

## सारांश

सोशल मीडिया की शुरुआत व्यापारिक उद्देश्य से नहीं बल्कि सम्पर्क के उद्देश्य से की गई थी परन्तु बाद में अपने उत्पादों और सेवाओं के व्यापार के लिए यह एक लाभप्रद मंच बन गया। आज सोशल मीडिया एक बहुत बड़ा बाजार बन गया है। एक ऐसा बाजार जहाँ दुनिया के करोड़ों लोग उपस्थित हैं। जनसंख्या के दृष्टि से अकेले फेसबुक, चीन और भारत के बाद दुनिया में तीसरे स्थान पर आता है। ऐसे में जहाँ संख्या और जनसंख्या होगी, वहाँ बाजार का प्रवेश अवश्यम्भावी हो जाता है। इसलिए बाजार दुनिया के इतने बड़े मंच को नजरंदाज नहीं कर सकता है। आखिरकार सोशल मीडिया क्या है और इसके जरिये वे अपने व्यापार को किस तरह आगे बढ़ा सकती है।

प्रस्तुत शोध कार्य का उद्देश्य यह ज्ञात करना है कि ऑनलाइन खबरों के प्रसार में सोशल मीडिया मार्केटिंग की भूमिका क्या होती है, एवं सोशल मीडिया मार्केटिंग का उपयोग किस प्रकार समाचार पोर्टल्स करते हैं साथ ही वह सोशल मीडिया पर किस प्रकार की सामग्री पोस्ट करते हैं यह ज्ञात करना है। इसके लिए शोध प्रविधि के रूप में अंतर्वस्तु विश्लेषण पद्धति, अवलोकन पद्धति, साक्षात्कार पद्धति व सर्वेक्षण पद्धति का उपयोग किया गया है। सर्वेक्षण हेतु प्रश्नावली पद्धति का उपयोग किया गया है। प्रस्तुत शोध में सोशल मीडिया का परिचय, सोशल मीडिया का विकास व सोशल मीडिया मार्केटिंग के बारे में विस्तार से चर्चा की गयी है।

निष्कर्ष के रूप में यह निकलकर आया है की सोशल मीडिया मार्केटिंग के माध्यम से ऑनलाइन समाचार पोर्टल्स सोशल मीडिया के अपने पेज पर उन्हीं खबरों को ज्यादा पोस्ट करते हैं जो सोशल मीडिया पर ज्यादा पढ़े जाते हैं। सोशल मीडिया पर तात्कालिक खबरें बहुत ही सीमित मात्र में पोस्ट की जाती हैं एवं उनही खबरों को पोस्ट किया जाता है जो सॉफ्ट नेचर की होती हैं। सोशल मीडिया मार्केटिंग का उपयोग समाचार पोर्टल्स एक शोकेस के तौर पर करते हैं जहां वे अपने पेज पर उन्हीं खबरों को रखते हैं जो पाठकों का ध्यान खींच सके व उन्हें अपनी साइट पर ला सके।