

निजी चैनल और उपभोक्तावाद

डॉ. अनु कुमारी,

दिल्ली विश्वविद्यालय

शोध सारांश

प्रस्तुत शोध लेख में यह बताने का प्रयास किया गया है कि उपभोक्तावादी संस्कृति हर वस्तु को नफे की दृष्टि से देखती है और फायदे पर आधारित यह व्यवस्था संचार जगत में भी पैठ बना चुकी है या कहीं निजी चैनलों की शुरुआत के पीछे यही व्यवस्था कार्य करती है। भारतीय सूचना जगत में दूरदर्शन के बाद निजी चैनलों का प्रवेश पूंजीपति वर्ग की शक्ति को समृद्ध करता है। जब सूचना का अधिकार शक्ति संपन्न और धनाढ्य लोगों के हाथ में आ गया तो वे अपने फायदे के लिए सूचना तंत्र का दुरुपयोग भी कर सकते हैं परिणामस्वरूप निजी चैनलों में जिन दुर्गुणों का समावेश हुआ है उसकी चर्चा यहाँ हुई है।

बीज शब्द – उपभोक्तावाद, संस्कृति, निजी चैनल, सूचना जगत, पूंजीपति, दुरुपयोग।

आलेख

उपभोक्तावाद या उपभोगवाद एक प्रवृत्ति है जो इस विश्वास पर आधारित है कि अधिक उपभोग और अधिक वस्तुओं का स्वामी होने से अधिक सुख और खुशी मिलेगी। इस शब्द का प्रयोग प्रायः भोगवाद की आलोचना करने के लिये किया जाता है। उपभोक्तावादी संस्कृति ने विश्व के हजारों देशों को आज अपनी चपेट में ले लिया है। भारत जैसे विकासशील देश में विकास के लिए जिन नए तरीकों को अपनाया जा रहा है उनसे उत्पादन में वृद्धि होने की संभावना तो बढ़ी है परंतु वास्तविक विकास दिखाई नहीं देता है। विकसित देशों के सम्पर्क से यहाँ के उच्च मध्य और निम्न तीनों वर्गों में सुविधा भोगी प्रवृत्ति पनपती जा रही है। इसका प्रभाव मीडिया तंत्र पर भी दिखाई देता है। निजी चैनलों में परोसी जा रही होड़ की संस्कृति ने सामाजिक सद्भावना को कम से कमतर करने का प्रयास किया है लोगों के

मन का प्रेम घट रहा है चैनलों की मर्यादाएँ, नैतिकाएँ खत्म हो रही हैं। हर चैनल जल्दी से जल्दी अपनी खबर दर्शक तक पहुँचाना चाहता है। दिखावे का व्यापार चल रहा है। हर चैनल चमक दमक और सनसनी के रूप में कार्यक्रमों को रख रहा है।

भारत में टी.वी. की शुरुआत 1959 ई. में हुई दूरदर्शन भारत का पहला टेलीविजन चैनल है लेकिन आज भारत में चैनलों की भरमार है और हर समय समाचार प्रसारित हो रहे हैं। आरम्भ में ऐसा माना जाता रहा था कि भारत में लोग समाचार चैनलों में अधिक रुचि नहीं लेते हैं। समाचारों में रुचि लेने वाले अधिकतर पुरुष ही होते हैं। महिलाएं अधिकतर मनोरंजक कार्यक्रम या धारावाहिक देखती हैं। परन्तु निजी समाचार चैनलों के आगमन से यह धारणा गलत सिद्ध हुई। मुख्यतः तीन चैनल टी.वी. टुडे का आज तक, एशेल ग्रुप का जी न्यूज और रूपाट मर्डोक स्टार न्यूज शुरुआती चैनलों में थे। इन्होंने

दूरदर्शन के एकाधिकार का खत्म किया और 24 घण्टे के समाचार चैनल की परम्परा शुरू की। इस का लाभ उठाते हुए देशी-विदेशी कम्पनियों ने भारत को एक बड़े बाजार के रूप में देखते हुए नए चैनल शुरू करने की ओर कदम बढ़ाया।

भारत में सैटेलाइट चैनलों के प्रसारण के बाद टेलीविजन के कार्यक्रमों की कार्यशैली और प्रस्तुति सभी में बड़ा परिवर्तन आया। धीरे-धीरे हिन्दी के चैनलों की बढ़ती संख्या ने उनके बीच प्रतिस्पर्धा को भी जन्म दिया। जिसका असर उनके कार्यक्रमों की गुणवत्ता पर पड़ा। स्वच्छन्दता ने प्रसारण में प्रवेश किया। इस समय देश में 886 निजी टीवी चैनलों का प्रसारण किया जा रहा है, जबकि जून में यह संख्या 892 थी, जोकि अब घट गई है। दरअसल इसकी वजह है कि जुलाई में जितने टीवी चैनलों के लाइसेंस दिए गए हैं उससे कहीं ज्यादा मंत्रालय ने रद्द कर दिए हैं।

वर्तमान समय में आजतक, जी न्यूज, स्टार न्यूज, एन. डी. टीवी इंडिया, डी.डी. न्यूज, सहारा समय, इंडिया टीवी, हेडलाइन टु-डे, जैन टीवी, स्टार प्लस आदि निजी चैनल प्रसारित हो रहे हैं उपभोक्तावादी संस्कृति के बढ़ते दौर में इन चैनलों के बीच जबरदस्त प्रतियोगिता का होना स्वाभाविक है। जिसका असर निम्नलिखित बिन्दुओं के रूप में देख सकते हैं।

अपराध और सैक्स की प्रमुखता

आज चैनलों का उद्देश्य समाज के सामने एक आदर्श प्रस्तुत करना नहीं रह गया है अपितु वहीं खबरें या कार्यक्रम चैनलों में स्थान पा रहे हैं जो अपराध या सैक्स से जुड़े हों। समाचार से लेकर धारावाहिक तक में खबरों के रूप में अपराध जगत को ही दर्शाया जाने लगा है चाहे वह सी. आई. डी. हो, सावधान इंडिया या क्राइम पैट्रोल। आज घर-घर में इस तरह के कार्यक्रमों को देखने वाले लोग हैं जिन पर इन कार्यक्रमों का सकारात्मक प्रभाव शायद कम हो परंतु

नकारात्मक अधिक है। ये सभी कार्यक्रम चैनलों को सस्ती लोकप्रियता अवश्य दिलाते हैं पर समाज पर इसका क्या प्रभाव पड़ेगा इससे चैनलों को कुछ लेना देना नहीं।

इन टीवी चैनलों को देखने वाले वर्ग की संख्या बड़ी है और इसके माध्यम से विचार तीव्र गति से फैलता है अतः जो भी मैसेज ये कार्यक्रम देते हैं वह बड़ी तीव्रता से दूर तक पहुँचता है।

स्ट्रिंग ऑपरेशन की धूम

टेलीविजन कार्यक्रम मूल्य सूचकांक टी. आर. पी. की होड़ में चैनलों ने पत्रकारिता के मूल उद्देश्य को ही खत्म कर दिया है। स्ट्रिंग ऑपरेशन के जरिये खोजी पत्रकारिता को कहीं कहीं बदनाम भी किया गया। प्रसिद्ध हस्तियों से जुड़ी जानकारी को पाने के लिए जिस प्रकार के हथकंडों को अपनाया जाता है वह वास्तव में निन्दनीय हैं। फोन टेपिंग से लेकर, चोरी छुपे कमरे में रिकॉर्डिंग करना और उन्हें फेडिड रूप में सामने लाकर दिखाना कहाँ तक ठीक है? पत्रकारिता की साफ छवि को धूमिल करने के लिए यह कार्य काफी है।

नाम पाने की होड़

अक्सर यह देखा जाता है कि घटना से लेकर दुर्घटना तक की खबर को किस चैनल ने सबसे पहले दिखाया इसका प्रचार करने में कोई भी चैनल पीछे नहीं हटता। किसी भी रूप में अपनी प्रशंसा करने का मौका नहीं छूटता। जी. टीवी इस दौड़ में सबसे आगे दिखाई देता है ऐसा लगता है कि चैनल का उद्देश्य जनता को जागरूक करना नहीं बल्कि अपना प्रचार करना है।

छोटी छोटी खबर का विस्तार

आज हर चैनल में समाचारों को अधिक से अधिक विस्तार से दिखाने की प्रवृत्ति चल पड़ी है। किसी क्रिकेटर के पैर में चोट लगी तो कैसे लगी कितनी लगी फिर वे कैसे चले, दर्शकों की क्या प्रतिक्रिया थी। किसी अभिनेत्री की शादी का समाचार उसके पार्लर उसके कपड़ों के डिजाइनर, शादी के मंडप, रिश्तेदार और न जाने किस किस की कवरेज की जाती है।

जनमत की दिशा का निर्धारण

चुनावों के दौरान इन चैनलों की भूमिका देखते ही बनती है। जनता के लिए अपने मत का निर्धारण करना भले ही आसान हो जाता हो परंतु वह मत भी चैनलों के निर्देशन में ही बनना है। एक्जिट पोल किसी भी पार्टी के पक्ष में जनमत को मोड़ने का काम करता है। हालांकि एक्जिट पोल के परिणाम हमेशा सही नहीं होते ऐसे में वक्ता विशेषज्ञों की नासमझी के साथ चैनल की विश्वनीयता भी प्रभावित होती है। जल्दी से जल्दी चुनावी रिजल्ट बताने की कोशिश में कई बार गलत परिणाम भी सामने आए हैं।

टी. आर. पी. की दौड़

टी.वी. चैनलों को स्वयं को सिद्ध करने और व्यावसायिकता की दौड़ में आगे रहने के लिए टेलीविजन कार्यक्रम मूल्य सूचकांक की बाजी जीतनी होती है। यह स्थिति सभी चैनलों के साथ है चाहे वे समाचार से जुड़े हों या मनोरंजन से। ये चैनल अपने उपभोक्ता वर्ग की माँग से कार्यक्रमों का निर्धारण करते हैं और आगे रहने के लिए करोड़ों रुपये खर्च करते हैं। 'सत्यमेव जयते कौन बनेगा करोड़पति' जैसे कार्यक्रमों पर चैनल द्वारा करोड़ों रुपयों का खर्च किया गया तब जाकर यह कार्यक्रम सफल हुआ और जैसे-जैसे

मार्केट में इसकी लोकप्रियता कम हुई इसे बन्द कर दिया गया।

समाचार चैनलों में भी प्रवृत्ति यही दिखाई देती है रात्रि प्रसारणों में दर्शकों की संख्या अधिक होने के कारण प्राइम टाइम बुलेटिन में अधिक से अधिक कम्पनियाँ अपना उत्पाद विज्ञापन इसी समय दिखाना चाहती हैं परिणाम स्वरूप समाचारों में विज्ञापन की जगह विज्ञापन में समाचार दिखाई देते हैं अब तो न्यूज टिकर (नीचे चलने वाली लिखित पट्टी) की संख्या भी दो तीन या कई बार चार पहुँच जाती है। स्थिति तब अधिक व्यंग्यात्मक हो जाती है जब किसी दुखद समाचार या विवादित विषय के बीच में ब्रेक लेकर विज्ञापन दिखाए जाते हैं। ये विज्ञापन उन्हीं चैनलों को प्राप्त होते हैं जिनकी दर्शक संख्या अधिक होती है और इसके लिए चैनल सबसे तेज, सबसे विश्वसनीय होने का दावा करते हैं परंतु वास्तविकता कुछ और ही होती है कई बार समाचारों की विश्वसनीयता को लेकर प्रश्न भी खड़े हुए हैं।

निष्कर्ष

कई समाचार चैनलों ने पूरे दिन समाचार प्रसारण करने शुरू कर दिए हैं। ऐसे में यदि समाचार की संख्या कम हो तो किसी भी थोड़ी सी महत्वपूर्ण घटना को ही हद से ज्यादा विस्तार से दिखाया जाता है। उस समाचार को विस्तृत जानकारी के लिए कई-कई संवाददाता घटनास्थल पर तैनात रहते हैं। दिसम्बर 2001 में भारतीय संसद पर हुए आतंकवादी हमलों की खबर कई दिन तक टी.वी. चैनलों पर छाई रही गुजरात के दंगे में जली हुई लाश दिखाना, नितीश कटारा काण्ड, नयना साहनी काण्ड आदि कई महीना तक टी.वी. चैनलों पर छाए रहे हैं। चैनलों की इस स्थिति के पीछे जिम्मेदार कारण है उपभोक्तावादी संस्कृति। सबसे महत्वपूर्ण बात है कि बाजारी शक्तियाँ इन चैनलों की स्वतंत्रता में बाधक हैं टी.वी. कम्पनियों

का स्वामित्व मुख्य रूप से धनाढ्य वर्ग के हाथ में है। निःसंदेह टी.वी. चैनलों को अपनी खामियों को सुधारने के बारे में विचार करना चाहिए और पत्रकारिता के आदर्श की रक्षा करनी चाहिए।

संदर्भ ग्रंथ

- 1 टेलीविजन और अपराध रिपोर्टिंग—
वर्तिका नंदा
- 2 <https://hi.quora.com>
- 3 <https://www.samachar4media.com/industry-briefing-news/police-detained-otv-journalist-in-odisha-54459.html>

Copyright © 2017 *Dr Anu Kumari*. This is an open access refereed article distributed under the Creative Common Attribution License which permits unrestricted use, distribution and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.