय, क्षेत्रीय, स्थानीय व अन्य प्रकार के न्यूज पोर्टलों को देखना सर्वाधिक पसन्द करते हैं, जबकि महिला पाठक पुरूष पाठकों की अपेक्षा अन्तर्राष्ट्रीय न्यूज पोर्टलों को देखना सर्वाधिक पसन्द करती हैं।

Copyright©authors

ISSN 2277-2359
Vol-12-Issue-05
May- 2020

- प्रायः सभी आयुवर्गों (18–25, 25–35, 35–50 व 50 वर्ष से अधिक) के पाठक राष्ट्रीय स्तर के न्यूज पोर्टलों को देखना सर्वाधिक पसन्द करते हैं जबकि 18–25 एवं 25–35 आयुवर्ग के पाठक अन्य प्रकार के, 35–50 आयुवर्ग के पाठक क्षेत्रीय एवं 50 वर्ष से अधिक आयुवर्ग के पाठक अन्तर्राष्ट्रीय व अन्य प्रकार के न्यूज पोर्टलों को देखना सबसे कम पसन्द करते हैं।
- इण्टरमीडिएट योग्यताधारी पाठक सर्वाधिक अन्तर्राष्ट्रीय व सबसे कम स्थानीय व अन्य; स्नातक एवं परास्नातक योग्यताधारी पाठक सर्वाधिक राष्ट्रीय व सबसे कम अन्य; शोध उपाधि धारी पाठक सर्वाधिक राष्ट्रीय व सबसे कम अन्तर्राष्ट्रीय स्तर के न्यूज पोर्टलों को देखना पसन्द करते हैं।
- सामान्य जाति/वर्ग के पाठक सर्वाधिक राष्ट्रीय व सबसे कम क्षेत्रीय; अन्य पिछड़ा वर्ग के पाठक सर्वाधिक राष्ट्रीय व सबसे कम क्षेत्रीय व अन्य; अनुसूचित जाति के पाठक सर्वाधिक राष्ट्रीय व सबसे कम अन्तर्राष्ट्रीय व अन्य तथा अनुसूचित जनजाति के पाठक सर्वाधिक अन्तर्राष्ट्रीय व सबसे कम अन्य प्रकार के न्यूज पोर्टलों को देखना सबसे कम पसन्द करते हैं।

सन्दर्भ :

- Althaus, S.L., & Tewksbury, D. (2000). Patterns of internet and traditional news media use in a networked community. *Political Communication, 17*: 21-45.
- Himelboim, I., & McCreery, S. (2012). New technology, old practices: examining news websites from a professional perspective. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies, 18*(4): 427-444.
- Hsieh, Y.C., & Chen, K.H. (2011). How different information types affect viewer's attention on internet advertising. *Computers in Human Behavior, 27*(2): 935-945.
- Liu, K. et al. (2007). *All in one news: development and evaluation of a large-scale news meta-search engine*. In Proceedings of the 2007 ACM SIGMOD International Conference on Management of Data, ACM SIGMOD'07, p. 1017 – 1028.
- Opgenhaffen, M. (2011). Multimedia, interactive and hyper textual features in divergent online news platforms: an exploratory study of flemish online news. *First Monday, 16*(3). DOI: 10.5210/fm.v16i3.2826
- Tewari, P. (2015). The habits of online newspaper readers in India. *Journal of Socialomics, 4* (2).DOI: 10.4172/2167-0358.1000124

Copyright©authors