International Journal of Research in Economics and Social Sciences(IJRESS)
Available online at: http://euroasiapub.org
Vol. 12 Issue 10 October- 2022
ISSN: 2249-7382 | Impact Factor: 8.018|
(An open access scholarly, peer-reviewed, interdisciplinary, monthly, and fully refereed journal.)

न्यूज पार्टल पर उपलब्ध समाचारात्मक सामग्री के सन्दर्भ में पाठकों की पसन्दों का अध्ययन

*** *डा.दिवाकर अवस्थी*,** ' सहायक आचार्य, पत्रकारिता एवं जनसंचार विभाग,
छत्रपति शाहू जी महाराज विश्वविद्यालय,कानपुर
ई–मेल :drdiwakarawasthi@gmail.com

संक्षिप्तांश

समाज की नित्य नवीन बदलती हुई आवश्यकताओं एवं आकांक्षाओं के दौर में पत्रकारिता जगत में कुछ नवीन प्रवृत्तियां, न्यूज पोर्टल, मोबाइल पत्रकारिता, सोशल मीडिया आदि बहुत तेजी के साथ उभर रही हैं। न्यूज पोर्टल में विविध प्रकार की समाचारात्मक सामग्री उपलब्ध होती है। जिनको पाठकों द्वारा पढ़ने की पसन्दों का प्रस्तुत शोधपत्र में शोधकर्ता ने विश्लेषणात्मक अध्ययन किया है।अतःउसने उत्तर प्रदेश के केन्द्रीय/राज्य विश्वविद्यालयों के पत्रकारिता विभाग में अध्ययनरत् 330 विद्यार्थियों तथा उनमें अध्यापनरत् षैक्षणिक कर्मियोंको उद्देश्यपूर्ण प्रतिचयन पद्धति से चयनित कर स्वनिर्मित वेब न्यूज पोर्टल मतावली की मदद से संबंधित आंकड़ों का संग्रहण किया है। आंकड़ों के विष्लेषणोपरान्त पाया कि–a). पुरूष पाठक सामाजिक, खेल, व्यापार तथा धर्म एवं अध्यात्म जबकि महिला पाठक राजनीति, मनोरंजन, पर्यायवरण तथा अपराध एवं अदालत से जुड़े समाचारों को देखना अधिक पसन्द करती हैं।b). राजनीतिक एवं खेल जगत से जुड़े समाचारों को 25–35 आयुवर्ग,सामाजिक, मनोरंजन, अपराध एवं अदालत से जुड़े समाचारों को 50 वर्ष से अधिक आयुवर्ग; व्यापार एवं पर्यायवरण से जुड़े समाचारों को 35–50 वर्ष आयुवर्गएवं धर्म अध्यात्म से जुड़े समाचारों को 18–25 वर्ष आयुवर्ग के लोग देखना सर्वाधिक पसन्द करते हैं।c). इण्टरमीडिएट, स्नातक, परास्नातक एवं शोध उपाधि धारी पाठक राजनीति से जुड़े समाचारों को सर्वाधिक एवं धर्म अध्यात्म से जुड़े समाचारों को देखना सबसे कम पसन्द करते हैं। d). सामान्य, पिछड़े, अनुसूचित जाति एवं जनजाति वर्ग के पाठक राजनीति से जुड़े समाचारों को सर्वाधिक जबकि पिछड़े, अनुसूचित जाति एवं अनुसूचित जनजाति वर्ग के पाठक धर्म अध्यात्म से जुड़े समाचारों को देखना सबसे कम पसन्द करते हैं।

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

आजकल भागदौड़ भरी जिंदगी में लोगों के पास परंपरागत माध्यमों (प्रिंट व इलेक्ट्रॉनिक माध्यम) से समाचारो को देखने व पढ़ने के लिए समयाभाव रहता है। वहीं इंटरनेट के व्यापक विकास ने पत्रकारिता जगत में आमूलचूल परिवर्तन ला दिया है। पाठकों की बदलती आवश्यकताओं के अनुकूल होने के कारण वेब पत्रकारिता जनमानस में बहुत तेजी के साथ उभर रही है। इस माध्यम के जरिए इंटरनेट की उपयोगिता के द्वारा न्यूज पोर्टल से कहीं एवं कभी भी समाचारों को पढ़ा जा सकता है।जैसा कि **ओपेनहेफेन (2011)** ने पाया कि न्यूज पोर्टल अधिक गतिषील और अन्तर्क्रियात्मक होते हैं क्योंकि य स्थानीय, राष्ट्रीय एवं अर्न्तराष्ट्रीय घटनाओं से संबंधित अपडेट सूचना व समाचार 24 घण्टे 7 दिन उपलब्ध कराते हैं। इसलिए यह अपनी निरंतर बढ़ती लोकप्रियता के कारण भविष्य में एक दिन मुख्यधारा की पत्रकारिता होगी।

प्रायः न्यूज पोर्टलों में विभिन्न प्रकार की समाचारात्मक सामग्री उपलब्ध रहती है जिसे पाठक अपने पास उपलब्ध समय एवं पसंद के अनुसार पढ़ते हैं। पत्रकारिता जगत में न्यूज पोर्टलों का प्रादुर्भाव अभी जल्द ही हुआ है, इस कारण इस क्षेत्र में शोध अध्ययनों का नितांत अभाव है। इस क्षेत्र में हुये कछ प्रमुख अध्ययन बताते हैं, कि पाठकों की पसन्द एवं नापसन्द उनकी न्यूज पोर्टल पर उपलब्ध सामग्री को पढ़ने की प्रवृत्ति को प्रत्यक्षतः प्रभावित करते हैं।जिन न्यूज पोर्टलों पर पाठकों को अन्तरक्रिया के अधिक अवसर

दिये जाते हैं, पाठक उन न्यूज पोर्टलों को अपेक्षाकृत अधिक पसन्द करते हैं (**हाइमेल बोइम एवं मैक्रीरी, 2012)**।**अल्थास व टेक्सबरी (2000)** ने पाया कि पाठक न्यूज पोर्टल पर अपने व्यक्तिगत रूचि और आवष्यकताओं से संबंधित समाचारों को पढ़ने में ज्यादा ध्यान केन्द्रित करते हैं। तथा न्यूज पोर्टल को नियमित अपडेट एवं संचालन को बेहतर बनाकर पाठकों की पोर्टल में उपलब्ध संबंधित सामग्री पढ़ने में रूचि बनाये रखी जा सकती है **(एलआईयू, 2007)**।**हीह एवं चेन (2011)** ने पाया कि सचित्र समाचारा को पाठक अधिक पसन्द करते हैं।साथ ही **तिवारी (2015)** ने यह भी पाया कि न्यूज पोर्टल पर भारतीय महिलाओं एवं पुरूषों के समाचार पढ़ने की आदतों में सार्थक अन्तर है। पाठक न्यूज पोर्टल पर प्रिन्ट मीडिया की अपेक्षा अन्तर्राष्ट्रीय, राष्ट्रीय एवं राजनीतिक समाचारों को पढ़ना अपेक्षाकृत कम पसन्द करते हैं **(अल्थास व टेक्सबरी, 2000)।** उपलब्ध संबंधित साहित्य के विष्लेषणोपरान्त, षोधकर्ता के मन में निम्नांकित प्रष्न उठे। जिनके उत्तरप्रस्तुत षोध पत्र में खोजने का प्रयत्न किया गया है–

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

उपरोक्त शोध प्रश्नों के आलोक में, शोधकर्ता ने निम्नांकित शोध उद्देश्यों का सृजन किया है–

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

प्रयुक्त तकनीकी शब्दों की परिभाषा :

- **न्यूज पोर्टल :** प्रस्तुत शोध के सन्दर्भ में वेब न्यूज पोर्टल से तात्पर्य इण्टरनेट आधारित एक ऐसा 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।

- **समाचारात्मक सामग्री** –न्यूज पोर्टल में विविध प्रकार की सामाजिक घटनाओं एवं परिघटनाओं से जुड़े समाचार सीधे, सरल व स्पष्ट भाषा में दिए रहते हैं, तथा समाचारों से संबंधित फोटो, वीडियो व ऑडियो भी दिये रहते हैं। प्रस्तुत शोध अध्ययन में समाचारात्मक सामग्री के अन्तर्गत निम्नांकित आठ प्रकार के समाचारों को सम्मिलित किया गया है–a): राजनीतिक; b): सामाजिक; c): मनोरंजन; d): खेल; e): धर्म या अध्यात्म; f): आर्थिक; g): पर्यायवरण; h): अपराध एवं अदालत।
- **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 उनमेंअध्यापनरत षैक्षणिक कर्मियों से है।

- **व्यक्तिगत चर** : प्रस्तुत शोध के सन्दर्भ में व्यक्तिगत चरों से तात्पर्य पाठकों की उन व्यक्तिगत विशेषताओं से है जो उन्हें जन्मजात दाय अथवा समाज से उनकी अन्तर्क्रिया के फलस्वरूप उन्होंने अर्जित किया है। प्रस्तुत शोध में पाठकों के अग्रांकित व्यक्तिगत चरों– लिंग, उम्र, शैक्षिक योग्यता, जाति/वर्ग को सम्मिलित किया गया है।

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 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।

International Journal of Research in Economics and Social Sciences(IJRESS)
Available online at: http://euroasiapub.org
Vol. 12 Issue 10 October- 2022
ISSN: 2249-7382 | Impact Factor: 8.018|
(An open access scholarly, peer-reviewed, interdisciplinary, monthly, and fully refereed journal.)

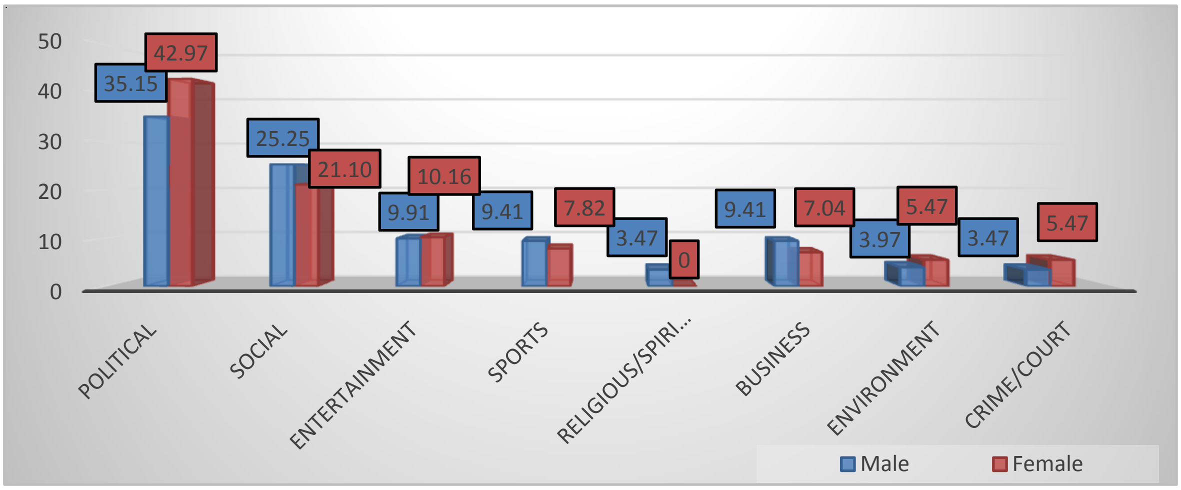
आंकड़ों का सांख्यकीय विश्लेषण एवं व्याख्या :

➢ **उद्देश्य सं.–1 :** पाठकों के लिंग के अनुसार वेब न्यूज पोर्टल देखने/पढ़ने की पसन्दों का तुलनात्मक अध्ययन करना।

सारणी क्र.–1 : पाठकों द्वारा लिंग के अनुसार न्यूज पोर्टलों पर पसन्द की गयी समाचारात्मक सामग्री

लिंग	न्यूज पोर्टलोंपर पसन्द की गयी समाचारात्मक सामग्री पाठक	राजनीतिक	सामाजिक	मनोरंजन	खेल	धर्म या अध्यात्म	आर्थिक	पर्यावरण	अपराध एवं अदालत	योग
पुरूष	पुरूष पाठकों की संख्या	71	51	20	19	7	19	8	7	202
	पुरूष पाठकों का प्रतिशत	35.15	25.25	9.91	9.41	3.47	9.41	3.97	3.47	100
महिला	महिला पाठकों की संख्या	55	27	13	10	0	9	7	7	128
	महिला पाठकों का प्रतिशत	42.97	21.10	10.16	7.82	0	7.04	5.47	5.47	100
कुल	कुल पाठकों की संख्या	126	78	33	29	7	28	15	14	330
	कुल पाठकों का प्रतिशत	38.19	23.64	10	8.79	2.13	8.49	4.55	4.25	100

चित्र–1. : पाठकों द्वारा लिंग के अनुसार न्यूज पोर्टलों पर पसन्द की गयी समाचारात्मक सामग्री को प्रदर्शित करता हुआ रेखचित्र



सारणी क्र.–1 एवं रेखाचित्र क्र.–1 के अवलोकन से स्पष्ट है कि 202 पुरूष पाठकों में से 35.151 प्रतिषत (71 पाठक) जबकि 128 महिला पाठकों में से 42.971 प्रतिषत (55 पाठक) न्यूज पोर्टलों पर राजनीतिक समाचारों को देखनापसन्द करते हैं। 202 पुरूष पाठकों में से 25.250 प्रतिषत (51 पुरूष), जबकि 128 महिला पाठकों में से 21.10 प्रतिषत (27 पाठक) न्यूज पोर्टल पर सामाजिक समाचारों को देखना पसन्द करते हैं। 202 पुरूष पाठकों में से 9.910 प्रतिषत (20 पुरूष), जबकि 128 महिला पाठकों में से 10.160 प्रतिषत (13 पाठक) न्यूज पोर्टल पर मनोरंजन से संबंधित समाचारों के लिये देखना पसन्द करते हैं। 202

International Journal of Research in Economics and Social Sciences(IJRESS)
Available online at: http://euroasiapub.org
Vol. 12 Issue 10 October- 2022
ISSN: 2249-7382 | Impact Factor: 8.018|
(An open access scholarly, peer-reviewed, interdisciplinary, monthly, and fully refereed journal.)

पुरूष पाठकों में से 9.410 प्रतिषत (19 पुरूष), जबकि 128 महिला पाठकों में से 7.820 प्रतिषत (10 पाठक) न्यूज पोर्टल पर खेल से संबंधित समाचारों को देखना पसन्द करते है। 202 पुरूष पाठकों में से 3.470 प्रतिषत (7 पुरूष) न्यूज पोर्टल पर धर्म अध्यात्म से जुडे हुये समाचारों को देखना पसन्द करते हैं। जबकि 128 महिला पाठकों में से कोई भी धर्म अध्यात्म से जुड़े समाचारों को न्यूज पोर्टल पर देखना नहीं पसन्द करतीहैं। 202 पुरूष पाठकों में से 9.410 प्रतिषत (19 पुरूष), जबकि 128 महिला पाठकों में से 7. 040 प्रतिषत (9 पाठक) न्यूज पोर्टलों पर आर्थिक समाचारों को देखना पसन्द करते हैं। 202 पुरूष पाठकों में से 3.970 प्रतिषत (8 पुरूष), जबकि 128 महिला पाठकों में से 5.470 प्रतिषत (7 पाठक) न्यूज पोर्टल पर पर्यावरण से संबंधित समाचारों को देखना पसन्द करते हैं। 202 पुरूष पाठकों में से 3.470 प्रतिषत (7 पुरूष), जबकि 128 महिला पाठकों में से 5.470 प्रतिषत (7 पाठक) न्यूज पोर्टलों पर अपराध एवं अदालत से संबंधित समाचारों को देखना पसन्द करते हैं।

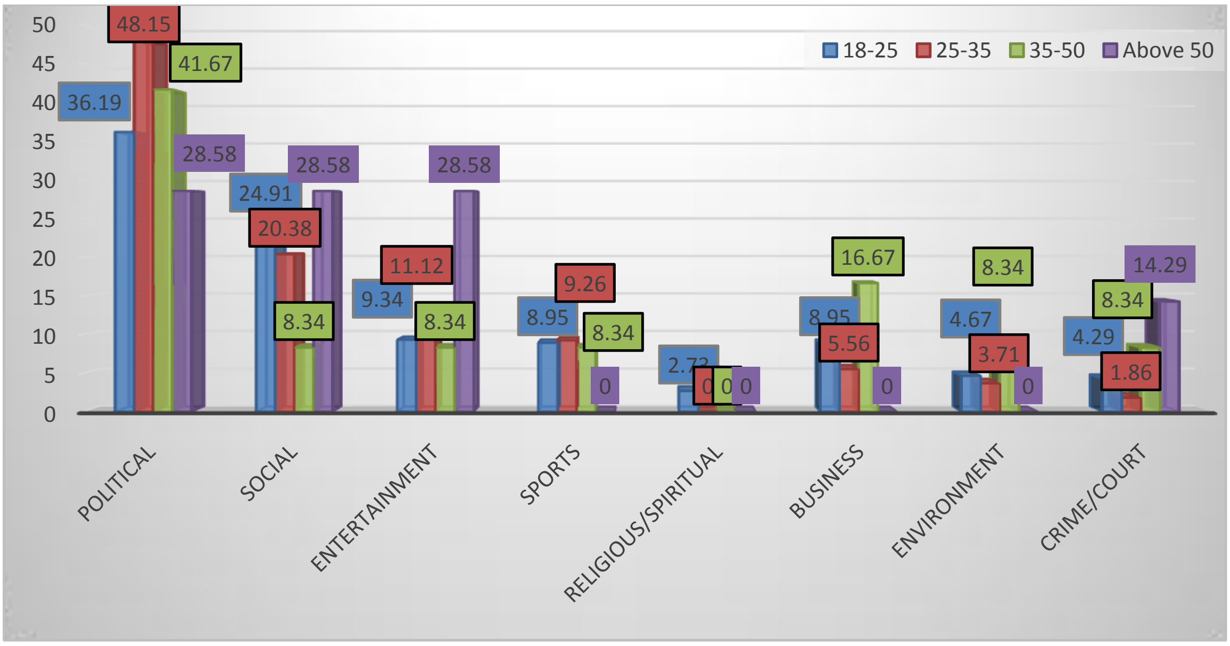
- **उद्देश्य सं.–2 :** पाठकों के आयु वर्ग के अनुसार वेब न्यूज पोर्टल देखने/पढ़ने की पसन्दों का तुलनात्मक अध्ययन करना।

सारणी क्र.–2 : पाठकों द्वारा आयु वर्ग के अनुसार न्यूज पोर्टलों पर पसन्द की गयी समाचारात्मक सामग्री

आयु वर्ग	न्यूज पोर्टलों पर पसन्द की गयी समाचारात्मक सामग्री / पाठक	राजनीतिक	सामाजिक	मनोरंजन	खेल	धर्म या अध्यात्म	आर्थिक	पर्यावरण	अपराध एवं अदालत	योग
18-25	पाठकों की संख्या	93	64	24	23	7	23	12	11	257
	पाठकों का प्रतिशत	36.19	24.91	9.34	8.95	2.73	8.95	4.67	4.29	100
25-35	पाठकों की संख्या	26	11	6	5	0	3	2	1	54
	पाठकों का प्रतिशत	48.15	20.38	11.12	9.26	0	5.56	3.71	1.86	100
35-50	पाठकों की संख्या	5	1	1	1	0	2	1	1	12
	पाठकों का प्रतिशत	41.67	8.34	8.34	8.34	0	16.67	8.34	8.34	100
50 से	पाठकों की संख्या	2	2	2	0	0	0	0	1	7
	पाठकों का प्रतिशत	28.58	28.58	28.58	0	0	0	0	14.29	100
कुल	पाठकों की संख्या	126	78	33	29	7	28	15	14	330
	पाठकों का प्रतिशत	38.19	23.64	10	8.79	2.13	8.49	4.55	4.25	100

International Journal of Research in Economics and Social Sciences(IJRESS)
Available online at: http://euroasiapub.org
Vol. 12 Issue 10 October- 2022
ISSN: 2249-7382 | Impact Factor: 8.018|
(An open access scholarly, peer-reviewed, interdisciplinary, monthly, and fully refereed journal.)

चित्र–2. : पाठकों द्वारा आयु वर्ग के अनुसार न्यूज पोर्टल में पसन्द की गयी समाचारात्मक सामग्री को प्रदर्शित करता हुआ रेखचित्र



सारणी क्र.–2 एवं रेखाचित्र क्र.–2 के अवलोकनोपरान्त प्रदर्शित होता है, कि 18–25 वर्ष आयु वर्ग के 257 पाठकों में से 36.190 प्रतिषत (93 पाठक) राजनीतिक समाचार, 24.910 प्रतिषत (64 पाठक) सामाजिक समाचार, 9.338 प्रतिषत (24 पाठक) मनोरंजन से संबंधित समाचार, 8.950 प्रतिषत (23 पाठक) खेल समाचार, 2.730 (7 पाठक) धर्म या अध्यात्म से जुड़े समाचार, 8.951 प्रतिषत (23 पाठक) आर्थिक समाचार, 4.671 (12 पाठक) पर्यावरण से जुड़े समाचार, 4.290 (11 पाठक) अपराध एवं अदालत से संबंधित समाचारों को न्यूज पोर्टलों पर देखना पसंद करते हैं। 25–35 वर्ष आयुवर्ग के 54 पाठकों में से 48.150 प्रतिषत (26 पाठक) राजनीतिक समाचार, 20.380 प्रतिषत (11 पाठक) सामाजिक समाचार, 11.121 प्रतिषत (6 पाठक) मनोरंजन से संबंधित समाचार, 9.261 प्रतिषत (5 पाठक) खेल समाचार, 5.560 प्रतिषत (3 पाठक) आर्थिक समाचार, 3.710 (2 पाठक) पर्यावरण से जुड़े समाचार, 1.860 (1 पाठक) अपराध एवं अदालत से संबंधित समाचारों को न्यूज पोर्टल पर देखना पसंद करते हैं। जबकि कोई भी पाठक धर्म या अध्यात्म से जड़े समाचारों को न्यूज पोर्टल पर देखना पसंद नहीं करते हैं। 35–50 वर्ष आयुवर्ग के 12 पाठकों में से 41.6667 प्रतिषत (5 पाठक) राजनीतिक समाचार, 8.333 प्रतिषत (1 पाठक) सामाजिक समाचार, 8.333 प्रतिषत (1 पाठक) मनोरंजन से संबंधित समाचार, 8.340 प्रतिषत (1 पाठक) खेल समाचार, 16.67 प्रतिषत (2 पाठक) आर्थिक समाचार, 8.340 प्रतिषत (1 पाठक) पर्यावरण से जुड़े समाचार, 8.341 प्रतिषत (1 पाठक) अपराध एवं अदालत से संबंधित समाचारों को न्यूज पोर्टल पर देखना पसंद करते हैं। जबकि कोई भी पाठक धर्म या अध्यात्म से जुड़े समाचारों को न्यूज पोर्टल पर देखना पसंद नहीं करते हैं। 50 वर्ष से अधिक आयुवर्ग के 7 पाठकों में से 28.581 प्रतिषत (2 पाठक) राजनीतिक समाचार, 28.580 प्रतिषत (2 पाठक) सामाजिक समाचार, 28.58 प्रतिषत (2 पाठक) मनोरंजन से संबंधित समाचार, 14.291 प्रतिषत (1 पाठक) अपराध एवं अदालत से संबंधित समाचारों को न्यूज पोर्टल पर देखना पसंद करते हैं। जबकि कोई भी पाठक खेल, धर्म या अध्यात्म, आर्थिक, पर्यावरण से जुड़े समाचारों को न्यूज पोर्टल पर देखना पसंद नहीं करते हैं।

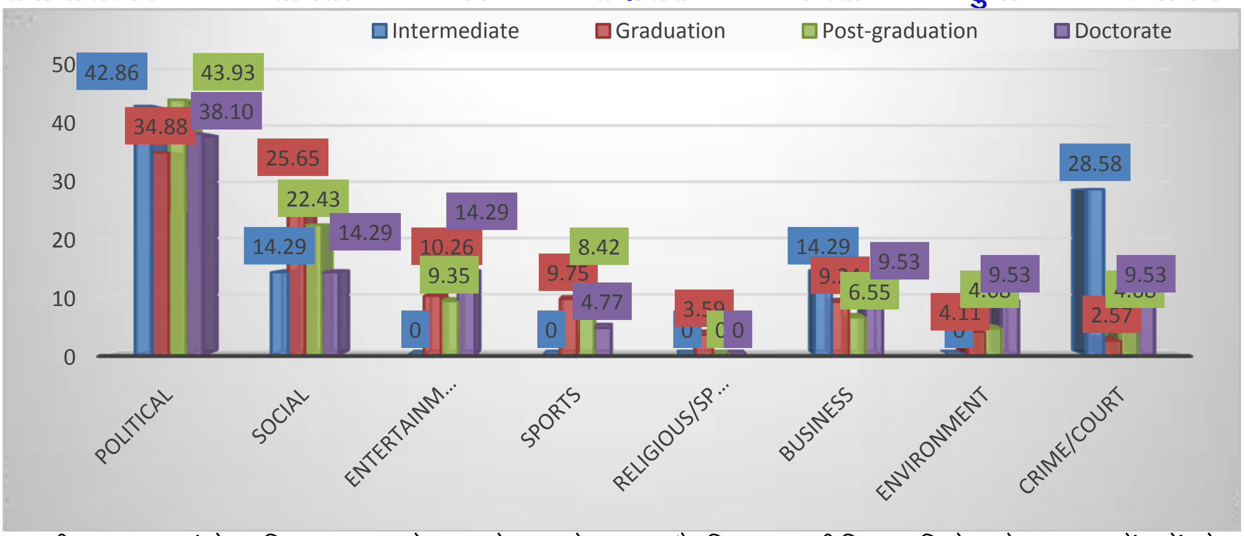
International Journal of Research in Economics and Social Sciences(IJRESS)
Available online at: http://euroasiapub.org
Vol. 12 Issue 10 October- 2022
ISSN: 2249-7382 | Impact Factor: 8.018|
(An open access scholarly, peer-reviewed, interdisciplinary, monthly, and fully refereed journal.)

➢ **उद्देश्य सं.–3 :** पाठकों के शैक्षिक योग्यता के अनुसार वेब न्यूज पोर्टल देखने/पढ़ने की पसन्दों का तुलनात्मक अध्ययन करना।

सारणी क्र.–3 : पाठकों द्वारा शैक्षिक योग्यता के अनुसार न्यूज पोर्टलों पर पसन्द की गयी समाचारात्मक सामग्री

शैक्षिक योग्यता	न्यूज पोर्टलों पर पसन्द की गयी समाचारात्मक सामग्री / पाठक	राजनीतिक	सामाजिक	मनोरंजन	खेल	धर्म या अध्यात्म	आर्थिक	पर्यावरण	अपराध एवं अदालत	योग
इण्टर मीडियट	पाठकों की संख्या	3	1	0	0	0	1	0	2	7
	पाठकों का प्रतिशत	42.89	14.29	0	0	0	14.29	0	28.58	100
स्नातक	पाठकों की संख्या	68	50	20	19	7	18	8	5	195
	पाठकों का प्रतिशत	34.88	25.65	10.26	9.75	3.59	9.24	4.11	2.57	100
परास्नातक	पाठकों की संख्या	47	24	10	9	0	7	5	5	107
	पाठकों का प्रतिशत	43.93	22.43	9.35	8.42	0	6.55	4.68	4.68	100
शोध उपाधि	पाठकों की संख्या	8	3	3	1	0	2	2	2	21
	पाठकों का प्रतिशत	38.10	14.29	14.29	4.77	0	9.53	9.53	9.53	100
कुल	पाठकों की संख्या	126	78	33	29	7	28	15	14	330
	पाठकों का प्रतिशत	38.19	23.64	10	8.79	2.13	8.49	4.55	4.25	100

चित्र–3 : पाठकों द्वारा शैक्षिक योग्यता के अनुसार न्यूज पोर्टलों पर पसन्द की गयी समाचारात्मक सामग्री को प्रदर्शित करता हुआ रेखाचित्र



सारणी क्र.–3 एवं रेखाचित्र क्र.–3 के अवलोकन से स्पष्ट है कि इण्टरमीडियट किये हुये 7 पाठकों में से 42.861 प्रतिषत (3 पाठक) लोग राजनीतिक समाचार, 14.291 प्रतिषत (1 पाठक) सामाजिक समाचार, 14.

290 प्रतिषत (1 पाठक) आर्थिक जगत से संबंधित समाचार, 28.580 (2 पाठक) अपराध एवं अदालत से संबंधित समाचारों को न्यूज पोर्टलों पर देखना पसंद करते हैं। जबकि कोई भी पाठक मनोरंजन, खेल, धर्म या अध्यात्म व पर्यायवरण से संबंधित समाचारों को न्यूज पोर्टल पर देखना पसन्द नहीं करते हैं। स्नातक किये हुये 195 पाठकों में से से 34.88 प्रतिषत (68 पाठक) राजनीतिक समाचार, 25.650 प्रतिषत (50 पाठक) सामाजिक समाचार, 10.260 प्रतिषत (20 पाठक) लोग मनोरंजन से संबंधित, 9.750 प्रतिषत (19 पाठक) खेल जगत, 3.591 प्रतिषत (7 पाठक) धर्म या अध्यात्म, 9.241 प्रतिषत (18 पाठक) आर्थिक, 4.121 प्रतिषत (8 पाठक) पर्यायवरण से संबंधित समाचार एवं 2.57 (5 पाठक) अपराध एवं अदालत से संबंधित समाचारों को न्यूज पोर्टल पर देखना पसंद करते हैं। परास्नातक किये हुये 107 पाठकों में से 43.931 प्रतिषत (47 पाठक) राजनीतिक समाचार, 22.430 प्रतिषत (24 पाठक) सामाजिक समाचार, 9.35 प्रतिषत (10 पाठक) मनोरंजन से संबंधित, 8.421 प्रतिषत (9 पाठक) खेल जगत, 6.551 प्रतिषत (7 पाठक) आर्थिक, 4.681 प्रतिषत (5 पाठक) पर्यायवरण से संबंधित समाचार, 4.681 प्रतिषत (5 पाठक) अपराध एवं अदालत से संबंधित समाचारों को न्यूज पोर्टलों पर देखना पसंद करते हैं। जबकि कोई भी पाठक धर्म या अध्यात्म से संबंधित समाचारों को न्यूज पोर्टलों पर देखना नहीं पसन्द करते हैं। शोध उपाधि प्राप्त किये हुये 21 पाठकों में से 38.100 प्रतिषत (8 पाठक) लोग राजनीतिक समाचार, 14.29 प्रतिषत (3 पाठक) सामाजिक समाचार, 14.290 प्रतिषत (3 पाठक) लोग मनोरंजन से संबंधित, 4.771 प्रतिषत (1 पाठक) लोग खेल जगत, 9.531 प्रतिषत (2 पाठक) लोग आर्थिक, 9.530 प्रतिषत (2 पाठक) पर्यायवरण से संबंधित समाचार 9.530 प्रतिषत (2 पाठक) अपराध एवं अदालत से संबंधित समाचारों को न्यूज पोर्टल पर देखना पसंद करते हैं। जबकि कोई भी पाठक धर्म या अध्यात्म से संबंधित समाचारों को न्यूज पोर्टल पर देखना नहीं पसन्द करते हैं।

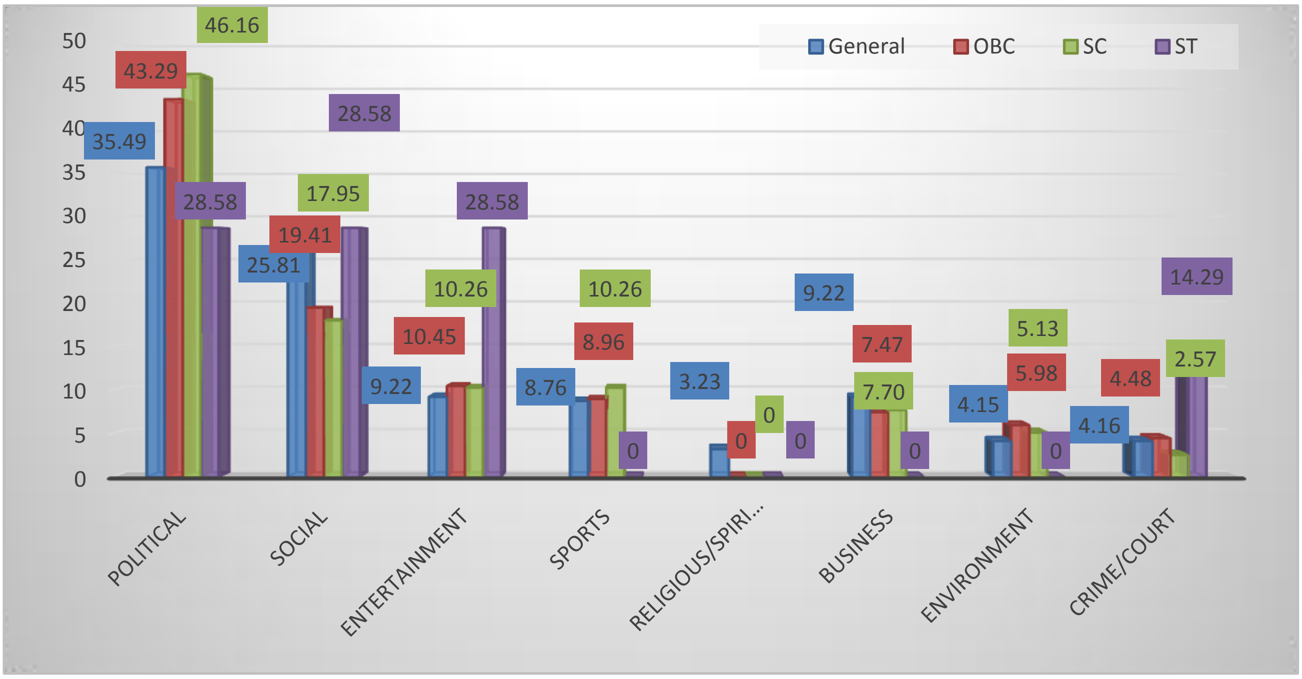
➢ **उद्देश्य सं.–4** : पाठकों के जाति/वर्ग के अनुसार वेब न्यूज पोर्टल देखने/पढ़ने की पसन्दों का तुलनात्मक अध्ययन करना।

सारणी क्र.–4 : पाठकों द्वारा जाति/वर्ग के अनुसार न्यूज पोर्टलों पर पसन्द की गयी समाचारात्मक सामग्री

जाति एवं वर्ग	न्यूज पोर्टलों पर पसन्द की गयी समाचारात्मक सामग्री / पाठक	राजनीतिक	सामाजिक	मनोरंजन	खेल	धर्म या अध्यात्म	आर्थिक	पर्यावरण	अपराध एवं अदालत	योग
सामान्य	पाठकों की संख्या	77	56	20	19	7	20	9	9	217
	पाठकों का प्रतिशत	35.49	25.81	9.22	8.76	3.23	9.22	4.15	4.15	100
पिछड़ा	पाठकों की संख्या	29	13	7	6	0	5	4	3	67
	पाठकों का प्रतिशत	43.29	19.41	10.5	8.96	0	7.47	5.98	4.48	100
अनुसूचित जाति	पाठकों की संख्या	18	7	4	4	0	3	2	1	39
	पाठकों का प्रतिशत	46.16	17.95	10.3	10.3	0	7.70	5.13	2.57	100
अनुसूचित जनजाति	पाठकों की संख्या	2	2	2	0	0	0	0	1	7
	पाठकों का प्रतिशत	28.58	28.58	28.6	0	0	0	0	14.29	100
कुल	पाठकों की संख्या	126	78	33	29	7	28	15	14	330
	पाठकों का प्रतिशत	38.19	23.64	10	8.79	2.13	8.49	4.55	4.25	100

International Journal of Research in Economics and Social Sciences(IJRESS)
Available online at: http://euroasiapub.org
Vol. 12 Issue 10 October- 2022
ISSN: 2249-7382 | Impact Factor: 8.018|
(An open access scholarly, peer-reviewed, interdisciplinary, monthly, and fully refereed journal.)

चित्र–4 : पाठकों द्वारा जाति/वर्ग के अनुसार न्यूज पोर्टलोंपर पसन्द की गयी समाचारात्मक सामग्रीको प्रदर्शित करता हुआ रेखचित्र



सारणी क्र.–4 एवं रेखाचित्र क्र.–4 के अवलोकनोपरान्त स्पष्ट है, कि 217 सामान्य वर्ग के पाठकों में से 35.483 प्रतिषत (77 पाठक) लोग राजनीतिक समाचार, 25.81 प्रतिषत (56 पाठक) सामाजिक समाचार, 9. 220 प्रतिषत (20 पाठक) मनोरंजन जगत से संबंधित समाचार, 8.76 (19 पाठक) खेल जगत से संबंधित समाचार, 3.230 प्रतिषत (7) धर्म या अध्यात्म से संबंधित समाचार, 9.221 प्रतिषत (20 पाठक) आर्थिक जगत से संबंधित समाचार, 4.151 प्रतिषत (9 पाठक) पर्यावरण से जुड़े समाचार, 4.150 प्रतिषत (9 पाठक) अपराध एवं अदालत से संबंधित समाचारों को न्यूज पोर्टलों पर देखना पसंद करते हैं। 67 पिछडे वर्ग के पाठकों में 43.290 प्रतिषत (29 पाठक) राजनीतिक समाचार, 19.411 प्रतिषत (13 पाठक) सामाजिक समाचार, 10.450 प्रतिषत (7 पाठक) मनोरंजन जगत से संबंधित समाचार, 8.961 (6 पाठक) खेल जगत से संबंधित समाचार, 7.471 प्रतिषत (5 पाठक) आर्थिक जगत से संबंधित समाचार, 5.981 प्रतिषत (4 पाठक) पर्यावरण से जुड़े समाचार, 4.480 प्रतिषत (3 पाठक) अपराध एवं अदालत से संबंधित समाचारों को न्यूज पोर्टलों पर देखना पसंद करते हैं। जबकि कोई भी पाठक धर्म या अध्यात्म से संबंधित समाचारों को न्यूज पोर्टलों पर देखना पसंद नहीं करते हैं। 39 अनुसूचित जाति वर्ग के पाठकों में से 46.160 प्रतिषत (18 पाठक) राजनीतिक समाचार, 17.951 प्रतिषत (7 पाठक) सामाजिक समाचार, 10.260 प्रतिषत (4 पाठक) मनोरंजन जगत से संबंधित समाचार, 10.261 प्रतिषत (4 पाठक) खेल जगत से संबंधित समाचार, 7.70 प्रतिषत (3 पाठक) आर्थिक जगत से संबंधित समाचार, 5.130 प्रतिषत (2 पाठक) पर्यावरण से जुड़े समाचार व 2.571 प्रतिषत (1 पाठक) अपराध एवं अदालत से संबंधित समाचारों को न्यूज पोर्टलों पर देखना पसंद करते हैं। जबकिकोई भी पाठक धर्म या अध्यात्म से संबंधित समाचारों को न्यूज पोर्टलों पर देखना पसंद नहीं करते हैं। 7 अनुसूचित जनजाति वर्ग के पाठकों में से 28.580 प्रतिषत (2 पाठक) राजनीतिक समाचार, 28.581 प्रतिषत (2 पाठक) सामाजिक समाचार, 28.581 प्रतिषत (2 पाठक)

मनोरंजन जगत से संबधित समाचार, व 14.290 प्रतिषत (1 पाठक) अपराध एवं अदालत से संबंधित समाचारों को न्यूज पोर्टलों पर देखना पसंद करते हैं। जबकि खेल, धर्म या अध्यात्म, आर्थिक जगत व पर्यायवरण से संबंधित समाचारों को पाठक न्यूज पोर्टलों पर देखना पसंद नहीं करते हैं।

निष्कर्ष–

उपरोक्त परिणामों के विश्लेषणोंपरान्त शोधकर्ता ने निम्नाांकित निष्कर्ष निकाले–

- ❖ पुरूष पाठक महिला पाठकों की अपेक्षा सामाजिक समाचार, खेल, व्यापार तथा धर्म एवं अध्यात्म से जुड़े समाचारों को देखना अधिक पसन्द करते हैं जबकि महिला पाठक पुरूष पाठकों की अपेक्षा राजनीति, मनोरंजन, पर्यायवरण तथा अपराध एवं अदालत से जुड़े समाचारों को देखना अधिक पसन्द करती हैं।
- ❖ राजनीतिक एवं खेल जगत से जुड़े समाचारों को 25–35 आयुवर्ग के लोग सर्वाधिक एवं 50 वर्ष से ज्यादा आयुवर्ग के लोग सबसे कम जबकि अपराध एवं अदालत से जुड़े समाचारों को 50 वर्ष से अधिक आयुवर्ग के लोग सर्वाधिक एवं 25–35 वर्ष आयुवर्ग के लोग सबसे कम; सामाजिक एवं मनोरंजन जगत से जुड़े समाचारों को 50 वर्ष से अधिक आयुवर्ग के लोग सर्वाधिक एवं 35–50 वर्ष आयुवर्ग के लोग सबसे कम; व्यापार एवं पर्यायवरण से जुड़े समाचारों को 35–50 वर्ष आयुवर्ग के लोग सर्वाधिक एवं 50 वर्ष से अधिक आयुवर्ग के लोग सबसे कम व धर्म अध्यात्म से जुड़े समाचारों को 18–25 वर्ष आयुवर्ग के लोग सर्वाधिक तथा 25–35, 35–50 एवं 50 वर्ष से अधिक आयुवर्ग के लोग सबसे कम देखना पसन्द करते है।
- ❖ इण्टरमीडिएट, स्नातक, परास्नातक एवं शोध उपाधि धारी पाठक राजनीति से जुड़े समाचारों को सर्वाधिक एवं धर्म एवं अध्यात्म से जुड़े समाचारों को देखना सबसे कम पसन्द करते हैं तथा इण्टरमीडिएट योग्यताधारी पाठक पर्यायवरण, खेल एवं मनोरंजनतथास्नातक योग्यताधारो अपराध एवं अदालत से जुड़े समाचारों को देखना सबसे कम पसन्द करते हैं।
- ❖ सामान्य, पिछड़े, अनुसूचित जाति एवं जनजाति वर्ग के पाठक राजनीति से जुड़े समाचारों को सर्वाधिक जबकि सामान्य वर्ग के पाठक अपराध एवं अदालत से जुड़े समाचारों को तथा पिछड़े, अनुसूचित जातिएवं जनजाति वर्ग के पाठक धर्म अध्यात्म से जुड़े समाचारों को देखना सबसे कम पसन्द करते हैं। तथा साथ ही अनुसूचित जनजाति वर्ग के पाठक सामाजिक व मनोरंजन से जुड़े समाचारों को भी सर्वाधिक एवं खेल, व्यापार, पर्यायवरण से जुड़े समाचारों को देखना सबसे कम पसन्द करते हैं।

Reference:

❖ 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