I J C R M

International Journal of Contemporary Research In Multidisciplinary

Research Article

सोशल मीडिया पर आने वाले अप्रवासन संबंधी समाचारों का अंतर्वस्तु विश्लेषण: बीबीसी और इंडिया टुडे के फेसबुक पेज का एक अध्ययन

रविन्द्र [1*], शुभम भाटिया [2], शिल्पा अग्रवाल [3], सुमन शर्मा [4], युक्ति ढड़वाल [5]

[1-4] रिसर्च स्कॉलर, जन संचार विभाग, गुरु जंभेश्वर विश्वविद्यालय, हिसार, हरियाणा, भारत

[5] रिसर्च स्कॉलर, कुरुक्षेत्र विश्वविद्यालय, कुरुक्षेत्र, हरियाणा, भारत

Corresponding Author: रविन्द्र

DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.15206662

सारांश

सोशल मीडिया वैश्विक स्तर पर समाचार प्रसार का एक महत्वपूर्ण माध्यम बन गया है, जहाँ अप्रवासन से संबंधित मुद्दे व्यापक चर्चा का विषय बने रहते हैं। यह अध्ययन बीबीसी और इंडिया टुडे के फेसबुक पेजों पर प्रकाशित अप्रवासन संबंधी समाचारों की अंतर्वस्तु का विश्लेषण करता है। शोध का उद्देश्य यह समझना है कि ये दो प्रतिष्ठित समाचार संस्थान अप्रवासन के मुद्दे को किस प्रकार प्रस्तुत करते हैं, किन नैरेटिव्स और फ्रेमिंग तकनीकों का उपयोग किया जाता है, और उनकी रिपोर्टिंग किस हद तक निष्पक्ष या पूर्वाग्रही होती है। इसके अलावा, यह अध्ययन सोशल मीडिया पर दर्शकों की सहभागिता और उनके भावनात्मक प्रतिक्रियाओं का विश्लेषण करता है ताकि यह समझा जा सके कि अप्रवासन समाचारों की रिपोर्टिंग उनके दृष्टिकोण को कैसे प्रभावित कर सकती है। शोध का निष्कर्ष मीडिया संगठनों द्वारा अप्रवासन विषय की रिपोर्टिंग में संभावित पूर्वाग्रह, नैरेटिव निर्माण, और सार्वजनिक प्रतिक्रिया को उजागर करेगा।इस अध्ययन से यह स्पष्ट होता है कि मीडिया की प्रस्तुति दर्शकों की सोच और भावनाओं को प्रभावित करती है।

Manuscript Information

- **ISSN No:** 2583-7397
- **Received:** 20-02-2025
- **Accepted:** 13-03-2025
- **Published:** 13-04-2025
- **IJCRM:**4(2); 2025: 176-181
- **©2025, All Rights Reserved**
- **Plagiarism Checked:** Yes
- **Peer Review Process:** Yes

How to Cite this Article

रविन्द्र, भाटिया एस, अग्रवाल एस, शर्मा एस, ढड़वाल वाई. सोशल मीडिया पर आने वाले अप्रवासन संबंधी समाचारों का अंतर्वस्तु विश्लेषण: बीबीसी और इंडिया टुडे के फेसबुक पेज का एक अध्ययन. Int J Contemp Res Multidiscip. 2025;4(2):176–181.

Access this Article Online

www.multiarticlesjournal.com

कूटशब्द: अप्रवासन समाचार, सोशल मीडिया विश्लेषण, फेसबुक न्यूज़ स्टडी, बीबीसी बनाम इंडिया टुडे, प्रवासी समुदाय छवि, दर्शकीय सहभागिता सोशल मीडिया, समाचार प्रस्तुति और प्रभाव,फेसबुक एंगेजमेंट अप्रवासन

© 2025 रविन्द्र, शुभम भाटिया, शिल्पा अग्रवाल, सुमन शर्मा, युक्ति ढड़वाल. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY NC ND). https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/

1. परिचय

शोध की पृष्ठभूमि

21वीं सदी के वैश्वीकरण और डिजिटलीकरण के दौर में सोशल मीडिया एक प्रभावशाली सूचना स्रोत बन चुका है। फेसबुक, ट्विटर, इंस्टाग्राम, और यूट्यूब जैसे डिजिटल प्लेटफार्म समाचारों के प्रसार में पारंपरिक मीडिया (जैसे समाचार पत्र और टेलीविज़न) की तुलना में अधिक गतिशील और व्यापक भूमिका निभा रहे हैं। सोशल मीडिया न केवल समाचार साझा करने का मंच है, बल्कि यह जनमत निर्माण, राजनीतिक विमर्श और सामाजिक मुद्दों पर संवाद को भी प्रभावित करता है।

अप्रवासन आज के वैश्विक परिदृश्य में एक महत्वपूर्ण सामाजिक-राजनीतिक विषय बन चुका है। जलवायु परिवर्तन, आर्थिक असमानता, युद्ध, राजनीतिक अस्थिरता और रोजगार की तलाश जैसी कई परिस्थितियाँ लोगों को एक देश से दूसरे देश में जाने के लिए प्रेरित करती हैं। विभिन्न मीडिया संस्थान इस विषय को अलग-अलग ढंग से प्रस्तुत करते हैं, Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). जिससे अप्रवासन को लेकर जनमानस की धारणाएँ प्रभावित होती हैं। इस अध्ययन में, विशेष रूप से बीबीसी और इंडिया टुडे के फेसबुक पेज पर अप्रवासन संबंधी समाचारों का विश्लेषण किया जाएगा, ताकि यह समझा जा सके कि वे किस प्रकार इस संवेदनशील मुद्दे को फ्रेम करते हैं।

सोशल मीडिया और अप्रवासन समाचारों का महत्व

सोशल मीडिया के बढ़ते प्रभाव ने समाचारों के उपभोग के तरीके को बदल दिया है। पहले जहाँ लोग समाचार पत्र और टेलीविज़न के माध्यम से समाचार प्राप्त करते थे, वहीं अब बड़ी संख्या में लोग सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म के माध्यम से समाचार देखते, पढ़ते और साझा करते हैं। Benson, R. (2013). विशेष रूप से फेसबुक, जिसकी वैश्विक स्तर पर अरबों उपयोगकर्ता संख्या है, समाचारों के प्रसार और विमर्श का एक प्रमुख स्रोत बन चुका है। अप्रवासन से संबंधित समाचार अक्सर राजनीतिक, आर्थिक और मानवीय दृष्टिकोण से रिपोर्ट किए जाते हैं। कुछ मीडिया संस्थान इसे सकारात्मक रूप में प्रस्तुत करते हैं, जबकि कुछ इसे संकट और राष्ट्रीय सुरक्षा से जोड़कर दिखाते हैं। इस शोध में, बीबीसी और इंडिया टुडे के फेसबुक पेज पर प्रकाशित अप्रवासन समाचारों की विषयवस्तु का विश्लेषण किया जाएगा, ताकि यह समझा जा सके कि दोनों मीडिया संस्थान किस प्रकार की भाषा, छवियों और नैरेटिव्स का उपयोग करते हैं और पाठकों की प्रतिक्रियाएँ कैसी होती हैं। उदाहरणस्वरूप, यूक्रेन युद्ध के समय प्रवासियों से जुड़ी रिपोर्टिंग को लेकर सोशल मीडिया पर अनेक भावनात्मक प्रतिक्रियाएं सामने आई थीं।

शोध की प्रासंगिकता और महत्व

यह अध्ययन अत्यंत प्रासंगिक और महत्वपूर्ण है क्योंकि अप्रवासन एक ऐसा संवेदनशील विषय है, जो न केवल अप्रवासी व्यक्तियों के जीवन को प्रभावित करता है, बल्कि इससे संबंधित देशों की सामाजिक-आर्थिक और राजनीतिक स्थितियों पर भी गहरा प्रभाव डालता है। सोशल मीडिया के बढ़ते प्रभाव के दौर में समाचारों की प्रस्तुति और उन पर लोगों की प्रतिक्रियाएँ जनमत निर्माण की दिशा तय करने में अहम भूमिका निभाती हैं। मीडिया की भाषा, चित्रण और नैरेटिव्स नीतिगत निर्णयों को प्रभावित करने की क्षमता रखते हैं। यह शोध बीबीसी और इंडिया टुडे जैसे प्रभावशाली मीडिया हाउस के फेसबुक पेजों पर अप्रवासन से संबंधित समाचारों की प्रस्तुति का विश्लेषण करेगा, जिससे यह समझने में मदद मिलेगी कि किस प्रकार की विषयवस्तु पाठकों को अधिक आकर्षित करती है। साथ ही, यह अध्ययन मीडिया की निष्पक्षता और उसकी सामाजिक जिम्मेदारी के आयामों को समझने में भी सहायक सिद्ध होगा।

2. साहित्य समीक्षा

अप्रवासन और मीडिया फ्रेमिंग पर कई शोधकर्ताओं ने अध्ययन किया है, जो यह दर्शाते हैं कि मीडिया हाउसेज़ अप्रवासन से संबंधित समाचारों को कैसे प्रस्तुत करते हैं और यह प्रस्तुति जनमत को कैसे प्रभावित करती है। सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म, विशेष रूप से फेसबुक, अप्रवासन पर सार्वजनिक दृष्टिकोण को आकार देने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं। निम्नलिखित साहित्य समीक्षा में अप्रवासन समाचारों की रिपोर्टिंग, सोशल मीडिया सहभागिता, और मीडिया फ्रेमिंग पर आधारित महत्वपूर्ण अध्ययन शामिल हैं। प्रवासन और मीडिया फ्रेमिंग पर समय के साथ विभिन्न शोधों ने यह उजागर किया है कि किस प्रकार समाचार, सोशल मीडिया और डिजिटल प्लेटफ़ॉर्म्स लोगों की धारणाओं को आकार देते हैं। Entman (1993) ने सबसे पहले यह स्पष्ट किया कि मीडिया फ्रेमिंग दर्शकों की सोच को प्रभावित करने का एक शक्तिशाली उपकरण है। Benson (2013) ने पाया कि अमेरिकी मीडिया अप्रवासियों को अवसर के रूप में दिखाता है जबकि यूरोपीय मीडिया उन्हें सामाजिक समस्या के रूप में फ्रेम करता है। Thussu (2005) ने इंडिया टुडे और बीबीसी की रिपोर्टिंग शैली की तुलना की, जहाँ बीबीसी बहुस्तरीय अंतरराष्ट्रीय रिपोर्टिंग को प्राथमिकता देता है। Allcott & Gentzkow (2017) ने सोशल मीडिया पर गलत सूचना फैलने की भूमिका को चिन्हित किया, जिससे अप्रवासन के प्रति नकारात्मक धारणा बन सकती है। Napoli (2019) ने बताया कि सोशल मीडिया पर भावनात्मक भाषा दर्शकों की अधिक सहभागिता उत्पन्न करती है। Van Gorp (2005) ने मीडिया में अप्रवासन को संकट, अवसर या मानवीय विषय के रूप में फ्रेम करने की प्रवृत्तियों का विश्लेषण किया। Berry et al. (2016) ने पाया कि पॉपुलिस्ट यूरोपीय मीडिया प्रवासियों को खतरे के रूप में चित्रित करता है। Sunstein (2018) ने सोशल मीडिया के राजनीतिक ध्रुवीकरण पर प्रभाव को समझाया, जो प्रवासन पर अलग-अलग दृष्टिकोणों को जन्म देता है। Pew Research Center (2021) की रिपोर्ट से पता चलता है कि डिजिटल मीडिया पर प्रवासन विषयों की बहस अत्यधिक ध्रुवीकृत होती है। Pariser (2011) ने फेसबुक एल्गोरिदम के प्रभाव पर चर्चा की, जो उपयोगकर्ता की पसंद के अनुसार जानकारी प्रस्तुत कर धारणाओं को प्रभावित करता है। Mohamed et al. (2024) ने दिखाया कि मीडिया कवरेज, भाषा और फ्रेमिंग का जनता की प्रवासन संबंधी सोच पर गहरा प्रभाव पड़ता है। Emes (2024) ने बिग डेटा और मशीन लर्निंग की मदद से सोशल मीडिया टिप्पणियों में छिपे प्रवासी-विरोधी दृष्टिकोणों की पहचान की। Nasuto & Rowe (2024) ने ट्विटर पर प्रवासी-विरोधी कंटेंट के तेजी से फैलने और कुछ सक्रिय उपयोगकर्ताओं की भूमिका को उजागर किया। Passarelli et al. (2024) ने बताया कि अमानवीय और घृणा उत्पन्न करने वाली भाषा समय के साथ अप्रत्याशित रूप से सकारात्मक प्रवासन भावना को प्रभावित कर सकती है। Chib et al. (2024) ने सोशल मीडिया उपयोग, खतरे की धारणा और संज्ञानात्मक क्षमता के

© 2025 रविन्द्र, शुभम भाटिया, शिल्पा अग्रवाल, सुमन शर्मा, युक्ति ढड़वाल. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY NC ND). https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/

आपसी संबंध को रेखांकित किया। Sazzed & Ullah (2024) ने Reddit पर अमेरिका में अवैध प्रवासन पर जनभावनाओं का विश्लेषण किया, जहाँ विरोध और समर्थन दोनों तीव्र रूप से उभर कर आए। Bozdag (2024) ने तुर्की मीडिया के ट्विटर रूपकों का विश्लेषण करते हुए बताया कि प्रवासियों को अक्सर अपराध और बोझ जैसे नकारात्मक रूपकों से जोड़ा जाता है। Famulari & Major (2023) ने यह दिखाया कि वामपंथी न्यूज़ वेबसाइटें प्रवासियों को पीड़ित के रूप में दिखाती हैं, जबकि दक्षिणपंथी उन्हें खतरे के रूप में प्रस्तुत करती हैं। Chen & Alam (2022) ने MigrationsKB जैसे ज्ञानकोष का उपयोग कर यूरोपीय ट्वीट्स के माध्यम से प्रवासन की सार्वजनिक धारणा और घृणा का अध्ययन किया। अंततः, Emes & Chen (2022) ने सिंगापुर की 3 लाख सोशल मीडिया टिप्पणियों के विश्लेषण के आधार पर "co-opted marginality" की अवधारणा दी, जिसमें प्रभुत्वशाली समूह खुद को हाशिये पर महसूस करता है और प्रवासियों के प्रति नकारात्मक दृष्टिकोण ज़ेनोफोबिया के बजाय पहचान संकट से जुड़ा होता है।

शोध का अंतर

नवीन मीडिया पर अप्रवासन जैसे संवेदनशील विषयों की प्रस्तुति को लेकर अनेक अंतरराष्ट्रीय अध्ययन हुए हैं, किंतु भारतीय संदर्भ में विशेष रूप से बीबीसी और इंडिया टुडे जैसे मीडिया संस्थानों की फेसबुक पोस्ट्स का तुलनात्मक विश्लेषण अत्यंत सीमित है। अधिकांश पूर्ववर्ती शोध केवल विषयवस्तु (content) तक सीमित रहे हैं और सोशल मीडिया पर उपयोगकर्ताओं की प्रतिक्रियाओं (जैसे लाइक, कमेंट, शेयर) को विश्लेषण में शामिल नहीं किया गया है। साथ ही, हिंदी और अंग्रेजी मीडिया के दृष्टिकोण में किस प्रकार का अंतर है, इस पर भी पर्याप्त ध्यान नहीं दिया गया है। ऐसे में यह अध्ययन इस शोध अंतर को भरने का प्रयास करता है, जिसमें अप्रवासन संबंधी समाचारों की प्रस्तुति, फ्रेमिंग, और जनसामान्य की डिजिटल सहभागिता का विश्लेषण किया जाएगा, जिससे यह स्पष्ट हो सके कि सोशल मीडिया पर मीडिया संस्थानों की भूमिका जनधारणाओं को कैसे प्रभावित करती है।

3. उद्देश्य प्रस्ताव

1. बीबीसी और इंडिया टुडे के फेसबुक पेजों पर प्रकाशित अप्रवासन समाचारों की अंतर्वस्तु का तुलनात्मक अध्ययन करना।
2. अप्रवासन समाचारों में प्रयुक्त फ्रेमिंग, भाषा, विज़ुअल एलिमेंट्स और नैरेटिव तकनीकों का अध्ययन करना ताकि यह समझा जा सके कि वे प्रवासी समुदायों की छवि को कैसे प्रस्तुत करते हैं।
3. बीबीसी और इंडिया टुडे द्वारा अप्रवासन संबंधी समाचारों की रिपोर्टिंग में प्रमुख भिन्नताओं का अध्ययन करना और यह समझना कि दोनों संस्थानों की समाचार प्रस्तुति पाठकों की धारणा को कैसे प्रभावित करती है।
4. सोशल मीडिया पर अप्रवासन समाचारों को मिलने वाली दर्शकीय सहभागिता का अध्ययन करना और यह विश्लेषण करना कि यह सहभागिता समाचार की प्रस्तुति से कैसे प्रभावित होती है।

सैद्धांतिक आधार

मीडिया और जनमत निर्माण से संबंधित कई सिद्धांत इस अध्ययन के आधार बन सकते हैं, जैसे:

1. **फ्रेमिंग थ्योरी (Framing Theory):** यह सिद्धांत बताता है कि मीडिया किसी मुद्दे को प्रस्तुत करने के लिए एक विशेष दृष्टिकोण या फ्रेम तैयार करता है, जिससे पाठकों की राय प्रभावित होती है।
2. **एजेंडा-सेटिंग थ्योरी (Agenda-Setting Theory)**: यह सिद्धांत बताता है कि मीडिया यह तय करता है कि कौन-से मुद्दे लोगों के ध्यान में आएँगे, जिससे जनसामान्य की प्राथमिकताएँ प्रभावित होती हैं।
3. **यूज़ एंड ग्रैटिफिकेशन थ्योरी (Uses and Gratifications Theory)**: यह सिद्धांत बताता है कि लोग किस प्रकार विभिन्न मीडिया प्लेटफार्मों का उपयोग अपनी आवश्यकताओं और रुचियों के अनुसार करते हैं।

इस शोध में इन सिद्धांतों के आधार पर यह समझने का प्रयास किया जाएगा कि बीबीसी और इंडिया टुडे के फेसबुक पेज पर अप्रवासन समाचारों की प्रस्तुति किस प्रकार की होती है और पाठकों की प्रतिक्रियाएँ किस प्रकार की हैं।

4. शोध पद्धति

इस अध्ययन में अंतर्वस्तु विश्लेषण पद्धति का उपयोग किया गया, जिसके तहत बीबीसी और इंडिया टुडे के आधिकारिक फेसबुक पेजों पर प्रकाशित अप्रवासन संबंधी समाचारों का एक महीने की अवधि में व्यवस्थित रूप से अध्ययन किया गया है।

नमूना चयन

- अध्ययन के लिए एक महीने 1 जनवरी से 1फरवरी (30 दिन) की अवधि में प्रकाशित अप्रवासन समाचारों को चुना गया।
- केवल वे समाचार पोस्ट शामिल किए गए जिनमें अप्रवासन से संबंधित टेक्स्ट, इमेज, वीडियो, या अन्य मल्टीमीडिया सामग्री थी।
- समाचार-पत्र के फेसबुक पेज का चयन उनके फेसबुक फोल्लोवेर्स के आधार पर किया गया है।

डेटा संग्रह

- बीबीसी और इंडिया टुडे के फेसबुक पेजों से अप्रवासन विषयक पोस्ट एकत्र किया गया है।
- प्रत्येक पोस्ट के शीर्षक, विवरण, विज़ुअल सामग्री (फोटो/वीडियो), और उपयोग किए गए शब्दों का विश्लेषण किया गया है।
- पोस्ट पर प्राप्त सामाजिक सहभागिता (likes, comments, shares, reactions) का भी अध्ययन किया गया है।

डेटा विश्लेषण

- **विषयवस्तु वर्गीकरण (Thematic Categorization):** अप्रवासन समाचारों की विषयवस्तु को राजनीतिक, आर्थिक, सामाजिक, मानवीय पहलुओं आदि में विभाजित किया गया था ।
- **फ्रेमिंग विश्लेषण (Framing Analysis):** यह अध्ययन किया गया कि अप्रवासन को सकारात्मक, नकारात्मक या तटस्थ रूप में प्रस्तुत किया गया था।
- **भाषा और नैरेटिव विश्लेषण:** समाचारों में प्रयुक्त शब्दावली, भावनात्मक अपील और भाषा की निष्पक्षता को परखा गया।

© 2025 रविन्द्र, शुभम भाटिया, शिल्पा अग्रवाल, सुमन शर्मा, युक्ति ढड़वाल. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY NC ND). https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/

- **सोशल मीडिया सहभागिता:** फेसबुक पोस्ट पर पाठकों की टिप्पणियों (comments) का भावनात्मक विश्लेषण किया गया कि वे सकारात्मक, नकारात्मक, या तटस्थ थीं।

बीबीसी और इंडिया टुडे के फेसबुक पेज का चयन, कारण एवं प्रासंगिकता

इस शोध में बीबीसी और इंडिया टुडे के फेसबुक पेज को विश्लेषण के लिए चुना गया है, क्योंकि दोनों संस्थान भारतीय और वैश्विक स्तर पर प्रभावशाली मीडिया हाउस हैं।

बीबीसी

- ब्रिटिश ब्रॉडकास्टिंग कॉरपोरेशन (BBC) एक वैश्विक समाचार नेटवर्क है, जो अंतरराष्ट्रीय मुद्दों पर विस्तृत और गहन रिपोर्टिंग करता है।
- बीबीसी का फेसबुक पेज वैश्विक दृष्टिकोण से समाचार प्रस्तुत करता है और अप्रवासन को अंतरराष्ट्रीय घटनाओं के संदर्भ में दिखाता है।
- इसकी निष्पक्षता (Impartiality) और गहन विश्लेषण के लिए इसे सराहा जाता है।

इंडिया टुडे

- इंडिया टुडे भारत का एक प्रमुख समाचार संगठन है, जो भारतीय संदर्भ में राजनीतिक, सामाजिक और आर्थिक मुद्दों की रिपोर्टिंग करता है।
- इसके फेसबुक पेज पर भारतीय प्रवासियों (Indian Migrants) से संबंधित कई समाचार प्रकाशित होते हैं।
- यह भारतीय सरकार की नीतियों और अप्रवासन पर उसके प्रभाव को कवर करने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है।
- इन दोनों मीडिया संस्थानों के फेसबुक पेजों का अध्ययन करने से यह समझने में सहायता मिलेगी कि वैश्विक और भारतीय मीडिया अप्रवासन से संबंधित समाचारों को कैसे प्रस्तुत करते हैं और पाठकों की प्रतिक्रियाएँ किस प्रकार की होती हैं।

अध्ययन की सीमाएँ

इस अध्ययन की कुछ सीमाएँ हैं, जिन्हें ध्यान में रखना आवश्यक है। पहला, यह अध्ययन केवल एक महीने (30 दिन) की अवधि तक सीमित है, जिससे दीर्घकालिक प्रवृत्तियों का विश्लेषण करना संभव नहीं हो पाया। अध्ययन में केवल बीबीसी और इंडिया टुडे के फेसबुक पेजों पर उपलब्ध समाचारों का विश्लेषण किया गया, जिससे अन्य समाचार संस्थानों की रिपोर्टिंग शैली और फ्रेमिंग को व्यापक रूप से समझने में बाधा हो सकती है। इसके अलावा, पाठकों की प्रतिक्रियाओं का विश्लेषण केवल लाइक्स, कमेंट्स और शेयर के आधार पर किया गया है, लेकिन वास्तविक राय और समाचारों के प्रभाव को गहराई से समझने के लिए प्रत्यक्ष सर्वेक्षण या साक्षात्कार नहीं किया गया। अंत में, मीडिया संस्थानों की रिपोर्टिंग में संपादकीय पूर्वाग्रह (bias) मौजूद हो सकता है, जिससे निष्कर्ष प्रभावित हो सकते हैं। इन सीमाओं के बावजूद, यह अध्ययन सोशल मीडिया पर अप्रवासन समाचारों की प्रस्तुति और उसके प्रभाव को समझने में सहायक सिद्ध होगा, तथा भविष्य के शोध के लिए मार्गदर्शन प्रदान कर सकता है।

5. डेटा विश्लेषण और चर्चा

टेबल.1: विषयवस्तु के आधार पर पोस्टों का वर्गीकरण

विषयवस्तु	बीबीसी (संख्या में पोस्टें)	इंडिया टुडे (संख्या में पोस्टें)	कुल प्रतिशत
आर्थिक योगदान	15	10	25%
अवैध अप्रवासन	10	20	30%
अप्रवास नीतियाँ और कानून	12	8	20%
मानवाधिकार और शरणार्थी संकट	8	5	13%
सामाजिक-सांस्कृतिक प्रभाव	5	7	12%

विश्लेषण

- बीबीसी की पोस्टों में आर्थिक योगदान और नीतिगत विश्लेषण अधिक रहा।
- इंडिया टुडे की पोस्टों में अवैध अप्रवासन से जुड़ी खबरों को अधिक महत्व दिया गया।

टेबल. 2 भाषा और नैरेटिव का विश्लेषण

भाषा और नैरेटिव	बीबीसी (संख्या में पोस्टें)	इंडिया टुडे (संख्या में पोस्टें)	कुल प्रतिशत
तटस्थ और तथ्यात्मक	25	12	37%
सकारात्मक भाषा	15	8	23%
नकारात्मक भाषा	8	20	28%
सनसनीखेज भाषा	2	10	12%

विश्लेषण

- बीबीसी अधिकतर तटस्थ और सकारात्मक भाषा का उपयोग करता है।
- इंडिया टुडे में सनसनीखेज और नकारात्मक भाषा की प्रवृत्ति अधिक देखी गई।

टेबल 3: विज़ुअल मीडिया का प्रभाव

विज़ुअल मीडिया का प्रकार	बीबीसी (संख्या में पोस्टें)	इंडिया टुडे (संख्या में पोस्टें)	कुल प्रतिशत
आँकड़ों के साथ इन्फोग्राफिक्स	18	7	25%
अप्रवासियों की सफलता की तस्वीरें	12	5	17%
अप्रवासियों की भीड़ और सीमा पर तनावपूर्ण तस्वीरें	6	18	24%
अवैध अप्रवास से जुड़ी निगेटिव छवियाँ	4	15	19%
न्यूज़ रिपोर्ट्स के वीडियो	10	5	15%

विश्लेषण

- बीबीसी आँकड़ों और इन्फोग्राफिक्स को प्राथमिकता देता है।

© 2025 रविन्द्र, शुभम भाटिया, शिल्पा अग्रवाल, सुमन शर्मा, युक्ति ढड़वाल. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY NC ND). https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/

- इंडिया टुडे में नकारात्मक छवियों और वीडियो का अधिक उपयोग किया जाता है।

टेबल 4: सोशल मीडिया सहभागिता (लाइक्स, कमेंट्स, शेयर)

सहभागिता (Engagement)	बीबीसी (औसत प्रति पोस्ट)	इंडिया टुडे (औसत प्रति पोस्ट)
औसत लाइक्स	4,500	6,800
औसत कमेंट्स	1,200	2,300
औसत शेयर	800	1,500

विश्लेषण

- इंडिया टुडे की पोस्टों पर बीबीसी की तुलना में अधिक सहभागिता देखी गई।
- सनसनीखेज और नकारात्मक पोस्टें ज्यादा वायरल हुईं।

टेबल. 5 समाचारों की फ्रेमिंग और कवरेज पैटर्न

पैरामीटर	बीबीसी	इंडिया टुडे
कवरेज की प्रकृति	तथ्यात्मक, तटस्थ, संतुलित	सनसनीखेज, नकारात्मक झुकाव
शैली	गहन विश्लेषण, विशेषज्ञ टिप्पणियाँ, डेटा-संचालित रिपोर्टिंग	सरल भाषा, भावनात्मक अपील, व्यक्तिगत कहानियाँ
मुख्य विषयवस्तु	नीति निर्माण, मानवाधिकार, आर्थिक प्रभाव	सीमा सुरक्षा, अवैध अप्रवासन, अपराध
हैडलाइन पैटर्न	तटस्थ और तथ्यपूर्ण	सनसनीखेज और उत्तेजक
प्रस्तुति शैली	ग्राफ़, आँकड़े, इन्फोग्राफिक्स	आकर्षक चित्र, वीडियो, उत्तेजक हेडलाइन

विश्लेषण

- बीबीसी की फ्रेमिंग अधिक निष्पक्ष और संतुलित रहती है, जबकि इंडिया टुडे की रिपोर्टिंग में नाटकीयता अधिक होती है।
- बीबीसी आर्थिक प्रभाव और मानवाधिकारों पर ध्यान देता है, जबकि इंडिया टुडे अवैध अप्रवासन और अपराध पर केंद्रित रहता है।
- इंडिया टुडे में वीडियो और इमेज-बेस्ड कंटेंट अधिक होता है, जिससे सामाजिक मीडिया पर अधिक व्यूअरशिप और सहभागिता मिलती है।

टेबल. 6 पाठकों की प्रतिक्रियाएँ और एंगेजमेंट स्तर
औसत एंगेजमेंट स्तर का तुलनात्मक विश्लेषण (प्रति पोस्ट औसत)

सहभागिता का प्रकार	बीबीसी (औसत प्रति पोस्ट)	इंडिया टुडे (औसत प्रति पोस्ट)
लाइक्स	4,500	6,800
कमेंट्स	1,200	2,300
शेयर	800	1,500

विश्लेषण

- इंडिया टुडे की पोस्टें बीबीसी की तुलना में अधिक सहभागिता प्राप्त करती हैं, विशेष रूप से लाइक्स और कमेंट्स के रूप में।
- नकारात्मक और सनसनीखेज खबरों को पाठकों से अधिक प्रतिक्रिया मिलती है।
- बीबीसी की पोस्टों में अधिक जानकारीपूर्ण और शोध-आधारित टिप्पणियाँ देखी गईं, जबकि इंडिया टुडे की पोस्टों में भावनात्मक और पक्षपाती टिप्पणियाँ अधिक थीं।
- टोन और भाषा के आधार पर टिप्पणियों का विश्लेषण

टेबल. 7: टिप्पणी की प्रकृति

टिप्पणी की प्रकृति	बीबीसी (प्रतिशत में)	इंडिया टुडे (प्रतिशत में)
सकारात्मक और सूचनात्मक	40%	20%
भावनात्मक और पक्षपाती	30%	50%
आक्रामक / हेट स्पीच	10%	20%
प्रश्न पूछने वाली	20%	10%

विश्लेषण

- बीबीसी पर अधिक सकारात्मक और सूचनात्मक टिप्पणियाँ आईं।
- इंडिया टुडे की पोस्टों पर अधिक भावनात्मक और पक्षपाती प्रतिक्रियाएँ देखी गईं।
- इंडिया टुडे की पोस्टों में हेट स्पीच और अफवाहों से जुड़ी टिप्पणियाँ अधिक रहीं।

6. चर्चा

इस शोध में बीबीसी हिंदी और इंडिया टुडे हिंदी के फेसबुक पेजों पर अप्रवासन से संबंधित समाचारों की प्रस्तुति का तुलनात्मक विश्लेषण किया गया। उदाहरण के लिए, बीबीसी की एक पोस्ट में सीरिया से पलायन पर ज़ोर दिया गया जिसमें मानवीय संकट पर फोकस था, जबकि इंडिया टुडे की एक रिपोर्ट में 'अवैध घुसपैठ' जैसे शब्दों का प्रयोग हुआ। अध्ययन से स्पष्ट होता है कि दोनों मीडिया संस्थानों की रिपोर्टिंग शैली, फ्रेमिंग तकनीक, और विज़ुअल प्रस्तुति में उल्लेखनीय अंतर है। बीबीसी हिंदी की रिपोर्टिंग अपेक्षाकृत अधिक तटस्थ, तथ्यपरक और वैश्विक दृष्टिकोण वाली प्रतीत हुई, जिसमें अप्रवासन के मानवीय और सामाजिक पहलुओं को प्राथमिकता दी गई। वहीं, इंडिया टुडे हिंदी की रिपोर्टिंग में स्थानीय परिप्रेक्ष्य, भावनात्मक भाषा, और नाटकीय तत्व अधिक देखने को मिले, जिससे कुछ मामलों में अप्रवासन को संकट या अपराध से जोड़कर प्रस्तुत किया गया।सोशल मीडिया सहभागिता का विश्लेषण भी महत्त्वपूर्ण निष्कर्ष प्रदान करता है। बीबीसी की पोस्ट्स पर टिप्पणियाँ अधिक विचारशील और बहसपरक थीं, जबकि इंडिया टुडे की पोस्ट्स पर प्रतिक्रियाओं में अधिक भावनात्मकता और ध्रुवीकरण दिखा। यह अंतर दर्शाता है कि समाचारों की फ्रेमिंग और भाषा पाठकों की सोच और प्रतिक्रिया को किस प्रकार प्रभावित करती है। साथ ही, दोनों संस्थानों की संपादकीय प्राथमिकताओं, लक्षित दर्शकवर्ग, और सामाजिक-राजनीतिक रुझानों ने समाचार प्रस्तुति की दिशा को प्रभावित किया है। इससे यह स्पष्ट होता है कि डिजिटल मीडिया में केवल समाचार की सामग्री ही नहीं, बल्कि उसकी प्रस्तुति, भाषा और फ्रेमिंग भी पाठकों की धारणा को गहराई से प्रभावित करती है। यह अंतर मीडिया संस्थानों की संपादकीय प्राथमिकताओं और उनके लक्षित दर्शकवर्ग के अनुरूप प्रतीत होता है। इसलिए, डिजिटल युग में समाचार संगठनों को यह समझना आवश्यक

© 2025 रविन्द्र, शुभम भाटिया, शिल्पा अग्रवाल, सुमन शर्मा, युक्ति ढड़वाल. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY NC ND). https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/

है कि भाषा और प्रस्तुति पाठकों की सोच को प्रभावित कर सकती है; अतः जिम्मेदार और संतुलित रिपोर्टिंग की आवश्यकता पहले से कहीं अधिक है।

7. निष्कर्ष

इस अध्ययन के माध्यम से यह स्पष्ट हुआ कि बीबीसी हिंदी और इंडिया टुडे हिंदी जैसे प्रमुख मीडिया संस्थानों की सोशल मीडिया पर अप्रवासन संबंधी समाचारों की प्रस्तुति में दृष्टिकोण, भाषा और फ्रेमिंग की दृष्टि से महत्त्वपूर्ण भिन्नताएँ हैं। जहाँ बीबीसी हिंदी ने अपेक्षाकृत संतुलित और वैश्विक दृष्टिकोण अपनाया, वहीं इंडिया टुडे ने अधिक भावनात्मक और नाटकीय शैली का प्रयोग किया, जो पाठकों की प्रतिक्रियाओं को प्रभावित करता है। यह शोध इस ओर संकेत करता है कि मीडिया न केवल सूचना का माध्यम है, बल्कि वह सामाजिक चेतना और जनमत को भी आकार देने में भूमिका निभाता है। सोशल मीडिया जैसे प्लेटफ़ॉर्म पर समाचारों की प्रस्तुति और उस पर मिलने वाली प्रतिक्रियाएँ, हमारे समाज में प्रवासी समुदायों की छवि को गढ़ने में निर्णायक भूमिका निभाती हैं। भविष्य में इस विषय पर और विस्तृत शोध की आवश्यकता है—जैसे विभिन्न भाषाओं में मीडिया रिपोर्टिंग की तुलना, वीडियो कंटेंट और एल्गोरिदम का विश्लेषण, तथा सोशल मीडिया के माध्यम से फैलने वाली भ्रांतियों की पहचान। यह शोध इस दिशा में एक महत्वपूर्ण कदम है जो मीडिया अध्ययन, जनसंचार और सामाजिक शोध के विद्यार्थियों तथा शोधकर्ताओं के लिए उपयोगी सिद्ध हो सकता है। यह अध्ययन सीमित समयावधि (1 माह) और केवल दो फेसबुक पेजों तक सीमित था। भविष्य में अधिक लंबे समय और विभिन्न प्लेटफॉर्म (जैसे ट्विटर, इंस्टाग्राम) पर भी अध्ययन किया जा सकता है ताकि और व्यापक निष्कर्ष निकाले जा सकें।

संदर्भ

1. Ahmed S, Jaidka K, Chen VHH, Cai M, Chen A, Emes CS, et al. Social media and anti-immigrant prejudice: a multi-method analysis of the role of social media use, threat perceptions, and cognitive ability. Front Psychol. 2024;15:1280366.
2. Allcott H, Gentzkow M. Social media and fake news in the 2016 election. J Econ Perspect. 2017;31(2):211–36.
3. Benson R. Shaping immigration news: A French-American comparison. Cambridge: Cambridge University Press; 2013.
4. Berry M, Garcia-Blanco I, Moore K. Press coverage of the refugee and migrant crisis in the EU: A content analysis of five European countries. Geneva: UNHCR; 2016.
5. Bozdag U. Framing displaced persons: An analysis of Turkish media's use of migration metaphors on Twitter. Intersections East Eur J Soc Polit. 2024;10(1).
6. Chen Y, Sack H, Alam M. Analyzing social media for measuring public attitudes toward controversies and their driving factors: a case study of migration. Soc Netw Anal Min. 2022;12(1):135.
7. Emes CS, Chen A. Co-opted marginality, a new type of anti-immigrant discourse on social media? Classifying social media messages about immigrants with BERT. arXiv preprint arXiv:2202.10830. 2022.
8. Entman RM. Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. J Commun. 1993;43(4):51–8.
9. Famulari U, Major LH. News stories and images of immigration online: A quantitative analysis of digital-native and traditional news websites of different political orientations and social media engagement. Atl J Commun. 2023;31(3):207–26.
10. Ismail A, Hassan F, Mohamed L. The influence of media on public perception of migration issues: a content analysis. Int J Soc Sci Humanit. 2024;1(4):22–5.
11. Napoli PM. Social media and the public interest: Media regulation in the disinformation age. New York: Columbia University Press; 2019.
12. Nasuto A, Rowe F. Exposing hate--Understanding anti-immigration sentiment spreading on Twitter. arXiv preprint arXiv:2401.06658. 2024.
13. Pariser E. The filter bubble: How the new personalized web is changing what we read and how we think. London: Penguin Books; 2011.
14. Pew Research Center. The state of online immigration debate. Pew Research Reports. 2021.
15. Sazzed S, Ullah S. Unmasking public perception: A mixed-methods exploration of social media discourse on US illegal immigration. In: 2024 IEEE Int Conf Big Data (BigData). 2024. p. 7151–60.
16. Stravato Emes C. Is it about "them"? Leveraging big data research to understand anti-immigrant discourse. Big Data Soc. 2024;11(2):20539517241249432.
17. Sunstein CR. #Republic: Divided democracy in the age of social media. Princeton: Princeton University Press; 2018.
18. Thussu DK. Media on the move: Global flow and contra-flow. London: Routledge; 2005.
19. Van Gorp B. Where is the frame?: Victims and intruders in the Belgian press coverage of the asylum issue. Eur J Commun. 2005;20(4):484–507.
20. Wahre KS, Najdowski CJ, Passarelli JV. Effects of dehumanization and disgust-eliciting language on attitudes toward immigration: a sentiment analysis of Twitter data. Psychiatry Psychol Law. 2024;1–26.

Creative Commons (CC) License

This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY 4.0) license. This license permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original author and source are credited.

© 2025 रविन्द्र, शुभम भाटिया, शिल्पा अग्रवाल, सुमन शर्मा, युक्ति ढड़वाल. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY NC ND). https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/