



GRT

भारत से संबंधित राजनीतिक समाचार में संतुलन और मीडिया प्लूरेलिटी (न्यूज पोर्टल्स का तुलनात्मक अध्ययन)

¹अमित शर्मा, ² विक्रम कौशिक, ³ प्रज्ञा कौशिक

¹शोधार्थी, जसंचार प्रबंधन एवं तकनीक विभाग, गुरु जंभेश्वर विज्ञान एवं प्रोटोगिकी विश्वविद्यालय, हिसार (हरियाणा)

²एसोसिएट प्रोफेसर, संचार प्रबंधन एवं तकनीक विभाग, गुरु जंभेश्वर विज्ञान एवं प्रोटोगिकी विश्वविद्यालय, हिसार (हरियाणा)
³स्वतंत्र मीडिया शोधार्थी, हिसार।

सारांश

मीडिया और राजनीतिक एक-दूसरे से जुड़े हुए हैं। भारत में जैसे-जैसे प्रजातंत्र विकसित हुआ, वैसे-वैसे राजनीति भी निखर कर सामने आई। मीडिया ने सदैव प्रजातंत्र के पहरी के रूप में कार्य किया है, लेकिन वर्तमान पारिदृश्य में जब राजनीतिज्ञ मीडिया का उपयोग अपने लाभ के लिए करने लगे तो राजनीतिक समाचार में संतुलन व मीडिया प्लूरेलिटी की आवश्यकता महसूस की गई। न्यू मीडिया के उद्गम के बाद तो मीडिया का राजनीतिक हित के लिए खूब प्रयोग होते देखा गया। प्रस्तुत शोध पत्र भारत से संबंधित राजनीतिक समाचार में संतुलन और मीडिया प्लूरेलिटी मापने के लिए है। शोध के लिए विश्व के पांच प्रमुख न्यूज पोर्टल्स में प्रकाशित भारत से संबंधित कुल 689 राजनीतिक समाचार का उद्देश्यपरक नमूना विधि से सैंपल के रूप में चयन किया गया है।

मुख्य शब्द : न्यूज पोर्टल, मीडिया प्लूरेलिटी, समाचार संतुलन, इंटरनेट, मीडिया

प्रस्तावना

सूचना प्रोटोगिकी की दुनिया में न्यूज पोर्टल ने विश्व के लोगों को जितना करीब खड़ा कर दिया है उनता शायद ही किसी जनमाध्यम ने किया हो। न्यूज पोर्टल के कारण ही पलक झपकते ही पूरे विश्व की खबरों को घर बैठे ही कंप्यूटर स्क्रीन पर देखा जा सकता है। इंटरनेट संचार के केवल एक माध्यम की अगुवाई नहीं करता, अपितु वह तो लचीला, सर्व स्वीकार्य और असीम संभावनाओं का संगम है। हर दर्शक/पाठक मन चाहे अनुसार इस माध्यम का उपयोग करने के लिए स्वतंत्र है। कुमार(2004) के अनुसार अब तक हमारे सामने सूचना के तीन माध्यम थे- पत्र-पत्रिकाएं, रेडियो और टेली विजन। अब साइबर जर्नलिज्म या इंटरनेट पत्रकारिता का दौर है। कलम विहीन पत्रकारिता के इस युग में इंटरनेट पत्रकार्फ

रता ने एक नए युग का सूत्रपात किया है। यह एक नए तरह की पत्रकारिता है जिसमें सूचना हार्डवेयर पर आधारित समीक्षा, हास्य सामग्री और अंतरदृष्टि आदि हिस्से संपादकीय बनाते हैं। कुमार (2004) 'ऑनलाइन की दुनिया में जो पत्रकारिता की शुरुआत हुई वह यूरोप, अमेरिका या फिर भारत में ही सिमट कर नहीं रह गई।' यह एकमात्र ऐसा साधन था जिसके प्रचार-प्रसार में किसी देश की भौगोलिक सीमाएं आड़े नहीं आई।' आज ब्रिटेन का न्यूज पोर्टल बीबीसी भारत सहित विश्व के सभी हिस्सों में पढ़ा और देखा जाता है। अमेरिका में बैठे लोग भी न्यूज पोर्टल पर भारत के किसी गली-मुहल्ले में हुई जनसभा में राजनेताओं द्वारा की गई टिप्पणी बड़े चाव के साथ पढ़ रहे होते हैं। द्विवेदी (2007) के अनुसार कंप्यूटर और दूरसंचार प्रायोगिकी के विलय के उपरांत ही सूचना कांति का वर्तमान स्वरूप और आकार संभव हो पाया है। गुहा (2008) लिखते हैं कि न्यू मीडिया का एक गुण उसे परंपरागत (पुरानी) मीडिया से अलग करता है वह यह है कि न्यू मीडिया में उपभोक्ता निष्क्रिय रूप से केवल सूचना सुनने मात्र तक नहीं बल्कि सूचना के निर्माता के रूप में सक्रिय योगदान देता है।

न्यूज पोर्टल नये जमाने का तेज मीडिया

प्रिंट और इलेक्ट्रॉनिक मीडिया क्रमशः स्थान और समय की सीमा से बंधे हैं लेकिन न्यू मीडिया का यह माध्यम इस सभी सीमाओं से परे है। यहां लिखने के लिए असीमित स्थान है तो पढ़ने के लिए बेइंतिहा सूचनाएं। समाचार पत्र प्रकाशित करने का एक समय है इसलिए इसमें छपने वाले समाचार भी एक सीमित समय ग्रहण किए जा सकते हैं, इसके बाद समाचार के संपादन और ले-आउट डिजाइन में समय लगता है। न्यूज चैलन और रेडियो के भी बुलेटिन प्रसारण करने के समय निर्धारित हैं, इसमें भी समाचार संकलन के बाद उसे संपादन की कसौटी पर उतारा जाता है। हालांकि टेलीविजन पर ब्रेकिंग न्यूज ने कुछ हद तक तेजी जरूर लाई है, अब घटना की तात्कालिक जानकारी किंकर के रूप में ब्रेकिंग न्यूज के रूप में चला दी जाती है, शेष जानकारी बाद में दी जाती है। रेडियो टेलीविजन की तुलना में थोड़ा तेज है इसके पीछे कारण है कि इसकी समाचार प्रोसेसिंग तेज होती है, मसलन समाचार को आसानी से विकसित किया जा सकता है या एकर को पढ़ने के लिए दे दिया जाता है। इसके विपरीत न्यूज पोर्टल पर समाचार को अपडेट (उत्परिवर्तित) करना बहुत आसान है। इसमें समाचार को अपडेट करने में बस उतना ही समय लगता है जितना आप को खबर टाइप करने में।

खबर प्रभावी है तो प्रकाशन स्थान का भी अपना महत्व है

समाचार का सही प्रभाव तभी है जब उसे उपयुक्त स्थान पर प्रकाशित किया जाए। अपनी पुस्तक न्यूज वैल्यूज में पॉल ब्रिघटन और डेनिस फाई (2007) ने माना कि समाचार प्रकाशित करने का समय और स्थान सदैव महत्वपूर्ण होता है, तभी समाचार प्रकाशित करने का अधिकतम लाभ पाया जा सकता है। डॉ. अर्जुन तिवारी (2007) के शब्दों में 'महत्व के अनुसार समाचार का आकार और उसके लिए स्थान निर्धारित करना अति आवश्यक है'। समाचार प्रभावशाली तभी सिद्ध हो सकता है जब उसे बेहतर स्थान पर प्रदर्शित भी किया जाए। समाचार जितना पाठक विशेष के करीब होगा, उसकी उपयोगिता उतनी ही बढ़ जाएगी। जैसे अमेरिका के राष्ट्रपति के बयान भारत के आम पाठक के लिए उतने महत्वपूर्ण नहीं है जितने भारत के प्रधानमंत्री के बयान मायने रखते हैं। कई बार तो दूरी मायने नहीं रखती यानी इस सूचना से प्रभावित हो रहे व्यक्ति के लिए समाचार महत्वपूर्ण हो जाता है। डॉ. अर्जुन तिवारी (2007) के अनुसार निकटस्थ घटित छोटी

घटना दूरस्थ की बड़ी दुर्घटना से अधिक महत्वपूर्ण होती है। उदाहरण के लिए यदि अमेरिका की प्रवास नीति में कोई बदलाव किया जाता है तो यह अमेरिका जाने वाले युवाओं के लिए अधिक महत्व रखता है।

राजनीतिक समाचार और संतुलन

संतुलन समाचार का सबसे अहम तत्व है। राजनीतिक समाचार के संदर्भ में तो संतुलन की अहमियत और बढ़ जाती है। राजनीतिक समाचार में संवाददाता या उपसंपादक को पक्ष एवं विपक्ष दोनों को साधकर अपनी लेखनी उठानी पड़ती है। जरूरी नहीं कि एक दल विशेष की बुराई न करने से पत्रकार संतुलित खबर लिख दे, दूसरे दल विशेष की तारीफ के पुलांदे बांधना भी कई बार असंतुलन को जन्म देता है। समाचार की वस्तुनिष्ठता और विश्वनीयता के लिए उसके साथ मल्टीमीडिया का संगत उपयोग होना बहुत ही जरूरी है। डॉ. अर्जुन तिवारी (2007) के शब्दों में ‘पत्रकार तो पक्षपात कर सकता है, उसकी लेखनी बहक सकती है, लेकिन फोटो में सत्यता, वास्तविकता, विश्वनीयता का समावेश रहता है’। वे आगे कहते हैं ‘फोटो की भाषा समझने में उम्र, लिंग, भौगोलिक क्षेत्र, साक्षरता, सामाजिक-आर्थिक स्तर कुछ भी बाधा नहीं बनता है’। एपी न्यूज़ वैल्यू एंड प्रिंसिपल के अनुसार ‘पारदर्शिता जनता और हमारे ग्राहक के साथ हमारी विश्वनीयता के लिए भी महत्वपूर्ण है। जहां तक संभव है, हम ऑन द रिकॉर्ड सूचनाओं से ही समाचार तैयार करते हैं। हम एपी समाचार प्रबंधकों द्वारा तैयार दिशा-निर्देशों का कड़ाई से पालन करते हैं’। शूमाकर (1996) और मैक्कवेल (1996) के अनुसार ‘अनेक ऐसे कारक हैं जो खोजी पत्रकार के समझ वह स्थिति पैदा करते हैं कि उसे किसी एक को बतौर स्रोत स्वेकार करना पड़ता है। पत्रकारों से उमीद की जाती है कि जिस भी विषय क्षेत्र के समाचार वह एकत्र कर रहा है उसमें वह कुछ चुनिंदा स्रोत विकसित करे ताकि जरूरत पड़ने पर उनका उपयोग हो सके। बीट के रिपोर्टर के तो विश्वसनीय स्रोत होने ही चाहिए। पत्रकारों को हर समाचार को संदेह की दृष्टि से देखना चाहिए, यदि मां भी कहे कि वह बहुत प्यार करती है तो उसे भी जांच न भूलें’।

मीडिया प्लॉरेलिटी और लोकतंत्र

लोकतंत्र की स्थापना और उसके उज्ज्वल भविष्य के लिए मीडिया प्लॉरेलिटी की भूमिका को नकारा नहीं जा सकता है। यह सर्वविदित है कि मीडिया को लोकतंत्र का चौथा स्तंभ कहा जाता है। वर्तमान परिदृश्य में जब राजनीति झूठ का व्यापार हो गई तो मीडिया की जिहमेदारी और बढ़ जाती है कि वह महाभारत के पात्र संजय की तरह तटस्थ होकर समाज को वास्तविकता से रूबरू कराए, उन्हें जागरूक करे, सभी का पक्ष रखे लेकिन खुद फैसला सुनाने से बचे। सही और गलत का फैसला लेने का अधिकार जनसाधारण पर छोड़ दे। ऑफकाम की रिपोर्ट ‘मीजरिंग मीडिया प्लॉरेलिटी’ के अनुसार ‘जनसाधारण को जागरूक कर, सूचना शिक्षित कर और राजनीतिक प्रक्रिया के प्रभाव को पड़ने से रोककर मीडिया प्लॉरेलिटी लोकतंत्र की स्थापना और उसके फलने-फूलने में अपना योगदान दे सकती है।’ मीडिया बहुतला से तात्पर्य यह सुनिश्चित करना है कि आमजन कई स्रोतों से प्राप्त अलग-अलग राय, विचारों से प्रभावित हो रहे हैं। लार्ड जस्टिस ले वेसन ने इसे विचारों की विविधता कहा। ऑफकाम की रिपोर्ट के अनुसार ‘मीडिया प्लॉरेलिटी से तात्पर्य जनमाध्यम में दिए गए समाचार में विचारों की विविधता से है।’ मीडिया प्लॉरेलिटी से किसी एक जनमाध्यम या विचार जो जनसाधारण और राजनीतिक एजेंडा को हद से ज्यादा प्रभावित कर रहा हो, को निर्यंत्रित किया जा सकता है। यदि जनमाध्यम सभी प

क्षों को महत्व दें और निर्णय का अधिकार जनता पर छोड़ दें तो प्रजातंत्र का आधार मजबूत होगा। मीडिया प्लूरेलिटी का मापन दो प्रकार से किया जा सकता है। पहली इंटरनल प्लूरेलिटी यानी एक ही संस्था के प्रतिनिधियों के विचारों की विवधता को मापना। दूसरी, इंटरनल प्लूरेलिटी यानी अलग-अलग संस्था के प्रतिनिधियों के विचारों के बीच विवधता को मापना। वर्नर एवं जेम्स (1992) के अनुसार संदेश को कई रणनीतियों को ध्यान में रखकर आगे बढ़ाया जाता है। इसमें से कुछ अतिसाधारण और सबको समझ में आने वाले होते हैं। संदेश निर्माण की रणनीति में प्रोपेंडा अहम भूमिका निभाता है।

साहित्य समीक्षा

यादव (2007) ने ओपिनियन पूल सर्वे में पाया कि पब्लिक ओपिनियन गणतांत्रिक समाज के लिए बहुत महत्व पर्ण है। मीडिया जनमत को तैयार करने, उनमें बदलाव करने में व मूल्यांकन करने में अहम भूमिका अदा करती है। लुघा ड (1962) ने अरब के सात दैनिक समाचारपत्र के अंतर्वस्तु विश्लेषण में पाया कि समाचार पत्र का सर्वाधिक हिस्सा अंतर्राष्ट्रीय महत्व के समाचार को मिलता है। संयुक्त राज्य रूस से संबंधित समाचार का ट्रीटमेंट सर्वाधिक सकारात्मक तरीके से किया गया है। अमेरिका के समाचार का निरूपण (ट्रीटमेंट) भी सकारात्मक दृष्टि से किया जाता है लेकिन रूस जैसा नहीं। काई और जेम्स (2007) ने अपने अध्ययन में पाया कि राजनीति में मीडिया केंद्रीय भूमिका निभाती है। नियंत्रण एवं संतुलन के संदर्भ में मास मीडिया प्रायः सरकार का चौथा स्तंभ बनकर उभरती है। समाचार पत्र, टेलीविजन और इंटरनेट राजनीतिक जीवन का अभिन्न अंग हैं। मीडिया केवल सूचना का हस्तांतरण नहीं करती, बल्कि संचार की सुविधा भी देती है। आइयरमैन और हार्ट (1996) ने अपने अध्ययन में पाया कि राजनेताओं और जनता के बीच प्रश्नों के जवाब खोजने के लिए सूचना प्रवाह या संचार एक महत्वपूर्ण निर्धारक का काम करता है। अपने अध्ययन में डेविस और ओवेन (1998) ने पाया कि रेडियो सुनने वाले, टेलीविजन न्यूज़ देखने वाले, मैगजीन देखने वाले पाठकों/दर्शकों की तुलना में इंटरनेट पर समाचार और राजनीतिक सूचनाएं प्राप्त करने वाले पाठकों/दर्शकों के व्यवहार और ज्ञान में काफी भेद है। स्ट्रॉड (2008) ने 2004 के राष्ट्रीय एनेनबर्ग चुनाव सर्वे के आंकड़ों का प्रयोग करते हुए पता चलाया कि लोगों की राजनीतिक मान्यताएं उनके मीडिया एक्सपोजर से जुड़ी हुई हैं, यद्यपि जो मीडिया के सभी प्रकार (समाचार पत्र, राजनीतिक रेडियो वार्ता, केबल न्यूज़ और इंटरनेट) में एक समान बनी रहती है। अपने सर्वे में नाई, मिलर, बटलर और वेन्निंग (2010) ने पाया कि जो लोग अपनी जिज्ञासा को शांत करने के लिए राजनीति की सतही जानकारी नहीं रखने वाले टेलीविजन स्रोत के अलावा इंटरनेट का प्रयोग करते हैं वे अपने सहयोगियों जो इनका प्रयोग नहीं करते, से ज्यादा जागरूक होते हैं। यहीं नहीं, जो लोग समाचार के लिए इंटरनेट का प्रयोग करते हैं उनमें उत्सुकता अपेक्षाकृत ज्यादा होती है। संस्टीयन (2001) ने अपने शोध में पाया कि इंटरनेट के द्वारा लोगों में एकमतता की ओर ध्वनीकरण बढ़ा है, अब वे एक ही समाज में अलग-अलग विचारों के साथ रहने वाले खुले समाज का हिस्सा नहीं हैं। लोग अपने वार्तालाप उसी के साथ आगे बढ़ाते हैं जिनके विचार उनसे मिलते हैं। परिणाम यह निकलता है कि लोग इंटरनेट का प्रयोग स्वयं को ऐसे लोगों के समीप जाने के लिए करते हैं जिनके विचार आपस में मिल रह होते हैं।

शोध के उद्देश्य

‘भारत से संबंधित राजनीतिक समाचार में संतुलन और मीडिया प्लूरेलिटी’ विषय पर शोध के निम्न उद्देश्य हैं।

- न्यूज पोर्टल्स में प्रकाशित भारत से संबंधित राजनीतिक समाचार में उठाए गए विषयों का अध्ययन करना ।
- न्यूज पोर्टल्स में पकाशित भारत से संबंधित राजनीतिक समाचार के चयन की आवृत्ति का अध्ययन करना ।
- न्यूज पोर्टल्स में प्रकाशित भारत से संबंधित राजनीतिक समाचार के प्रस्तुतीकरण को मापना ।
- न्यूज पोर्टल्स में प्रकाशित भारत से संबंधित राजनीतिक समाचार में मीडिया प्लूरेलिटी को मापना ।
- न्यूज पोर्टल्स में प्रकाशित भारत से संबंधित राजनीतिक समाचार में संतुलन मापन करना ।
- न्यूज पोर्टल्स में प्रकाशित भारत से संबंधित राजनीतिक समाचार के स्रोत का अध्ययन करना ।

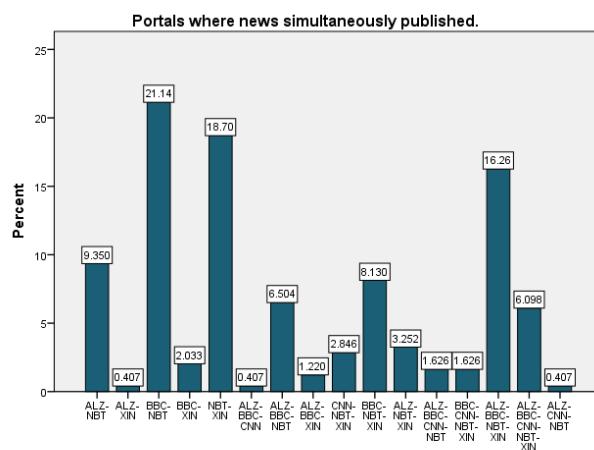
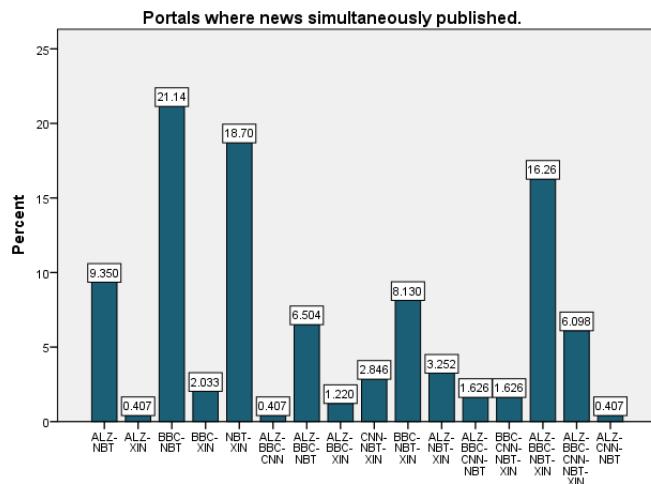
मैथ्रेडोलॉजी (शोध की विधि)

‘भारत से संबंधित राजनीतिक समाचार में संतुलन और मोडिया प्लूरेलिटी’ विषय पर शोध करने के लिए अंतर्व स्तु विश्लेषण विद्यि का चयन किया गया है। इसमें सर्वप्रथम भारत से संबंधित राजनीतिक समाचार प्रकाशित करने वाले न्यूज पोर्टल में से पांच न्यूज पोर्टल को सिम्पल रैंडम सैम्पलिंग प्रविधि से चुना गया है। जो कि निम्न हैं- अलजजीरा, बी बीसी, सीएनएन, नवभारत टाइम्स (एनबीटी) और सिन्हुआ। इन न्यूज पोर्टल्स का चयन करते समय यह ध्यान रखा गया है कि विश्व के सभी प्रमुख क्षेत्रों को प्रतिनिधित्व मिल जाए। शोध के लिए चुने गए न्यूज पोर्टल में राजनीतिक समाचार का चयन उद्देश्यपरक नमूनीकरण (पर्फिजिव सैम्पलिंग) प्रविधि से किया गया है। केवल वे ही समाचार सैम्पल के रूप में चयनित किए गए हैं जो न्यूनतम दो न्यूज पोर्टल पर प्रकाशित किए गए हैं। वीमर और डोमनिक के अनुसार ‘अर्तवस्तु विश्लेषण में विश्लेषण की इकाई का चयन सबसे महत्वपूर्ण है, यह इकाई छोटो जरूर होती है लेकिन उतनी ही बेशकीमती भी होती है।’

अध्ययन की अवधि : प्रस्तुत शोध में छह माह की अवधि के दौरान चयनित पांच न्यूज पोर्टल में प्रकाशित समाचार को सम्मिलित किया गया है। लोकसभा चुनाव-2014 के मीडिया कवरेज को भी स्थान मिला है। शोध के दौरान 12 जनवरी से आंकड़ों को एकत्र करना शुरू किया गया जो 11 जुलाई तक लगातार जारी रहा।

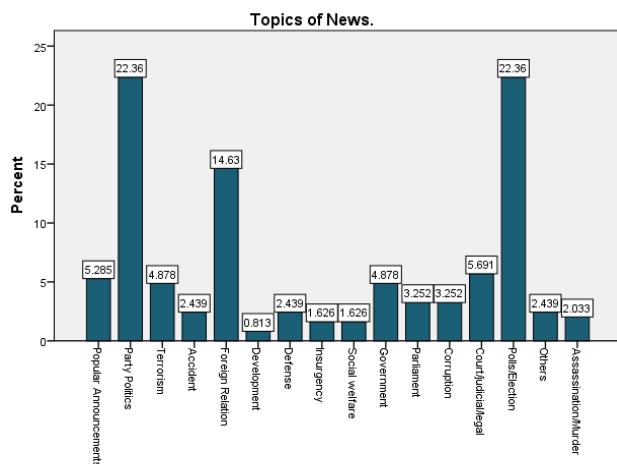
आंकड़ों का विश्लेषण

न्यूज पोर्टल समूह में प्रकाशित समाचार का अध्ययन (Portals where news simultaneously published.)



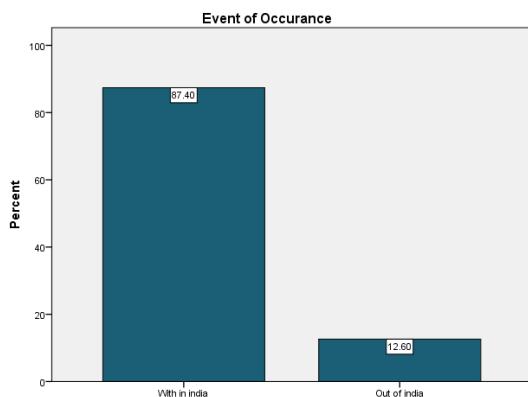
दो न्यूज पोर्टल समूह के अंतर्गत बीबीसी-एनबीटी म सर्वाधिक 21.1% समाचार प्रकाशित किए गए हैं। इथ्यमेव एनबीटी-सिन्हुआ पर 18.7% समाचार प्रकाशित किए गए हैं। शोध के दौरान स्पष्ट होता है कि अलजजीरा-बीबीसी, अलजजीरा-सीएनएन, बीबीसी-सीएनएन, सीएनएन-सिन्हुआ व सीएनएन-एनबीटी न्यूज पोर्टल समूह में एक भी समाचार प्रकाशित नहीं किया गया है। तीन न्यूज पोर्टल समूह में बीबीसी-एनबीटी-सिन्हुआ में सर्वाधिक 8.13% समाचार प्रकाशित किए गए हैं। इथ्यमेव अलजजीरा-बीबीसी-एनबीटी समूह में 6.5% समाचार प्रकाशित किए गए हैं। वहीं, बीबीसी-सीएनएन-एनबीटी और बीबीसी-सीएनएन-सिन्हुआ में एक भी समाचार प्रकाशित करने में रुचि नहीं दिखाई गई है। चार न्यूज पोर्टल समूह में अलजजीरा-बीबीसी-एनबीटी-सिन्हुआ में सर्वाधिक 16.3% समाचार प्रकाशित किए गए हैं। वहीं, अलजजीरा-बीबीसी-सीएनएन-सिन्हुआ न्यूज पोर्टल समूह में कोई भी समाचार प्रकाशित नहीं किया गया है। शोध के लिए चयनित सभी पांच न्यूज पोर्टल्स अलजजीरा-बीबीसी-सीएनएन-एनबीटी-सिन्हुआ समूह में 6.1% समाचार प्रकाशित किए गए हैं। सभी न्यूज पोर्टल का व्यक्तिगत अध्ययन किया जाए तो पता चलता है कि सबसे ज्यादा 239 समाचार एनबीटी पर प्रकाशित किए गए हैं। इसके बाद बीबीसी में 164, सिन्हुआ में 148 और अलजजीरा में 113 समाचार प्रकाशित किए गए हैं। सीएनएन में सबसे कम मात्र 25 समाचार प्रकाशित किए गए हैं।

समाचार के विषय का अध्ययन (Topic of news.)



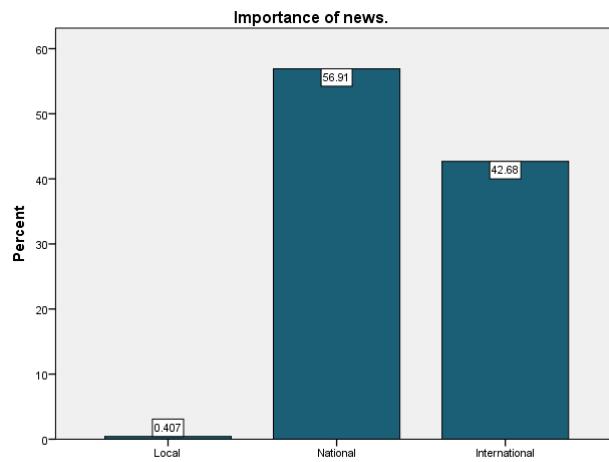
दलगत राजनीति व चुनाव/मतदान विषय के समान रूप से सर्वाधिक 22.4% समाचार प्रकाशित किए गए हैं। इसके साथ ही विदेश संबंध विषय के भी 14.6% समाचार प्रकाशित किए गए हैं। इसके विपरीत विकास से जुड़े राजनीतिक विषय के सबसे कम 0.8% समाचार प्रकाशित किए गए हैं।

घटना के स्थान का अध्ययन (Event of occurrence.)



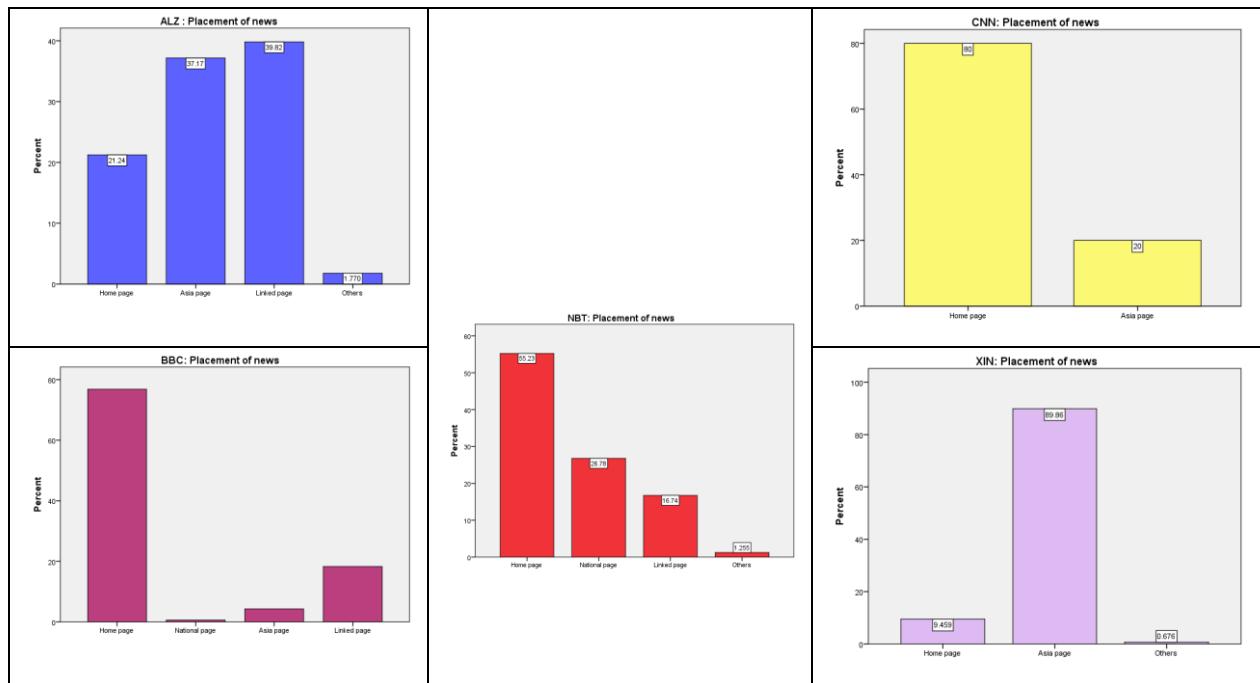
भारतभूमि में घटित भारत से संबंधित राजनीतिक घटनाक्रम को सभी न्यूज पोर्टल पर सबसे अधिक महत्व दिया गया। कुल प्रकाशित समाचार में से 87.4% तो भारत में हुए घटनाक्रम पर आधारित रहा। वहीं, केवल 12.6% समाचार व वदेशों में हुए घटनाक्रम पर आधारित रहे।

समाचार के महत्व का अध्ययन (Importance of news.)



न्यूज पोर्टल्स पर सबसे अधिक 56.9% राष्ट्रीय समाचार प्रकाशित किए गए हैं। इसके बाद 42.7% अंतरराष्ट्रीय समाचार प्रकाशित किए गए हैं। वहाँ, मात्र 0.4% क्षेत्रीय समाचार प्रकाशित किए गए हैं।

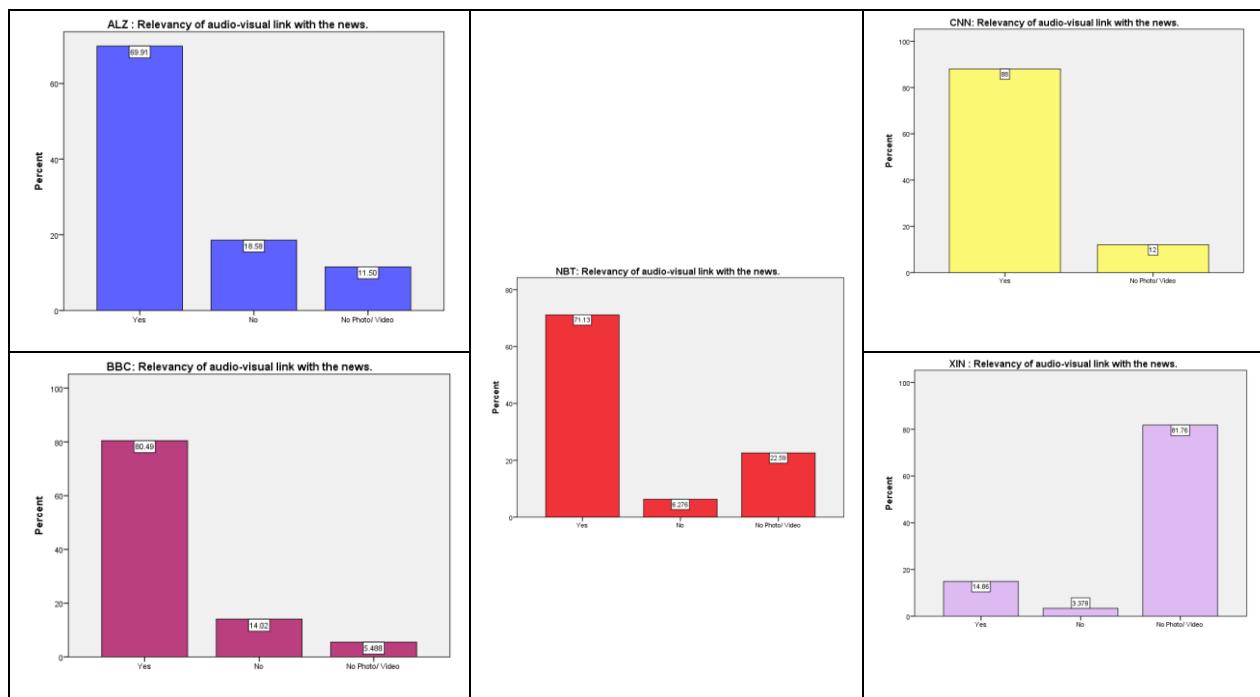
समाचार के प्रकाशन स्थान का अध्ययन (Placement of news)



सीएनएन न्यूज पोर्टल में प्रकाशित कुल समाचार में से 80% को होम पेज में स्थान मिला है। वहाँ, बीबीसी में प्रकाशित कुल समाचार में से तीन चौथाई (76.8%) से भी अधिक होम पेज में प्रकाशित किए गए हैं। एनबीटी में भी प्रकाशित कुल समाचार में से 55.2% होम पेज में हैं। अलजजीरा में मात्र 21.2% समाचार होम पेज में प्रकाशित किए गए हैं त

वहीं, सिन्हुआ में मात्र 9.5% समाचार को होम पेज में स्थान मिला है। एनबीटी में 26.8% समाचार नेशनल पेज में प्रकाशित किए गए हैं तो वहीं, बीबीसी में मात्र 0.6% समाचार को राष्ट्रीय पेज में स्थान मिला है। इसके विपरीत अलजजीरा, सीएनएन और सिन्हुआ में राष्ट्रीय पेज में किसी भी समाचार में स्थान नहीं दिया गया है। सिन्हुआ में सर्वाधिक 89.9% समाचार एशिया पेज पर प्रकाशित किए गए हैं तो वहीं, अलजजीरा में 37.2% और सीएनएन में 20.0% समाचार को एशिया पेज में स्थान मिला है। इसके विपरीत बीबीसी में मात्र 4.3% समाचार को एशिया पेज में स्थान मिला है तो एनबीटी पर कोई भी भारत से संबंधित राजनीतिक समाचार एशिया पेज में प्रकाशित नहीं किया गया है। अलजजीरा में सर्वाधिक 39.8% समाचार लिंक पेज में प्रकाशित किए गए हैं। इसके साथ ही बीबीसी में 18.3% व एनबीटी में 16.7% समाचार को लिंक पेज में स्थान मिला है। इसके विपरीत सीएनएन और सिन्हुआ में लिंक पेज में भारत से संबंधित किसी भी राजनीतिक समाचार को स्थान नहीं मिला है।

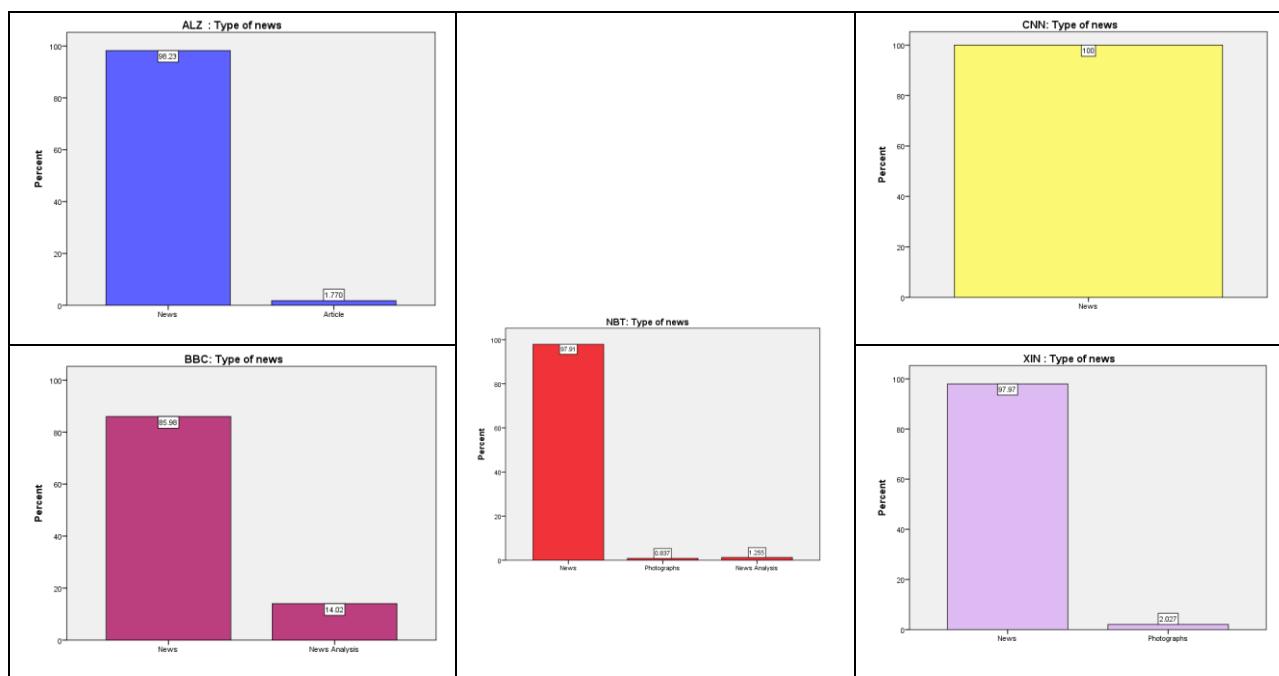
समाचार के साथ मल्टीमीडिया के संगत प्रयोग का अध्ययन (Relevancy of audio-visual link with the news)



समाचार सभी पठनीय है जब उसके साथ मल्टीमीडिया का गठजोड़ हो। प्रकृति का नियम है जो लाभदायक है, उससे नुकसान भी संभव है। ऐसे में यदि भूलवश यदि समाचार की प्रकृति के विपरीत मल्टीमीडिया का उपयोग कर लिया जाए तो यह अर्थ का अनर्थ भी कर सकता है। न्यूज पोर्टल बीबीसी में सर्वाधिक 94.5% समाचार के साथ मल्टीमीडिया का उपयोग किया, जिसमें से 14.0% मल्टीमीडिया समाचार के अनुरूप नहीं थे। अलजजीरा में भी 88.5% समाचार के साथ मल्टीमीडिया का प्रयोग किया गया लेकिन इसमें से 18.6% मल्टीमीडिया लिंक समाचार के अनुसार नहीं थे। सीएनएन में 88.0% समाचार के साथ मल्टीमीडिया लिंक का प्रयोग किया गया और सभी समचार के संगत ही थे। एनबीटी में 77.4% समाचार के साथ मल्टीमीडिया का प्रयोग किया गया है, इसमें से 6.3% ही समाचार से असंगत पाए गए हैं। इसके विपरीत सिन्हुआ में मात्र 18.2% समाचार के साथ मल्टीमीडिया का प्रयोग किया गया है, लेकिन इसमें से भी 3.4%

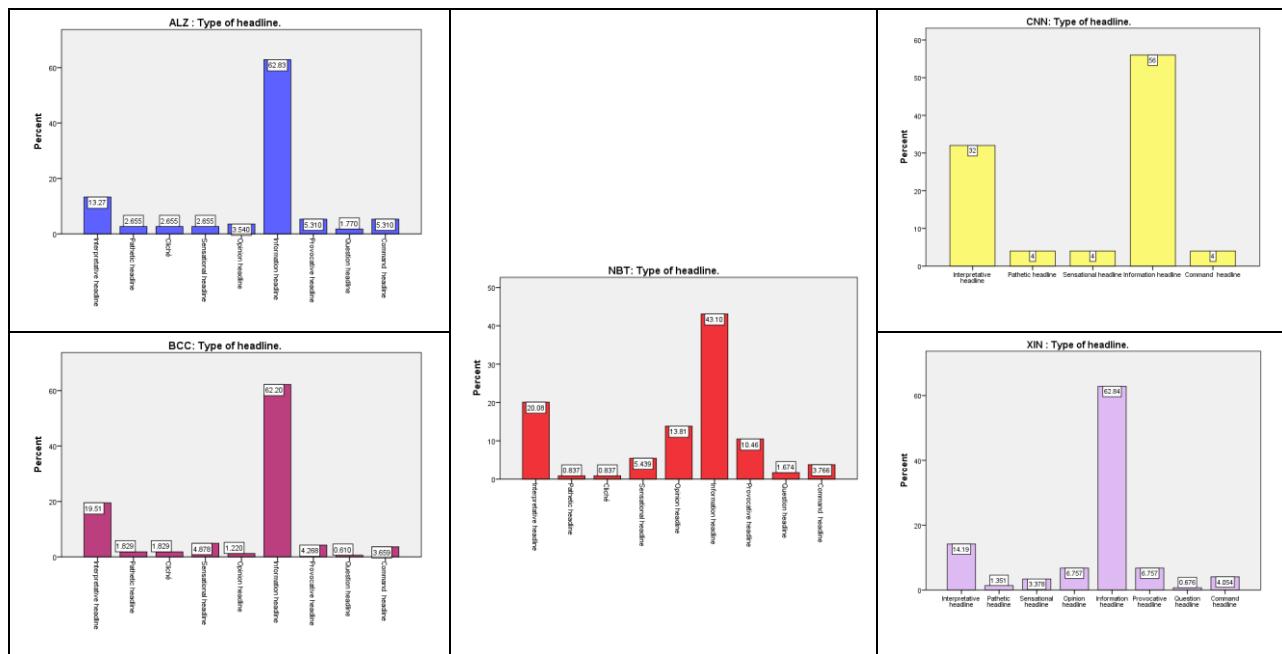
समाचार के अनुरूप ही नहीं थे।

समाचार के प्रकार का अध्ययन (Type of news)



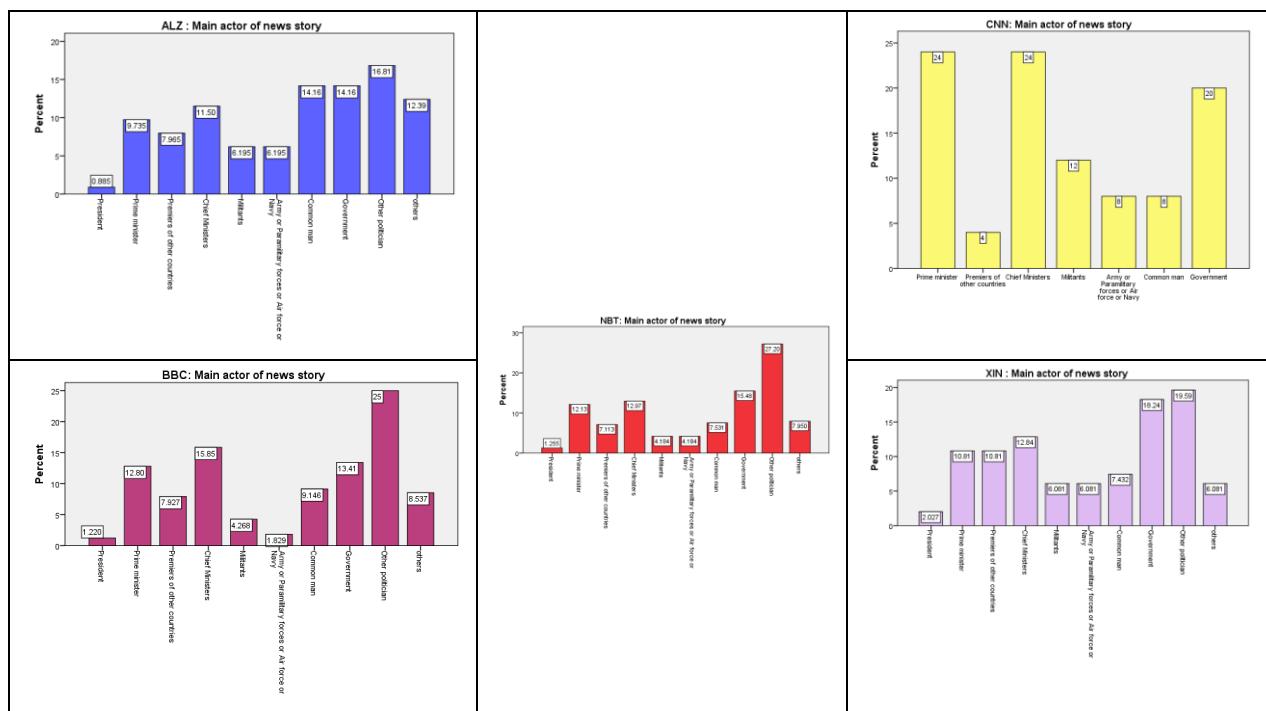
न्यूज पोर्टल सीएनएन में सतप्रतिशत समाचार ही प्रकाशित किए गए हैं। अलजीरा में 98.2%, सिन्हुआ में 98.0% व एनबीटी में 97.9% समाचार ही प्रकाशित किए गए हैं। इसके विपरीत बीबीसी में सबसे कम 86.0% समाचार प्रकाशित किए गए हैं। लेख केवल न्यूज पोर्टल अलजीरा में प्रकाशित किए गए हैं, वह भी कुल समाचार का मात्र 1.8% ही है। न्यूज पोर्टल बीबीसी में सर्वाधिक 14.0% व एनबीटी में 1.3% समाचार विश्लेषण प्रकाशित किए गए हैं। अन्य किसी न्यूज पोर्टल में भारत से संबंधित राजनीतिक समाचार के विश्लेषण प्रकाशित ही नहीं किए गए हैं। न्यूज पोर्टल सिन्हुआ में सर्वाधिक 2.0% व एनबीटी में 0.8% फोटो समाचार प्रकाशित किए गए हैं। इसके अतिरिक्त किसी भी न्यूज पोर्टल पर फोटो समाचार प्रकाशित करने में रुचि नहीं दिखाई गई है। शोध के लिए चयनित किसी न्यूज पोर्टल्स में भारत से संबंधित राजनीतिक समाचार से जुड़े फीचर, संपादकीय और बैंकग्राउंड प्रकाशित ही नहीं किए गए हैं।

समाचार के साथ प्रकाशित शीर्षक का अध्ययन (Type of headline)



न्यूज पोर्टल सीएनएन में प्रकाशित सर्वाधिक 32% समाचार के शीर्षक व्याख्यात्मक हैं। एनबीटी में भी 20.1% व बीबीसी में 19.5% समाचार में व्याख्यात्मक शीर्षक प्रयुक्त किए गए हैं। इसके विपरीत अलजजीरा में सबसे कम 13.3% समाचार के साथ व्याख्यात्मक शीर्षक प्रयुक्त किए गए हैं। सिन्हुआ में 14.2% समाचार में व्याख्यात्मक शीर्षक लगे हैं। न्यूज पोर्टल एनबीटी में प्रकाशित सर्वाधिक 5.4% समाचार में सनसनीखेज शीर्षक का प्रयोग किया गया है। बीबीसी में भी 4.9% व सीएनएन में 4.0% समाचार के साथ सनसनीखेज शीर्षक प्रयुक्त किए गए हैं। इसके विपरीत अलजजीरा में मात्र 2.7% समाचार के शीर्षक सनसनीखेज हैं। सिन्हुआ में 3.4% समाचारों के शीर्षक सनसनीखेज हैं। न्यूज पोर्टल एनबीटी में प्रकाशित सर्वाधिक 13.8% समाचार के शीर्षक विचारात्मक हैं। सिन्हुआ में भी 6.8% व अलजजीरा में 3.5% समाचार के शीर्षक विचारात्मक हैं। इसके विपरीत बीबीसी में प्रकाशित मात्र 1.2% समाचार के शीर्षक विचारात्मक हैं। सीएनएन में विचारात्मक शीर्षक के साथ कोई भी समाचार प्रकाशित नहीं किया गया है। न्यूज पोर्टल सिन्हुआ व अलजजीरा में समान रूप से प्रकाशित 62.8% समाचार के शीर्षक सूचनात्मक हैं। बीबीसी में भी 62.2% समाचार के शीर्षक सूचनात्मक हैं। इसके विपरीत एनबीटी में सबसे कम 43.1% समाचार के शीर्षक सूचनात्मक हैं तो वहीं सीएनएन में प्रकाशित 56% समाचारों के। न्यूज पोर्टल एनबीटी में प्रकाशित सर्वाधिक 10.5% समाचार के शीर्षक उत्तेजक हैं। सिन्हुआ में 4% प्रकाशित 6.8% समाचार के शीर्षक उत्तेजक हैं। बीबीसी में 4.3% व अलजजीरा में 5.3% समाचार के शीर्षक उत्तेजक हैं। सीएनएन में उत्तेजक शीर्षक के साथ कोई भी समाचार प्रकाशित नहीं किया गया है। न्यूज पोर्टल अलजजीरा में प्रकाशित सर्वाधिक 5.3% समाचार के शीर्षक आदेशात्मक हैं। इसके साथ ही सिन्हुआ में 4.1% व सीएनएन में 4.0% समाचार के शीर्षक आदेशात्मक हैं। इसके विपरीत बीबीसी में सबसे कम 3.7% व एनबीटी में 3.8% समाचार के शीर्षक आदेशात्मक हैं। सभी न्यूज पोर्टल में भावात्मक, घिसे-पिटे और प्रश्न शौली के शीर्षक प्रकाशित करने में अरुचि दिखाई है। समाचार के साथ नाममात्र ही इन शीर्षकों का प्रयोग किया गया है।

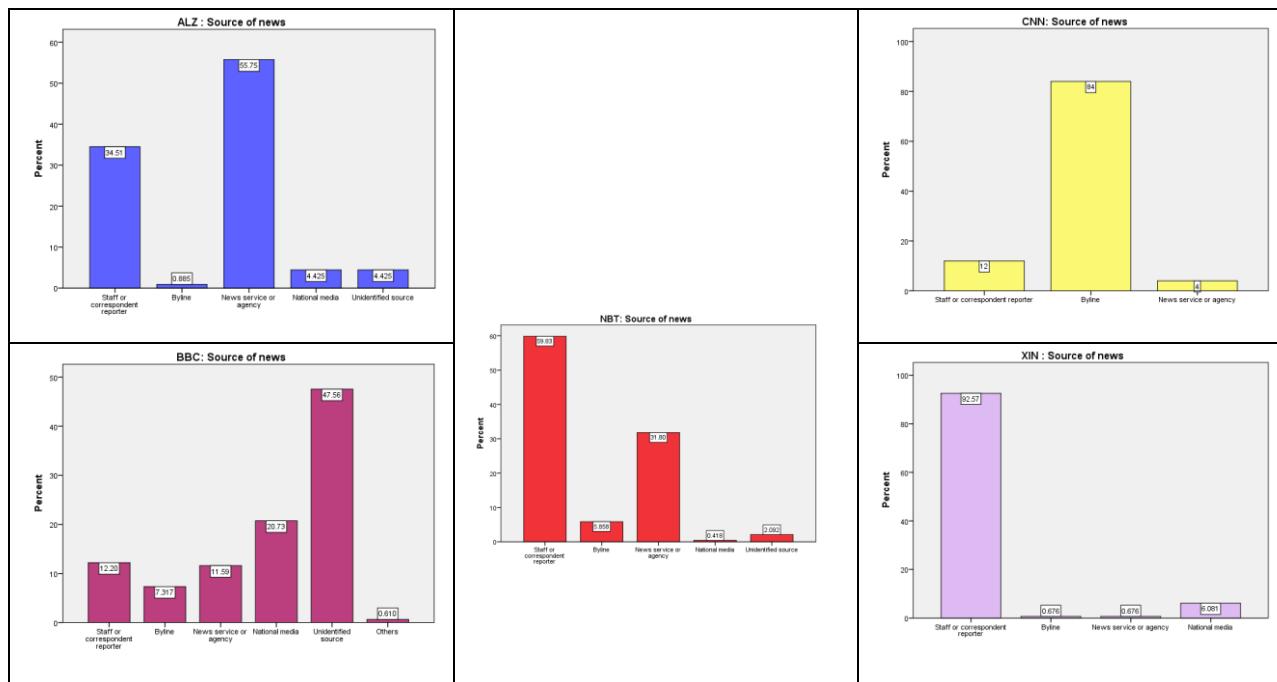
समाचार में मेन एक्टर का अध्ययन (Main actor of news story)



न्यूज पोर्टल सिन्हुआ में सर्वाधिक 2.0% समाचार में राष्ट्रपति को मेन एक्टर बनाया है। एनबीटी में भी 1.3% व बीबीसी में 1.2% समाचार राष्ट्रपति को केंद्र में रखकर प्रकाशित किए गए हैं। इसके विपरीत सीएनएन ने राष्ट्रपति को केंद्र में रखकर कोई भी समाचार प्रकाशित नहीं किया है। अलजजीरा में मात्र 0.9% समाचार में राष्ट्रपति मेन एक्टर हैं। न्यूज पोर्टल सीएनएन में सर्वाधिक 24.0% समाचार में प्रधानमंत्री को मेन एक्टर बनाया है। बीबीसी में भी 12.8% व एनबीटी में 12.1% समाचार प्रधानमंत्री को केंद्र में रखकर प्रकाशित किए गए हैं। इसके विपरीत अलजजीरा में प्रधानमंत्री को केंद्र में रखकर सबसे कम 9.7% व सिन्हुआ में मात्र 10.8% समाचार प्रकाशित किए गए हैं। न्यूज पोर्टल सिन्हुआ में प्रकाशित सर्वाधिक 10.8% समाचार में दूसरे देश के मुखिया मेन एक्टर हैं। अलजजीरा में भी 8.0% व बीबीसी में 7.9% समाचार दूसरे देश के मुखिया या प्रतिनिधि को केंद्र में रखकर प्रकाशित किए गए हैं। इसके विपरीत सीएनएन में दूसरे देश के प्रतिनिधि को केंद्र में रखकर सबसे कम 4.0% व एनबीटी में मात्र 7.1% समाचार प्रकाशित किए गए हैं। न्यूज पोर्टल सीएनएन में प्रकाशित सर्वाधिक 24.0% समाचार में मुख्यमंत्री मेन एक्टर हैं। बीबीसी में भी 15.9% व एनबीटी में 13.0% समाचार मुख्यमंत्री को केंद्र में रखकर प्रकाशित किए गए हैं। इसके विपरीत अलजजीरा में मुख्यमंत्री को केंद्र में रखकर सबसे कम 11.5% व सिन्हुआ में 12.8% समाचार प्रकाशित किए गए हैं। न्यूज पोर्टल सीएनएन में प्रकाशित सर्वाधिक 12.0% समाचार में लड़ाकू या आतंकवादी मेन एक्टर हैं। अलजजीरा में भी 6.2% व सिन्हुआ में 6.1% समाचार आतंकवादी या लड़ाकों को केंद्र में रखकर प्रकाशित किए गए हैं। इसके विपरीत एनबीटी में आतंकवादी या लड़ाकों को केंद्र में रखकर सबसे कम 4.2% व बीबीसी में 4.3% समाचार प्रकाशित किए गए हैं। न्यूज पोर्टल सीएनएन में प्रकाशित सर्वाधिक 8.0% समाचार में सेना या पुलिस मेन एक्टर है। अलजजीरा में भी 6.2% व सिन्हुआ में 6.1% समाचार सेना या

पुलिस को केंद्र में रखकर प्रकाशित किए गए हैं। इसके विपरीत बीबीसी में सेना या पुलिस को केंद्र में रखकर सबसे कम 1.8% व एनबीटी में 4.2% समाचार प्रकाशित किए गए हैं। न्यूज पोर्टल अलजजीरा में प्रकाशित सर्वाधिक 14.2% समाचार में जनसाधारण मेन एक्टर हैं। बीबीसी में भी 9.1% व सीएनएन में 8.0% समाचार जनसाधारण को केंद्र में रखकर प्रकाशित किए गए हैं। इसके विपरीत सिन्हुआ में जनसाधारण को केंद्र में रखकर सबसे कम 7.4% व एनबीटी में 7.5% समाचार प्रकाशित किए गए हैं। न्यूज पोर्टल सीएनएन में प्रकाशित सर्वाधिक 20.0% समाचार में सरकार मेन एक्टर है। सिन्हुआ में भी 18.2% व एनबीटी में 15.5% समाचार सरकार को केंद्र में रखकर प्रकाशित किए गए हैं। इसके विपरीत बीबीसी में सरकार को केंद्र में रखकर सबसे कम 13.4% व अलजजीरा में 14.2% समाचार प्रकाशित किए गए हैं। न्यूज पोर्टल एनबीटी में प्रकाशित सर्वाधिक 27.0% समाचार में अन्य राजनीतिज्ञ मेन एक्टर हैं। बीबीसी में भी 25.0% व सिन्हुआ में 19.6% समाचार अन्य राजनीतिज्ञ को केंद्र में रखकर प्रकाशित किए गए हैं। इसके विपरीत सीएनएन में अन्य राजनीतिज्ञ को मेन एक्टर मानकर कोई भी समाचार प्रकाशित नहीं किया गया है। अलजजीरा में 16.8% समाचार अन्य राजनीतिज्ञ को केंद्र में रखकर प्रकाशित किए गए हैं। न्यूज पोर्टल अलजजीरा में प्रकाशित सर्वाधिक 12.4% समाचार में राजनीतिज्ञ से इतर अन्य लोग मेन एक्टर हैं। बीबीसी में भी 8.5%, एनबीटी में 19.6% व सिन्हुआ में 6.1% समाचार राजनीतिज्ञों के अलावा किसी अन्य को केंद्र में रखकर प्रकाशित किए गए हैं। इसके विपरीत सीएनएन में राजनीतिज्ञ के अलावा किसी अन्य को केंद्र में रखकर कोई भी समाचार प्रकाशित नहीं किया गया है।

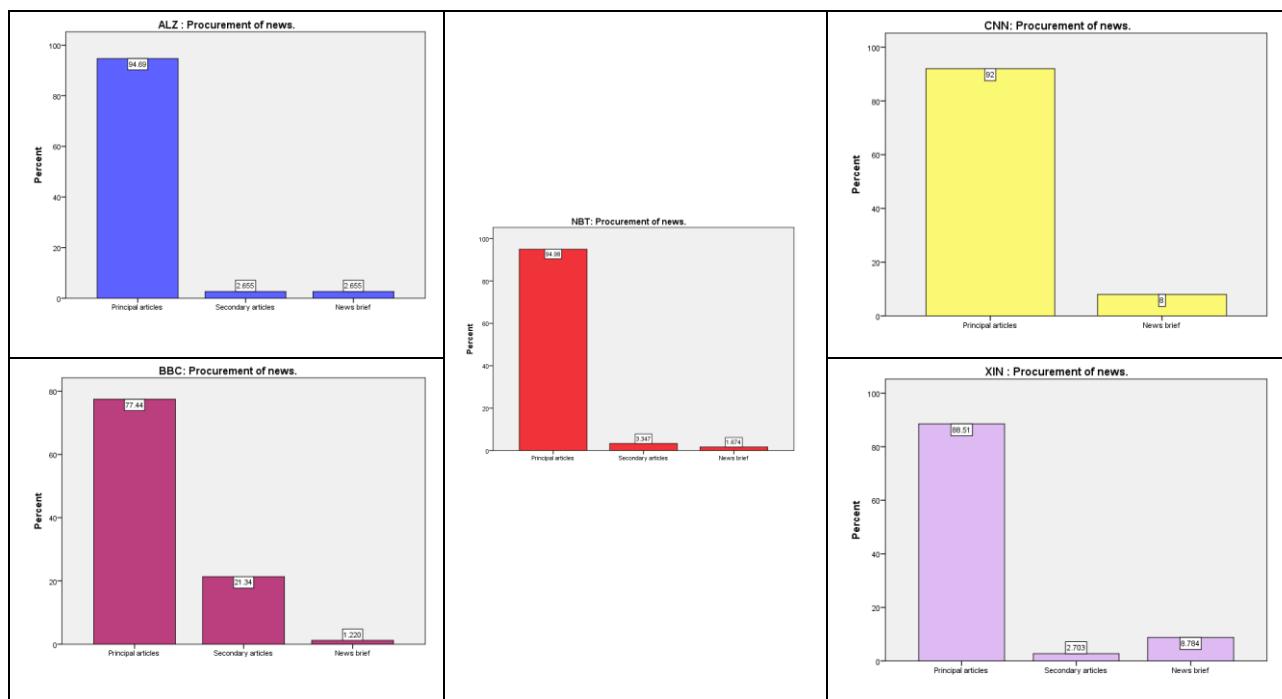
समाचार के सूत्र का अध्ययन (Source of news)



न्यूज पोर्टल सिन्हुआ में प्रकाशित सर्वाधिक 92.6% समाचार संवाददाता द्वारा संकलित किए गए हैं। एनबीटी में भी प्रकाशित 59.8% व अलजजीरा में प्रकाशित 34.5% समाचार स्टॉफ रिपोर्टर ने एकत्र किए हैं। इसके विपरीत सीएनएन में प्रकाशित सबसे कम 12.0% व बीबीसी में 12.2% समाचार खुद के संवाददाता ने एकत्र किए हैं। न्यूज पोर्टल सीएनएन में प्रकाशित सबसे कम 1.8% व एनबीटी में 4.2% समाचार खुद के संवाददाता ने एकत्र किए हैं।

एन में प्रकाशित सर्वाधिक 84.0% समाचार में संवाददाता के नाम का उल्लेख है। बीबीसी में भी प्रकाशित 7.3% व एनबीटी में प्रकाशित 5.9% समाचार बाइलाइन हैं। इसके विपरीत सिन्हुआ में सबसे कम 0.7% व अलजजीरा में 0.9% बाइला इन समाचार प्रकाशित किए गए हैं। न्यूज पोर्टल अलजजीरा में प्रकाशित सर्वाधिक 55.8% समाचार एजेंसी द्वारा संकलित किए गए हैं। एनबीटी में भी प्रकाशित 31.8% व बीबीसी में प्रकाशित 11.6% समाचार एजेंसी से लिए गए हैं। इसके विपरीत सिन्हुआ में प्रकाशित सबसे कम 0.7% व सीएनएन में 4.0% समाचार एजेंसी से प्राप्त किए गए हैं। न्यूज पोर्टल बीबीसी में प्रकाशित सर्वाधिक 20.7% समाचार राष्ट्रीय मीडिया से उद्धरित हैं। सिन्हुआ में भी प्रकाशित 6.1% व अलजजीरा में प्रकाशित 4.4% समाचार राष्ट्रीय मीडिया से उद्धरित हैं। इसके विपरीत सीएनएन में राष्ट्रीय मीडिया से कोई भी समाचार नहीं लिया गया है। एनबीटी में मात्र 0.4% समाचार राष्ट्रीय मीडिया से उद्धरित हैं। न्यूज पोर्टल बीबीसी में प्रकाशित सर्वाधिक 47.6% समाचार निबा श्रोत का उल्लेख किए प्रकाशित किए गए हैं। अलजजीरा में भी प्रकाशित 4.4% व एनबीटी में प्रकाशित 2.1% समाचार में श्रोत का उल्लेख नहीं किया गया है। इसके विपरीत सीएनएन व सिन्हुआ में श्रोत का उल्लेख किए बगैर कोई भी समाचार प्रकाशित नहीं किया गया है।

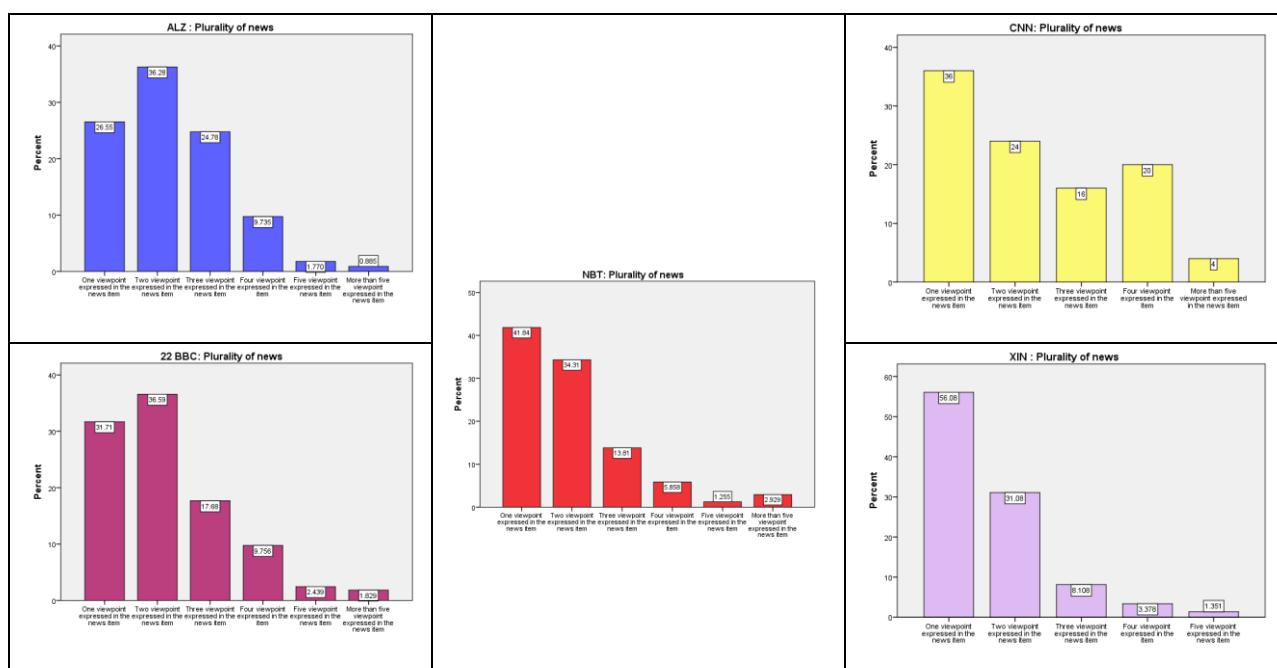
समाचार की प्रकृति का अध्ययन (Procurement of news)



न्यूज पोर्टल एनबीटी में सर्वाधिक 95.0% प्राथमिक समाचार प्रकाशित किए गए हैं। अलजजीरा में भी 94.7% व सीएनएन में 92.0% प्राथमिक समाचार प्रकाशित किए गए हैं। इसके विपरीत बीबीसी में अपेक्षाकृत कम 77.4% व सिन्हुआ में 88.5% प्राथमिक समाचार प्रकाशित किए गए हैं। न्यूज पोर्टल बीबीसी में सर्वाधिक 21.3% द्वितीयक समाचार प्रकाशित किए गए हैं। एनबीटी में भी 3.3% द्वितीयक समाचार प्रकाशित किए गए हैं। इसके विपरीत सीएनएन में एक भी द्वितीयक समाचार प्रकाशित नहीं किया गया है। यद्यपि अलजजीरा और सिन्हुआ में समान रूप से 2.7% द्वितीयक समाच

र प्रकाशित किए गए हैं। न्यूज पोर्टल सिन्हुआ में सर्वाधिक 8.8% संक्षेप समाचार प्रकाशित किए गए हैं। सीएनएन में भी 8.0% व अलजजीरा में 2.7% संक्षेप समाचार प्रकाशित किए गए हैं। इसके विपरीत बीबीसी में अपेक्षाकृत कम 1.2% व एनबीटी में 1.7% संक्षेप समाचार प्रकाशित किए गए हैं।

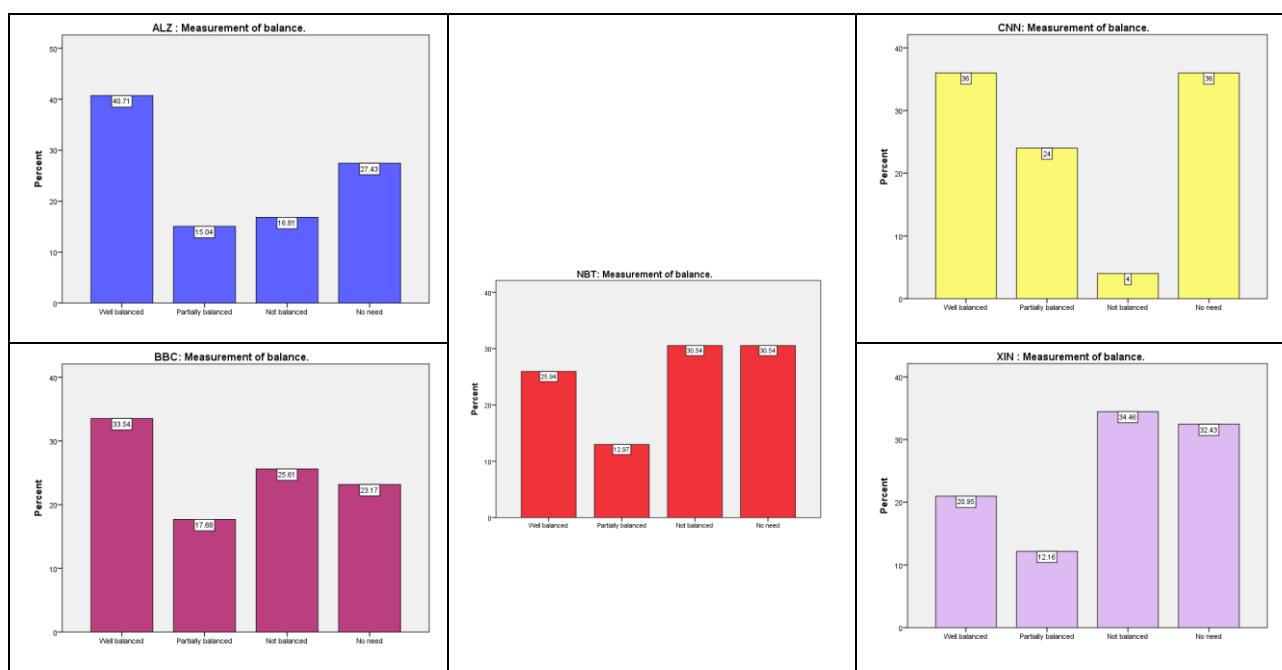
समाचार में प्लूरेलिटी का अध्ययन (Plurality in news)



न्यूज पोर्टल सिन्हुआ में प्रकाशित सर्वाधिक 56.1% समाचार में एक व्यूप्वाइंट है। एनबीटी में भी प्रकाशित 41.8% व सीएनएन में प्रकाशित 36.0% समाचार में एक व्यूप्वाइंट है। इसके विपरीत अलजजीरा में प्रकाशित सबसे कम 26.5% व बीबीसी में प्रकाशित 31.7% समाचार में एक व्यूप्वाइंट है। न्यूज पोर्टल बीबीसी में प्रकाशित सर्वाधिक 36.6% समाचार में दो व्यूप्वाइंट हैं। अलजजीरा में भी प्रकाशित 36.3% व एनबीटी में प्रकाशित 34.3% समाचार में दो व्यूप्वाइंट हैं। इसके विपरीत सीएनएन में प्रकाशित अपेक्षाकृत सबसे कम 24.0% व सिन्हुआ में प्रकाशित 31.1% समाचार में दो व्यूप्वाइंट हैं। न्यूज पोर्टल अलजजीरा में प्रकाशित सर्वाधिक 24.8% समाचार में तीन व्यूप्वाइंट हैं। बीबीसी में भी प्रकाशित 17.7% व सीएनएन में प्रकाशित 16.0% समाचार में तीन व्यूप्वाइंट हैं। इसके विपरीत सिन्हुआ में प्रकाशित अपेक्षाकृत सबसे कम 8.1% व एनबीटी में प्रकाशित 13.8% समाचार में तीन व्यूप्वाइंट हैं। न्यूज पोर्टल सीएनएन में प्रकाशित सर्वाधिक 20.0% समाचार में चार व्यूप्वाइंट हैं। बीबीसी में भी प्रकाशित 9.8% व अलजजीरा में प्रकाशित 9.7% समाचार में चार व्यूप्वाइंट हैं। इसके विपरीत सिन्हुआ में प्रकाशित अपेक्षाकृत सबसे कम 3.4% व एनबीटी में प्रकाशित 5.9% समाचार में चार व्यूप्वाइंट हैं। न्यूज पोर्टल बीबीसी में प्रकाशित सर्वाधिक 2.4% समाचार में पांच व्यूप्वाइंट हैं। अलजजीरा में भी प्रकाशित 1.8% व सिन्हुआ में प्रकाशित 1.4% समाचार में पांच व्यूप्वाइंट हैं। सीएनएन में पांच व्यूप्वाइंट के साथ एक भी समाचार प्रकाशित नहीं किया गया है। यद्यपि एनबीटी में प्रकाशित 1.3% समाचार में पांच व्यूप्वाइंट हैं। न्यूज पोर्टल सीएन

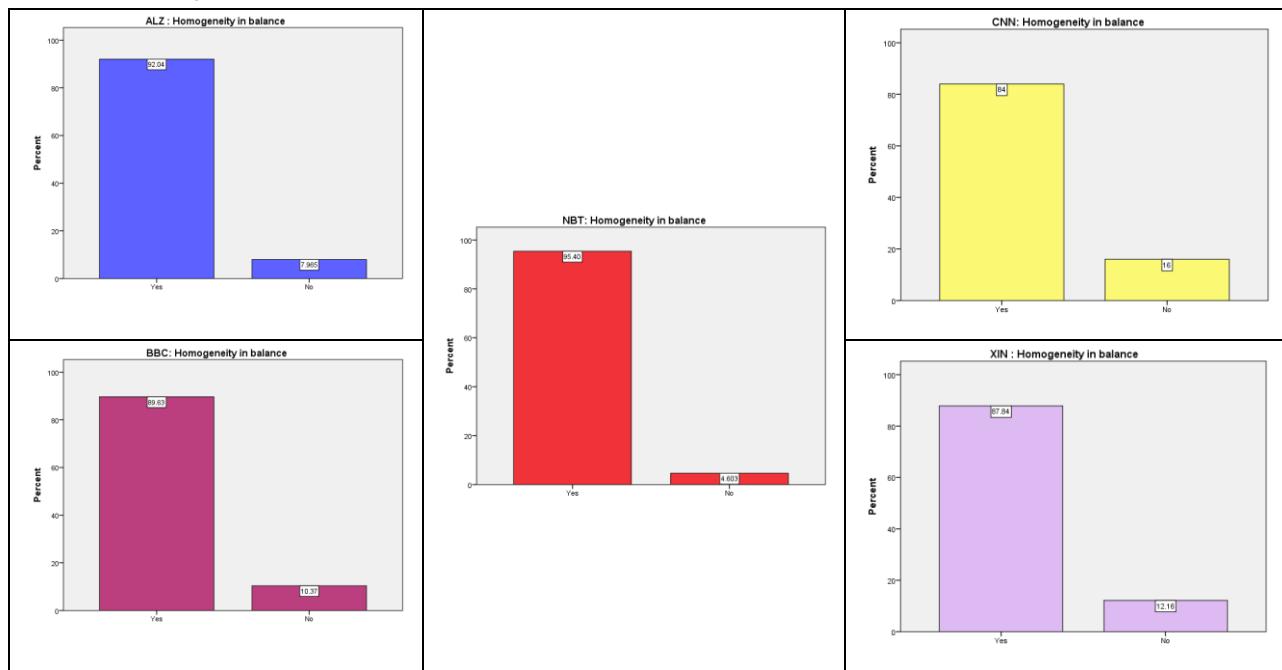
एन में प्रकाशित सर्वाधिक 4.0% समाचार में पांच से अधिक व्यूप्वाइंट हैं। एनबीटी में भी प्रकाशित 2.8% व बीबीसी में प्रकाशित 1.8% समाचार में पांच से अधिक व्यूप्वाइंट हैं। इसके विपरीत सिन्हुआ में पांच से अधिक व्यूप्वाइंट के साथ एक भी समाचार प्रकाशित नहीं किया गया है। यद्यपि अलजजीरा में प्रकाशित 0.9% समाचार में पांच से अधिक व्यूप्वाइंट हैं।

समाचार में संतुलन का मापन (Measurement of balance in news)



न्यूज पोर्टल अलजजीरा में प्रकाशित सर्वाधिक 40.7% समाचार पूर्ण रूप से संतुलित हैं। सीएनएन में भी प्रकाशित 36.0% व बीबीसी में प्रकाशित 33.5% समाचार पूर्ण संतुलित हैं। इसके विपरीत सिन्हुआ में प्रकाशित सबसे कम 20.9% व एनबीटी में प्रकाशित 25.9% समाचार पूर्ण संतुलित हैं। न्यूज पोर्टल सीएनएन में प्रकाशित सर्वाधिक 24.0% समाचार आंशिक संतुलित हैं। बीबीसी में भी प्रकाशित 17.7% व अलजजीरा में प्रकाशित 15.0% समाचार आंशिक संतुलित हैं। इसके विपरीत सिन्हुआ में प्रकाशित सबसे कम 12.2% व एनबीटी में प्रकाशित 13.0% समाचार आंशिक संतुलित हैं। न्यूज पोर्टल सिन्हुआ में प्रकाशित सर्वाधिक 34.5% समाचार असंतुलित हैं। एनबीटी में भी प्रकाशित 30.5% व बीबीसी में प्रकाशित 25.6% समाचार असंतुलित हैं। इसके विपरीत सीएनएन में प्रकाशित सबसे कम 4.0% व अलजजीरा में प्रकाशित 16.8% समाचार असंतुलित हैं। न्यूज पोर्टल सीएनएन में प्रकाशित सर्वाधिक 36.0% समाचार को संतुलित करने की जरूरत नहीं है। सिन्हुआ में भी प्रकाशित 32.4% व एनबीटी में प्रकाशित 30.5% समाचार का संतुलित करने की आवश्यकता महसूस नहीं की गई। इसके विपरीत बीबीसी में प्रकाशित सबसे कम 23.2% व अलजजीरा में प्रकाशित 27.4% समाचार को संतुलित करने की आवश्यकता नहीं है।

समाचार के संतुलन में समानता का अध्ययन (Homogeneity in balance of news)



न्यूज पोर्टल एनबीटी में प्रकाशित सर्वाधिक 95.4% समाचार का संतुलन अन्य न्यूज पोर्टल में प्रकाशित समाचार के समान किया गया है। यानी समाचार के सभी पक्ष बराबर हैं। अलजीरा में प्रकाशित 92.0% व बीबीसी में प्रकाशित 89.6% समाचार का संतुलन अन्य न्यूज पोर्टल के समान किया गया है। इसके विपरीत सीएनएन में प्रकाशित अपेक्षाकृत सबसे कम 84.0% व सिन्हुआ में प्रकाशित 87.8% समाचार को अन्य न्यूज पोर्टल में प्रकाशित समाचार के समान संतुलित किया गया है। न्यूज पोर्टल सीएनएन में प्रकाशित सर्वाधिक 16.0% समाचार को अन्य न्यूज पोर्टल में प्रकाशित समाचार से अलग ढंग से संतुलित किया गया है। सिन्हुआ में प्रकाशित 12.2% व बीबीसी में प्रकाशित 10.4% समाचार के संतुलन में विषमता है।

निष्कर्ष

एनबीटी भारतीय उपमहाद्वीप का न्यूज पोर्टल होने के नाते भारत से संबंधित घटनाक्रम को वरीयता देता है। इस के साथ ही समाचार का चयन, समाचार की अंतर्वस्तु एवं समाचार का प्रस्तुतीकरण बेहतर ढंग से किया जाता है। मुख्य रूप से भारत से संबंधित राजनीतिक घटनाक्रम एनबीटी न्यूज पोर्टल के होम पेज में लीड बने रहे। जबकि अन्य देशों से प्रकाशित न्यूज पोर्टल का अध्ययन करने से स्पष्ट है कि यूनाइटेड किंगडम से प्रकाशित बीबीसी भारत से संबंधित राजनीतिक घटनाक्रम से सर्वाधिक प्रभावित रहा। समाचार चयन के संदर्भ में बीबीसी ने भारत के राजनीतिक घटनाक्रम से संबंधित एक बहुत बड़े भाग को अपने होम पेज पर प्रमुखता से प्रकाशित किया है। इससे सिद्ध होता है कि ब्रिटिश मीडिया भारत से संबंधित राजनीतिक गतिविधियों पर काफी महत्व देता है। दोहा से प्रकाशित अलजीरा न्यूज पोर्टल ने कुछ प्रकाशित समाचार के अपेक्षाकृत कम भाग को होमपेज पर जगह दी है। समाचार चयन में चीन से प्रकाशित सिन्हुआ न्यूज पोर्टल चौथे स्थान पर रहा और नाममात्र के भारत से संबंधित राजनीतिक समाचार को होम पेज पर स्थान दिया गया जबकि

समाचार चयन में पांचवें स्थान पर रहे सीएनएन ने चुने हुए लगभग सभी समाचार को होम पेज पर जगह दी है। इससे स्पष्ट है कि भारत की राजनीतिक गतिविधियों को भारतीय मीडिया के अलावा बिटिश मीडिया में सर्वाधिक महत्व दिया गया है। अलजजीरा भारतीय राजनीतिक गतिविधियों का महत्व देने वाला दूसरा गैर भारतीय न्यूज पोर्टल है। इसके साथ ही तीसरे व चौथे स्थान पर क्रमशः सिन्हुआ व सीएनएन रहे। स्पष्ट है कि भारत से अमेरिका के बेहतर संबंध होने के बावजूद अमेरिकी मीडिया द्वारा भारतीय राजनीति से संबंधित समाचार को सबसे कम महत्व दिया गया है। जबकि अरब देशों व चीन की मीडिया में भारत से संबंधित राजनीतिक गतिविधियों को अपेक्षाकृत काफी अधिक स्थान दिया गया है। चीन की मीडिया में भारत से संबंधित राजनीतिक समाचार को होम पेज पर स्थान देते के बजाए एशिया पेज पर प्रमुखता से स्थान देता है। इसी तरह अरब देशों का न्यूज पोर्टल अलजजीरा भारत से संबंधित राजनीतिक समाचार को लिंक्ड पेज पर प्रकाशित करता है।

सभी न्यूज पोर्टल्स में भारत से संबंधित राजनीतिक समाचार को महत्व के अनुसार प्रकाशित जाता है। राष्ट्रीय महत्व के समाचार को सर्वाधिक तो अंतरराष्ट्रीय महत्व के समाचार को सम्मानजनक स्थान दिया जाता है। न्यूज पोर्टल्स पर भारत से संबंधित श्रेत्रीय महत्व के राजनीतिक समाचार को न्यूज पोर्टल पर स्थान नहीं दिया जाता है। इसी प्रकार न्यूज पोर्टल पर भारत से संबंधित राजनीतिक समाचार में दलगत राजनीतिक, चुनावी सरगर्मी व विदेश संबंध आदि मुद्दों को अधिक महत्व दिया जाता है जबकि विकास से जुड़े मुद्दों को राजनीतिक समाचार में स्थान नहीं मिल पाता है।

सभी न्यूज पोर्टल्स न्यूज स्टोरी को प्रमुखता से प्रकाशित करते हैं। यद्यपि सीएनएन अग्रणी है तो बीबीसी सबसे पीछे। अलजजीरा, सिन्हुआ और एनबीटी में भी न्यूज स्टोरी को प्रकाशित करने को महत्व दिया जाता है। बीबीसी में समाचार विश्लेषण अपेक्षाकृत अधिक प्रकाशित किए जाते हैं। सिन्हुआ में फोटो फीचर अपेक्षाकृत अधिक प्रकाशित किए जाते हैं। इससे स्पष्ट है कि अमेरिकन मीडिया में भारत से संबंधित राजनीतिक समाचार को अन्य विधाओं के बजाय स्टोरी के रूप में प्रकाशित करने में अधिक महत्व दिया जाता है। ब्रिटेन की मीडिसभी न्यूज पोर्टल्स न्यूज स्टोरी को प्रमुखता से प्रकाशित करते हैं। यद्यपि सीएनएन अग्रणी है तो बीबीसी सबसे पीछे। अलजजीरा, सिन्हुआ और एनबीटी में भी न्यूज स्टोरी को प्रकाशित करने को महत्व दिया जाता है। बीबीसी में समाचार विश्लेषण अपेक्षाकृत अधिक प्रकाशित किए जाते हैं। सिन्हुआ में फोटो फीचर अपेक्षाकृत अधिक प्रकाशित किए जाते हैं। इससे स्पष्ट है कि अमेरिकन मीडिया में भारत से संबंधित राजनीतिक समाचार को अन्य विधाओं के बजाय स्टोरी के रूप में प्रकाशित करने में अधिक महत्व दिया जाता है। ब्रिटेन की मीडिया में भारत से संबंधित राजनीतिक समाचार न्यूज एनालिसिस के रूप में अपेक्षाकृत अधिक प्रकाशित किए जाते हैं। चीन की मीडिया में भारत से संबंधित राजनीतिक समाचार को फोटो फीचर के रूप में अपेक्षाकृत अधिक प्रकाशित किया जाता है।

सभी न्यूज पोर्टल्स में भारत से संबंधित राजनीतिक समाचार को सूचनात्मक शीर्षक के साथ प्रकाशि करने में अधिक रुचि दिखाई जाती है। यद्यपि सिन्हुआ, अलजजीरा व बीबीसी अग्रणी हैं। भारत से संबंधित राजनीतिक समाचार व्याखात्मक शीर्षक के साथ सीएनएन में अपेक्षाकृत अधिक प्रकाशित किए जाते हैं। उत्तेजक व सनीखेज शीर्षक देने में एनबीटी न्यूज पोर्टल सबसे आगे रहा तो अलजजीरा सबसे पीछे। इससे स्पष्ट है कि एनबीटी में समाचार के सूचनात्मक पक्ष पर कम ध्यान देकर सनसनीखेज प्रस्तुतीकरण पर अधिक ध्यान दिया जाता है। यह भी स्पष्ट हो जाता है कि भारतीय मीडिया भारत से संबंधित राजनीतिक मामलों के सनसनीखेज प्रस्तुतीकरण में सर्वाधिक दिलचस्पी लेता है।

यूज पोर्टल सीएनएन में प्रधानमंत्री व मुख्यमंत्री को मैन ऐक्टर मानकर सर्वाधिक समाचार प्रकाशित किए गए हैं। इसके साथ ही बीबीसी व एनबीटी में भी इन्हें ही केंद्र में रखकर अपेक्षाकृत अधिक समाचार प्रकाशित किए गए हैं। इससे स्पष्ट है कि अमेरिका की मीडिया में भारत के प्रधानमंत्री या किसी राज्य के मुख्यमंत्री को केंद्र में रखकर समाचार

प्रकाशित करने में अधिक रुचि दिखाई जाती है। इसके साथ ही ब्रिटेन व भारत की मीडिया में प्रधानमंत्री व मुख्यमंत्री से जुड़े समाचार को अधिक महत्व मिलता है।

क्रमशः न्यूज पोर्टल बीबीसी, अलजजीरा, सीएनएन व एनबीटी में सर्वाधिक मल्टीमीडिया का उपयोग किया गया है। यद्यपि समाचार के साथ मल्टीमीडिया का सही संयोजन करने में सीएनएन अग्रणी रहा है, जबकि अलजजीरा फिस डिढ़ी। सिन्हुआ में तो मल्टीमीडिया के साथ नाममात्र ही समाचार प्रकाशित किए गए हैं, उनका भी सही तरह से संयोजन नहीं किया गया है। इसके साथ ही ब्रिटेन की मीडिया में व भारत की मीडिया में भारत से संबंधित राजनीतिक समाचार के साथ उनके अनुरूप ही मल्टीमीडिया का प्रयोग किया गया है। अरब देशों की मीडिया में भारत से संबंधित राजनीतिक समाचार के साथ उनके अनुरूप ही मल्टीमीडिया का प्रयोग अपेक्षाकृत सबसे खराब ढंग से किया जाता है।

सीएनएन न्यूज पोर्टल लगभग सभी समाचार अपने संवाददाताओं से कवरेज करवाकर प्रकाशित किए। सिन्हुआ और एन बीटी में भी अपेक्षाकृत अधिक समाचार स्वयं के स्रोतों से प्रकाशित किए गए हैं। यद्यपि अलजजीरा व एनबीटी ने न्यूज ए जेंसी से प्राप्त समाचार को प्रमुखता से प्रकाशित किया है। बीबीसी में अधिकांश समाचार या तो बिना स्रोत का उल्लेख फिर किए प्रकाशित किए गए या राष्ट्रीय मीडिया से उद्धरित हैं। स्पष्ट है कि न्यूज पोर्टल सीएनएन, सिन्हुआ व एनबीटी अपने संवाददाता के सजाल पर ज्यादा निर्भर है और समाचार की प्रमाणिकता के लिए उन्हीं से समाचार एकत्र करवाता है। एन बीटी संवाददाताओं पर आश्रित तो है ही न्यूज ए जेंसी से भी काफी खबरें लेता है। अलजजीरा अपने नेटवर्क से ज्यादा न्यूज ए जेंसी पर आश्रित है। बीबीसी के संवाददाताओं का जाल तो पूरे विश्व में फैला है लेकिन इसके बाद न्यूज पोर्टल में प्रकाशित होने वाले समाचार या तो बिना स्रोत का उल्लेख किए प्रकाशित किए जाते हैं या राष्ट्रीय मीडिया से उद्धरित हैं। न्यूज पोर्टल अलजजीरा, बीबीसी व सीएनएन में प्रकाशित समाचार में मीडिया प्लॉरेलिटी यानी विचारों में भिन्नता अधिक है। इससे स्पष्ट है कि इन अरब देश, ब्रिटेन व अमेरिका की मीडिया में प्रकाशित भारत से संबंधित राजनीतिक समाचार में पक्ष व विपक्ष दोनों के विचारों को पूर्ण रूप से महत्व दिया जाता है। सिन्हुआ व एनबीटी में प्रकाशित राजनीतिक समाचार में मीडिया प्लॉरेलिटी अपेक्षाकृत कम है। इससे स्पष्ट है कि चीन व भारत की मीडिया में प्रकाशित भारत से संबंधित राजनीतिक समाचार में राजनीतिज्ञ के विचारों की विविधता को अपेक्षाकृत कम स्थान दिया गया है। बीबीसी, सीएनएन व अलजजीरा अपनी वैश्विक छवि के अनुरूप समाचार में विचारों की भिन्नता को स्थान देता है, लेकिन सिन्हुआ व एनबीटी इस सीमा को लांघ नहीं पाते हैं।

न्यूज पोर्टल्स में प्रकाशित कुल समाचार का तुलनात्मक अध्ययन करने से विदित होता है कि न्यूज पोर्टल अलजजीरा में प्रकाशित सर्वाधिक समाचार संतुलित हैं। **क्रमशः** सीएनएन व बीबीसी में भी पूर्ण संतुलित समाचार औसतन अधिक प्रकाशित किए गए हैं। अनुपातिक दृष्टि से सिन्हुआ में सबसे कम संतुलित समाचार प्रकाशित किए गए हैं। इसके बाद एनबीटी का स्थान आता है। इससे स्पष्ट है कि अरब देश, अमेरिका व ब्रिटेन के न्यूज पोर्टल भारत से संबंधित राजनीतिक पूर्ण संतुलित समाचार प्रकाशित करने के प्रति ज्यादा उत्तरदायी हैं। चीन का न्यूज पोर्टल सिन्हुआ सरकारी नियंत्रण में होने के बाद भी भारत से संबंधित सर्वाधिक असंतुलित समाचार प्रकाशित करता है। मीडिया को लोकतंत्र का चौथा स्तरंभ मानने वाले भारत उपमहाद्वीप का प्रतिनिधित्व करने वाले एनबीटी न्यूज पोर्टल में भी संतुलित समाचार प्रकाशित करने में अपेक्षाकृत कम महत्व दिया जाता है। ऐसे राजनीतिक समाचार जिनमें संतुलन की आवश्यकता नहीं हो, सभी न्यूज पोर्टल में आधिक्य में प्रकाशित किए गए हैं। यद्यपि अनुपातिक दृष्टि से **क्रमशः** सीएनएन, सिन्हुआ व एनबीटी में ऐसे समाचार ज्यादा प्रकाशित हैं तो **क्रमशः** बीबीसी व अलजजीरा में कम। इसका एक स्पष्ट कारण यह भी है कि सिन्हुआ और एनबीटी समाचार का सूचनात्मक पक्ष प्रमुखता से रखता है, ऐसे में उनके संतुलन की आवश्यकता कम ही रह जाती है।

न्यूज पोर्टल एनबीटी व अलजजीरा में प्रकाशित भारत से संबंधित राजनीतिक समाचार का संतुलन में अन्य न्यूज पोर्टल में प्रकाशित समाचार की तुलना में सर्वाधिक समान तरीके से किया गया है। इसके विपरीत न्यूज पोर्टल सीएनएन व सिन्हुआ में प्रकाशित समाचार का संतुलन अन्य न्यूज पोर्टल में प्रकाशित समाचार की तुलना में अपेक्षाकृत विपरीत ढंग से किया गया है। इससे स्पष्ट है कि भारत से संबंधित राजनीतिक समाचार को संतुलन का तरीका भारत व अरब देशों की मीडिया में अपेक्षाकृत अधिक समान है तो वहीं अमेरिका व चीन की मीडिया में अपेक्षाकृत विपरीत है।

संदर्भ ग्रंथ सूची

1. कुमार, सुरेश(2004). इंटरनेट पत्रकारिता / तक्षशिला प्रकाशन, नई दिल्ली-2004, पेज- 1.
2. आइबीआइडी.8।
3. द्विवेदी, आशीष (2007)। सूचना क्रांति : समाज और संस्कृति (विज्ञान प्रौद्योगिकी और विकास के संदर्भ में)। कम्यूनिकेशन टुडे, अंक -10 (2), पृष्ठ 62-66
4. तिवारी, डॉ. अर्जुन (2007)। फोटो। संपूर्ण पत्रकारिता, पेज-399, वाराणसी : विश्वविद्यालय प्रकाशन।
5. आइबीआइडी.401।
6. तिवारी, डॉ. अर्जुन (2007)। पत्रकारिता की अवधारणा। संपूर्ण पत्रकारिता, पेज-3, वाराणसी : विश्वविद्यालय प्रकाशन।
7. तिवारी, डॉ. अर्जुन (2007)। प्रष्ठ-सज्जा। संपूर्ण पत्रकारिता, पेज-182, वाराणसी : विश्वविद्यालय प्रकाशन।
8. Brighton, P., & foy, D. (2007). How to study news values. *New values* (Pp-31-45). Landan: Sage Publication.
9. Choi, S. W. & James, P. (2007). Media Openness, Democracy and Militarized Interstate Disputes. *British Journal of Political Science*, Vol. 37(1) pp. 23-46.
10. Davis, R. & Diana, O. (1998). New Media and American Politics. New York: Oxford University Press.
11. Eyerman, J. & Hart, R. A. (1996). An Empirical Test of the Audience Cost Proposition: Democracys peaks Louder Than Words. *Journal of Conflict Resolution*, 40. Pp- 597-616(599).
12. Guha, T (2008). ICT in India: bridging the digital divide. Mass media in India. New Delhi: Publication division, Ministry of I&B(GOI), Pp 01-17.
13. Lughod I. A.(1962). International News in the Arabic Press: A Comparative Content Analysis. *The Public Opinion Quarterly*, Vol. 26(4) pp. 600-612.
14. McQuail, D. (1994) Mass Communication Theory. London: Sage.
15. Nie, N. H., Miller, D. W., Golde, S., Butler, D. M., & Winneg, K. (2010). The World Wide Web and the U.S. Political News Market. *American Journal of Political Science*, Vol. 54(2), pp. 428-439.
16. Shoemaker, P. and Reese, S.D. (1996) Mediating the Message. London: Longman
17. Stroud, N. J. (2008). Media Use and Political Predispositions: Revisiting the Concept of Selective Exposure. *Political Behavior* 30(3): 341-66.
18. Sunstein, C. R. (2001). Republic.com. Princeton, NJ: Princeton University Press.

19. Severins, J. Werner & tankard, james W. (1992). Perception and language issue in the mass media. *Communication theories: origins methods, and uses in the mass media*, Pp-55. New York.
20. Wimmer, R,D & Dominick, J.R. (2011). Content analysis. *Mass media research : an introduction*. Pp-156, Canada : Wadsworth.
21. Yadav, A. (2007). Opinion pool surveys : band-vagon are underdog effect?. *Communication Today, Vol -10 (2)*, page no. -30-42. Pp-30

ONLINE REPORTS

1. Measuring media plurality.
2. <http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/consultations/measuringplurality/statement/statement.pdf> retrieved on 07/01/2015.
3. foster, robin (2012) news plurality in digital world.
4. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/News%20Plurality%20in%20a%20Digital%20World.pdf> retrieved on 07/01/2015.
5. https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/225790/Media_Plurality_Consultation_2013.pdf retrieved on 07/01/2015.
6. Lords Communications Committee Inquiry on Media Plurality BBC Response
7. <http://www.parliament.uk/documents/lordscommittees/communications/Mediaplurality/MediaPluralityEvidence.pdf> retrieved on 07/01/2015.
8. Media plurality measurement framework – call for inputs.
9. <http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/consultations/plurality-cfi/summary/plurality-CFI.pdf> retrieved on 07/01/2015.
10. AP news values & principles. (<http://www.ap.org/company/news-values>) retrieved on 05/01/2015.
11. Source (journalism). [http://en.wikipedia.org/wiki/Source_\(journalism\)](http://en.wikipedia.org/wiki/Source_(journalism)).) retrieved on 05/01/2015.



अमित शर्मा,
शोधार्थी, जसंचार प्रबंधन एवं तकनीक विभाग, गुरु जंभेश्वर विज्ञान एवं प्रौद्योगिकी विश्वविद्यालय, हिसार (हरियाणा)