

डीडी न्यूज और निजी समाचार चैनलों की विश्वसनीयता - एक तुलनात्मक अध्ययन (डीडी न्यूज और आज तक, जी न्यूज, एनडीटीवी के विशेष संदर्भ में) साधिका कुमारी*

परिचय

भारत में टेलीविजन प्रसारण की शुरुआत के बाद करीब तीन दशकों तक दूरदर्शन का एकाधिकार बना रहा। 90 के दशक में खाड़ी युद्ध के दौरान निजी समाचार चैनलों ने देश में प्रसारण की शुरुआत की। और इसके साथ ही निजी समाचार चैनलों के बीच प्रतिस्पर्धा का दौर भी शुरू हो गया। इस समय भारत में दूरदर्शन के अलावा सैंकड़ों निजी समाचार चैनल खबरों का प्रसारण करते हैं। इसकी एक वजह वैश्वीकरण और उदारीकरण की आर्थिक नीतियां भी हैं, जिसने निजी समाचार चैनलों के माहौल तैयार किया है। इसकी वजह से दर्शकों की संख्या में भी बेतहाशा वृद्धि हुई है। इन खबरिया चैनलों ने मध्यमवर्गीय समाज का रुपांतरण इस अंदाज में कर दिया है कि टीवी न्यूज उसकी दैनिक खुराक का हिस्सा बन गई है।

90 के दशक तक समाचार के लिए दर्शकों के पास सिर्फ दूरदर्शन चैनल ही था जिसके माध्यम से वो निश्चित समय पर समाचार देख-सुन सकते थे। किंतु आज सैंकड़ों निजी खबरिया चैनलों ने समाचार की परिभाषा ही बदल दी। निजी प्रसारण के क्षेत्र में कुछ बड़ी कंपनियों के साथ दूरदर्शन पर लोकप्रियता प्राप्त कर चुके कुछ बड़े पत्रकारों ने क्षेत्रिय एवं राष्ट्रीय स्तर के निजी चैनलों की

शुरुआत की जो चौबीसों घंटे समाचारों का प्रसारण कर रहे हैं।

जिस तरह बेतहासा खबरिया चैनलों की वृद्धि हुई है उसी अंदाज में इनमें प्रतिस्पर्धा भी बढ़ा है। टीआरपी पाने के लिए सबसे पहले खबर दिखाने की होड़ निजी समाचार चैनलों में देखा जा सकता है, जिसकी वजह से दर्शकों को अब झण मात्र में ही दुनिया भर की खबरें प्राप्त हो जाती हैं, लेकिन इनकी विश्वसनीयता को लेकर शंका की स्थिति बनी रहती है। इधर निजी समाचार चैनलों की प्रतिस्पर्धा ने दूरदर्शन को भी अपने कलेवर में बदलाव लाने को मजबूर किया। दूरदर्शन ने निजी समाचारों से निपटने डीडी न्यूज नाम से एक अलग समाचार चैनल की शुरुआत की, जो कि निजी समाचार चैनलों की तरह चौबीसों घंटे समाचार का प्रसारण करता है। इधर उपभोक्तावादी संस्कृति ने निजी समाचारों के लिए दर्शकों को ग्राहक और उपभोक्ता के रूप में परोसा है। प्रतिस्पर्धा की वजह सबसे पहले खबर दिखाने की होड़ में कई बार बिना जांचे परखे ही समाचारों को परोस दिया जाता है, जिसकी वजह से निजी समाचारों की बदनामी भी हुई है। इसका एक उदाहरण मुंबई में हुए 26/11 के हमले के वक्त देखा जा सकता है, जब प्रसारण सिद्धांत को ताक पर रखते हुए निजी समाचार

*पीएचडी शोधार्थी, माखनलाल चतुर्वेदी राष्ट्रीय पत्रकारिता एवं संचार विश्वविद्यालय, भोपाल।

Correspondence E-mail Id: editor@eurekajournals.com

चैनलों ने उस घटना की सीधा प्रसारण किया। इससे ये तो साफ हो जाता है कि टीआरपी की होड़ में किस कदर प्रसारण सिद्धांत की अनदेखी किया जा रहा है। वहीं दूरदर्शन पर भी सरकारी मुखपत्र होने के आरोप लगते रहे हैं।

सन् 1992 में देश के पहले निजी चैनल जी टीवी के शुरुआत के साथ ही अनेक विदेशी चैनल भी देश के शहरी इलाकों के दर्शकों तक अपनी पहुंच बनाने लगे थे। जिसकी वजह से दूरदर्शन को पहली बार चुनौतियों का सामना करना पड़ा। दूरदर्शन के सामने दुविधा के सामने इस बात की थी कि वह निजी चैनलों की तरह पैसा कमाने की होड़ में लग जाए या फिर विकास की मुद्दों पर अपने व्यापक समाजिक सरोकारों पर अडिग रहे। इधर दर्शक दूरदर्शन के पुराने ढर्रे से उबकर निजी चैनलों की ओर रुख करने लगे।

साहित्य पुनरवलोकन

चुने हुए शोध विषय के अंतर्गत डॉ श्रीकांत सिंह के पुस्तक टेलीविजन पत्रकारिता में यह बताया गया है कि भारत में संचार क्रांति का विस्तार सबसे पहले दूरदर्शन और फिर बाद में निजी चैनलों के आ जाने से दूरदर्शन के लोकप्रियता कैसे प्रभावित हुई।

देवव्रत सिंह (पी.एच.डी. स्कॉलर)के शोध 'Comparative study in Indian news channels with special reference to star news, zee news and aaj tak' में यह जानने की कोशिश की गई है कि वह कौन सा मुद्दा है जो समाचार चैनलों द्वारा ज्यादा दिखाया जाता है, किस तरह के लोग समाचार चैनलों में छाए रहते हैं, और किस तरह के समाचार चैनलों द्वारा अधिक दिखाए जाते हैं।

रोमानी सेन सितक(Rommani Sen Shitak) (रिसर्च स्कॉलर) ने अपने शोध 'Television and

Development Communication in India: A critical Appraisal' में यह जानने की कोशिश की है कि भारतीय समाचार चैनलों का शुरु से लेकर अबतक देश के विकास में क्या योगदान रहा है।

डॉ इंद्रजीत सिंह और मधुलिका शर्मा ने अपने पुस्तक टेलीविजन पत्रकारिता में भारत में टेलीविजन के विकास एवं टेलीविजन पत्रकारिता के सिद्धांत एवं तकनीक पर विशेष प्रकाश डाला है। टेलीविजन पत्रकारिता के विस्तार में सेटेलाइट चैनलों के योगदान एवं इसके साथ ही टेलीविजन पत्रकारिता के विविध पक्षों पर सम्पूर्ण प्रकाश डालने की कोशिश की है।

शोध का उद्देश्य

1. डीडी न्यूज और निजी चैनलों (जी न्यूज, एनडीटीवी, आज तक) के खबरों की विश्वसनीयता की जांच करना
2. 1990 के बाद आये डीडी न्यूज और निजी खबरिया चैनलों के प्रतिस्पर्धात्मक रवैये का आंकलन।

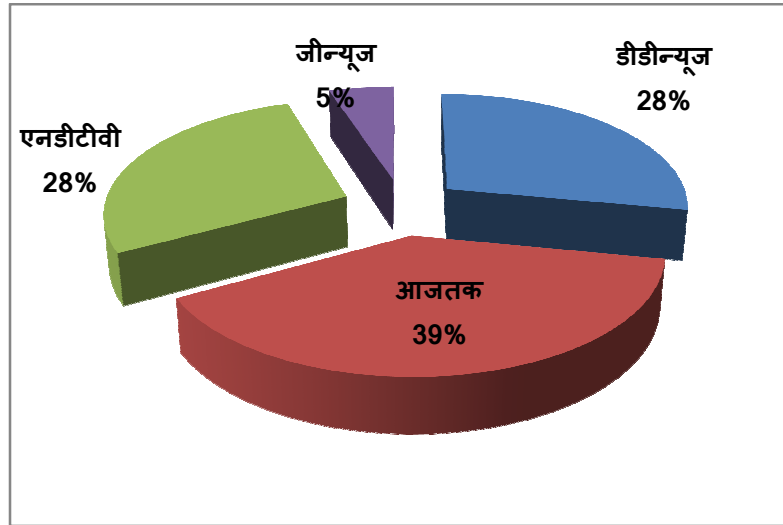
शोध प्रविधि

इस शोध के लिए चूंकि समाचार देखने वाले दर्शकों के बीच खबरिया चैनलों के खबरों की विश्वसनीयता का पता लगाने का कार्य किया गया है, इसलिए सर्वेक्षण प्रविधि का प्रयोग किया गया है। प्राथमिक समंकों को एकत्र करने के लिए प्रश्नावली तकनीक का उपयोग किया गया है।

शोध निदर्शन

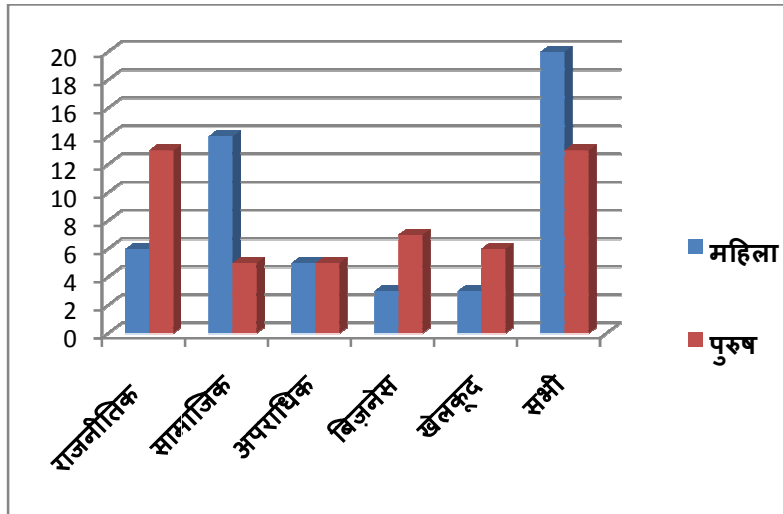
इस शोध के लिए भोपाल शहर के दर्शकों से उद्देश्य पूर्ण निदर्शन पद्धति के तहत जानकारी एकत्र की गई है।

आंकड़ों का विश्लेषण



चित्र क्रमांक 1.

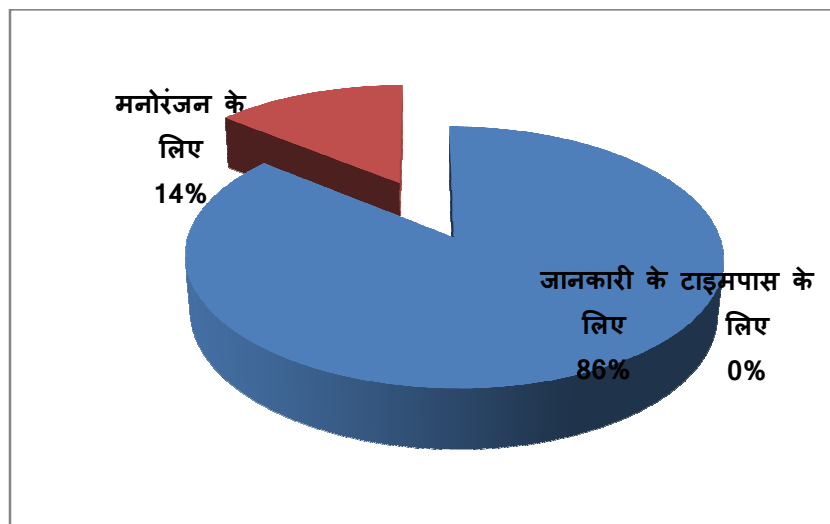
नोट:- 28 प्रतिशत सबसे ज्यादा डीडीन्यूज को देखते हैं, जबकि आज तक देखने वाले दर्शकों की संख्या 39 प्रतिशत है, वहीं 28 प्रतिशत दर्शकों एनडीटीवी देखते हैं। सबसे कम जी न्यूज देखने वालों दर्शकों की संख्या है।



चित्र क्रमांक 2. दर्शकों द्वारा पसंद की जाने वाली खबरे

नोट:- सबसे अधिक 19 फीसदी दर्शक राजनीतिक और सामाजिक खबरों को देखते हैं, वहीं 10 फीसदी दर्शक अपराध एवं बिजनेस की खबरों को देखते हैं। 9 प्रतिशत दर्शक खेलकुद के खबरों को देखना ज्यादा पसंद करते हैं, जबकि सबसे ज्यादा

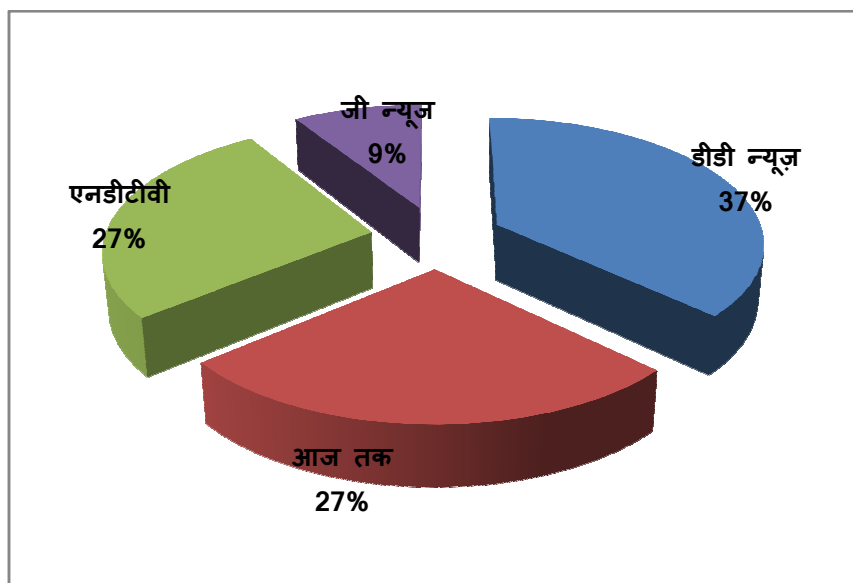
33 प्रतिशत ऐसे दर्शक हैं जो सभी तरह के खबरों को देखना पसंद करते हैं। राजनीति की खबरों को पुरुष दर्शक ज्यादा देखते हैं जबकि महिला दर्शक सभी तरह की खबरों को देखना पसंद करती हैं।



चित्र क्रमांक 3. खबरों या समाचारों को देखने की वजह

नोट:- 86 प्रतिशत उत्तरदाताओं ने माना कि वो जानकारी प्राप्त करने के लिए समाचार देखते हैं, जबकि 14 प्रतिशत उत्तरदाताओं ने मनोरंजन के

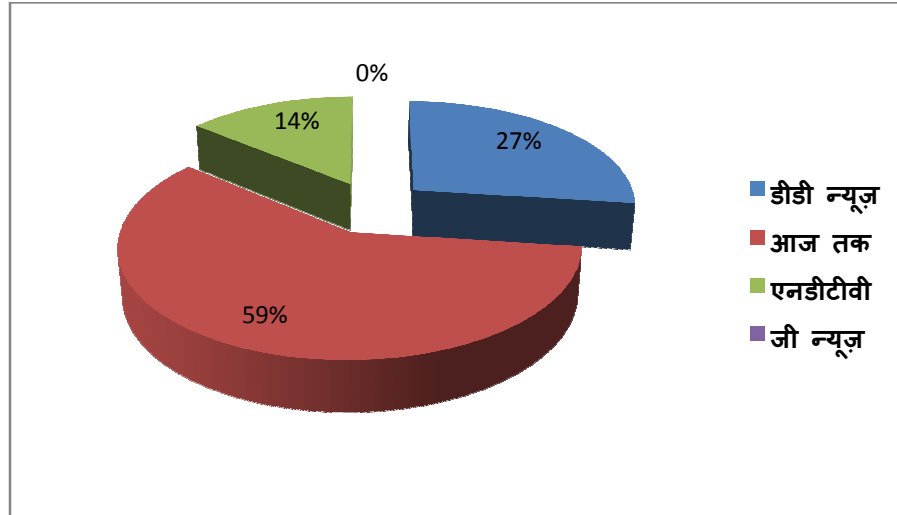
लिए खबरों को देखने की वजह बताई। सर्वे में शामिल किसी भी उत्तरदाता ने केवल टाइमपास के लिए समाचार देखने से इंकार किया।



चित्र क्रमांक 4. समाचार चैनलों के खबरों पर ज्यादा विश्वास

नोट:- 37 फीसदी उत्तरदाताओं ने डीडीन्यूज चैनल के खबरों पर विश्वास जताया, वहीं 27 प्रतिशत दर्शक आज तक एवं एनडीटीवी चैनल की खबरों

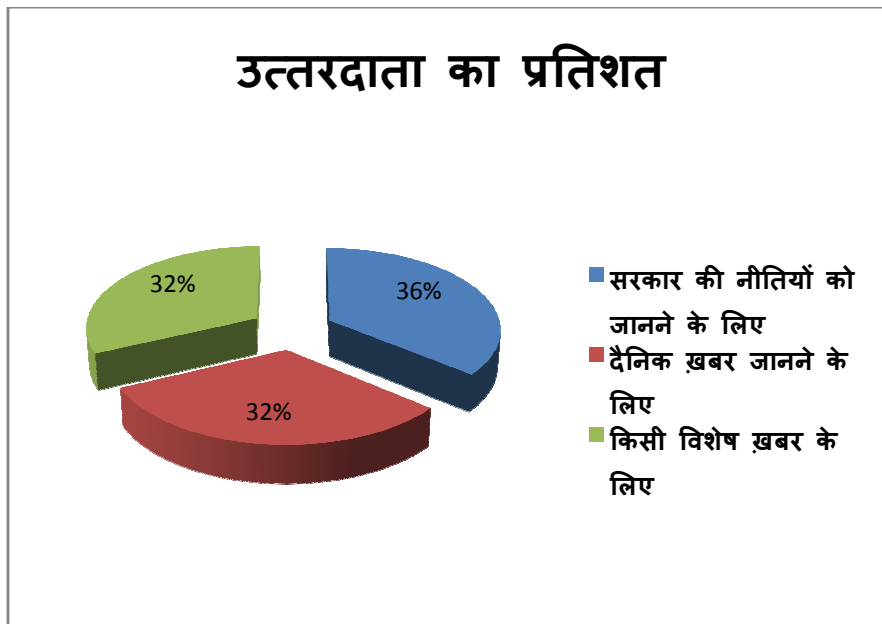
पर विश्वास ज्यादा विश्वास करते हैं। सबसे कम 9 प्रतिशत दर्शकों ने जी न्यूज के खबरों पर विश्वास जताया।



चित्र क्रमांक 5. तत्कालिक घटना की जानकारी लिए सबसे पहले देखा जाना वाला चैनल

नोट:- तत्कालिक घटना को जानने के लिए सबसे ज्यादा में 59 फीसदी दर्शक आज तक को देखना पसंद करते हैं, जबकि 27 प्रतिशत दर्शक

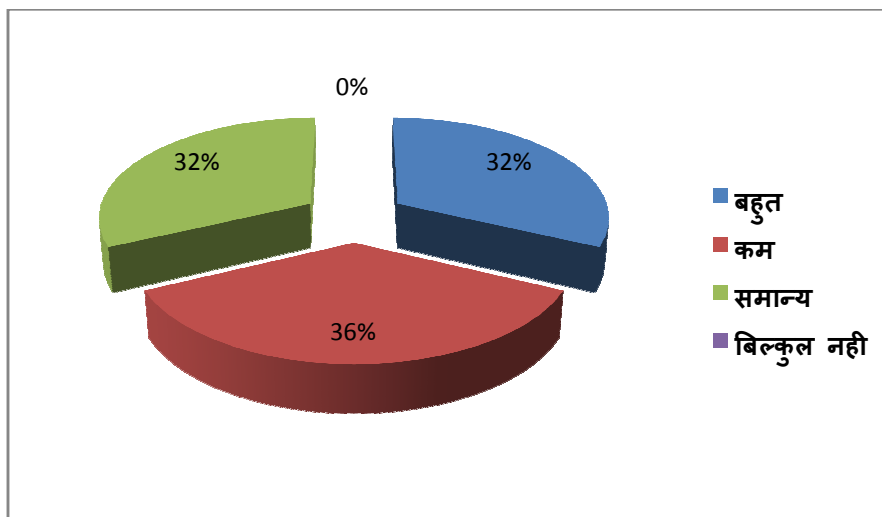
डीडीन्यूज चैनल देखते हैं, वहीं एनडीटीवी देखने वालों की संख्या सबसे कम 14 प्रतिशत है।



चित्र क्रमांक 6. डीडीन्यूज पर समाचार देखने की वजह

नोट:- 36 प्रतिशत उत्तरदाताओं ने माना कि वो सरकार की नीतियों को जानने के लिए डीडीन्यूज चैनल देखते हैं, जबकि 32 प्रतिशत ऐसे भी दर्शकों

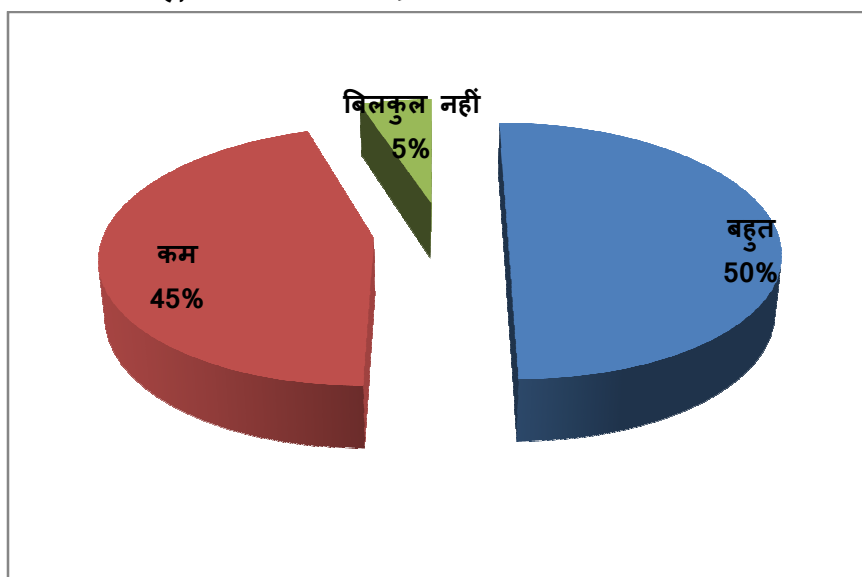
हैं जो डीडी न्यूज को दैनिक खबर के लिए देखना पसंद करते हैं, वहीं 32 फीसदी दर्शक विशेष खबरों के लिए डीडीन्यूज को देखते हैं।



चित्र क्रमांक 7. निजी समाचार चैनलों के खबरों की विश्वसनीयता

नोट:- 32 फीसदी दर्शकों का मानना था कि निजी समाचार चैनलों द्वारा दिखाये जाने वाले समाचार पर वो बहुत विश्वास करते हैं, जबकि 36 फीसदी

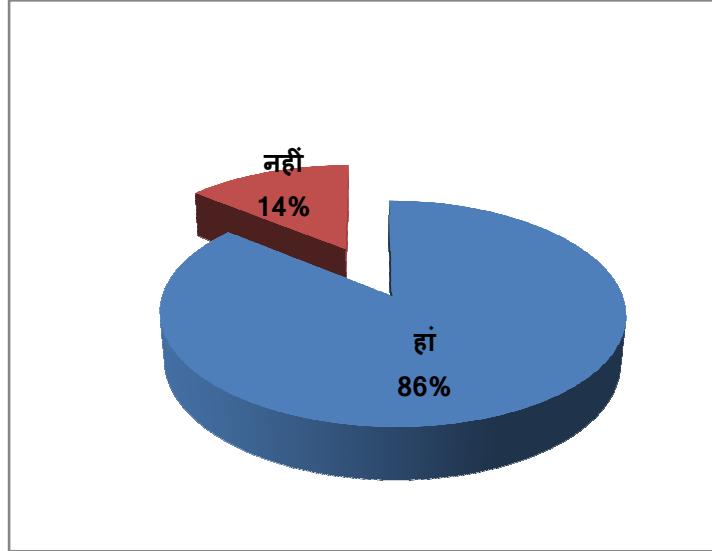
दर्शकों का मानना था कि वो कम विश्वास करते हैं, वहीं 32 फीसदी दर्शक निजी समाचार चैनलों की खबरों पर सामान्य तौर पर विश्वास करते हैं।



चित्र क्रमांक 8. डीडीन्यूज चैनल के खबरों की विश्वसनीयता

नोट:- खबरों की विश्वसनीयता के बारे में पूछे जाने पर 50 प्रतिशत उत्तरदाताओं का मानना था कि उन्हें डीडीन्यूज के खबरों पर ज्यादा विश्वास है, वहीं 45 प्रतिशत उत्तरदाताओं ने डीडीन्यूज की खबरों पर कम विश्वास जताया, साथ ही पांच

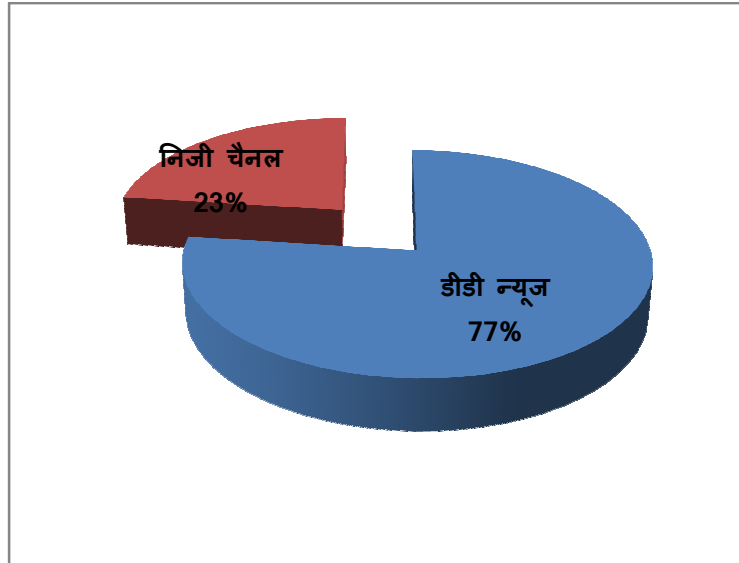
प्रतिशत उत्तरदाताओं ने डीडीन्यूज की खबरों पर बिल्कुल भी विश्वास नहीं जताया। इस शोध से यह ज्ञात होता है कि पुरुष दर्शक महिलाओं के अपेक्षा डीडीन्यूज के खबरों पर ज्यादा विश्वास करते हैं।



चित्र क्रमांक 9. समाचार चैनल का रुझान (सूचनात्मक कम टीआरपी में ज्यादा)

नोट:- 86 प्रतिशत उत्तरदाता इस बात से सहमत थे कि आज समाचार चैनलों का रुझान खबरों में कम बल्कि टीआरपी में बने रहना ज्यादा हो गया है, जबकि 14 फीसदी उत्तरदाताओं ने इससे

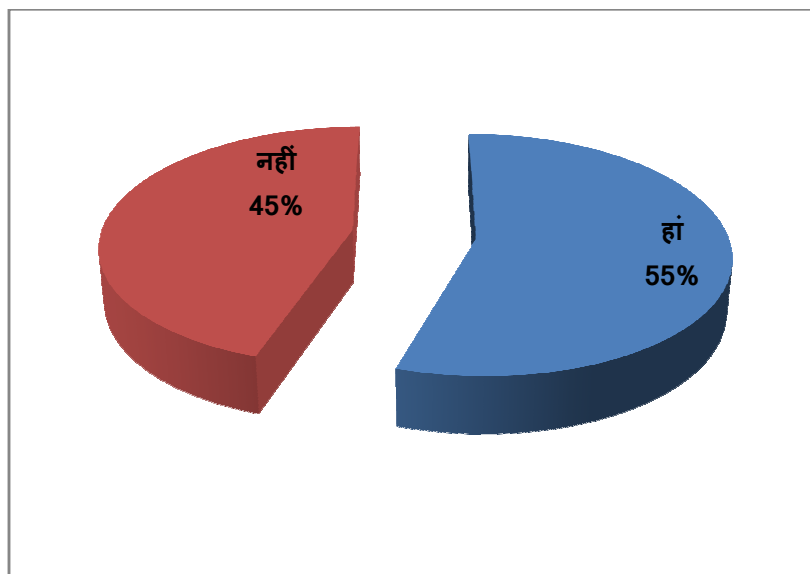
असहमति जताई। इनमें ज्यादातर पुरुष दर्शक यह मानते हैं कि समाचार चैनलों का रुझान सूचना देना कम बल्कि टीआरपी में बने रहना ज्यादा है।



चित्र क्रमांक 10. राष्ट्रीय/अंतरराष्ट्रीय खबरों की लिए चैनलों की विश्वसनीयता

नोट:- उत्तरदाताओं में से 77 प्रतिशत ने राष्ट्रीय/अंतरराष्ट्रीय खबरों की जानकारी के लिए ज्यादा विश्वसनीय डीडीन्यूज चैनल को माना,

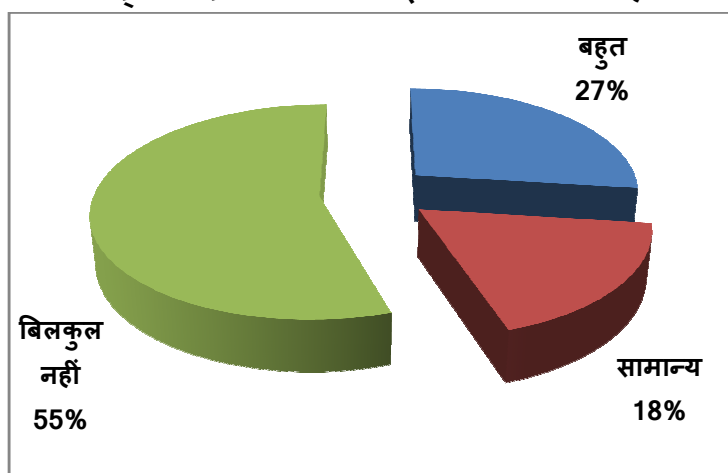
जबकि 23 प्रतिशत दर्शकों ने निजी खबरिया चैनलों द्वारा प्रसारित खबरों पर विश्वास जताया।



चित्र क्रमांक 11. निजी चैनल के खबरों की सत्यता सिद्ध करने के लिए डीडीन्यूज देखने वाले दर्शकों की संख्या

नोट:- 55 प्रतिशत दर्शकों ने माना कि उन्होंने निजी खबरिया चैनलों द्वारा दिखाए गए खबरों की पुष्टि के लिए डीडीन्यूज चैनल से जानकारी हासिल की, जबकि 45 प्रतिशत ऐसे उत्तरदाता भी थे जिन्होंने समाचार चैनलों द्वारा दिखाए खबरों

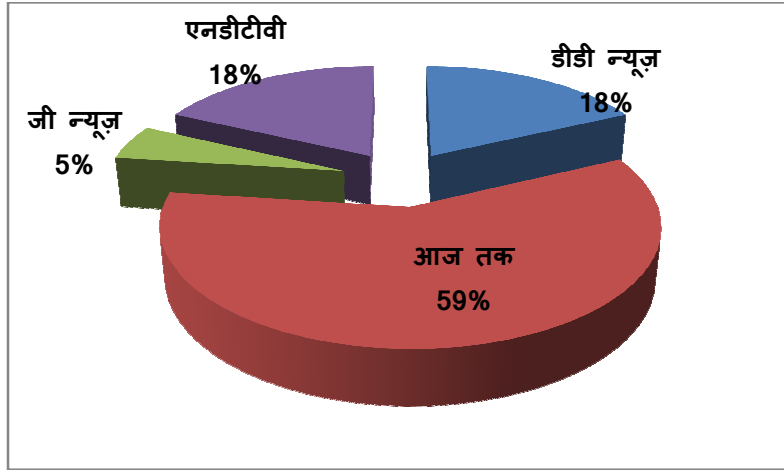
की पुष्टि डीडीन्यूज चैनल से नहीं की। शोध से यह ज्ञात होता है कि ज्यादातर पुरुषों द्वारा निजी चैनलों की खबरों की सत्यता सिद्ध करने के लिए डीडीन्यूज देखा जाता है, जबकि महिलाओं में इसकी संख्या कम है।



चित्र क्रमांक 12. निजी चैनलों के खबरों से संतुष्ट होने वाले दर्शकों की संख्या

नोट:- 27 प्रतिशत दर्शकों माना कि वो निजी समाचार चैनलों द्वारा दिखाए जाने वाले समाचारों से बहुत संतुष्ट हो पाते हैं, वहीं 18 प्रतिशत ने माना कि वो सामान्य तौर पर ही संतुष्ट हो पाते हैं, जबकि 55 प्रतिशत दर्शकों का मानना था कि वो बिलकुल भी संतुष्ट नहीं हो पाते हैं। शोध के

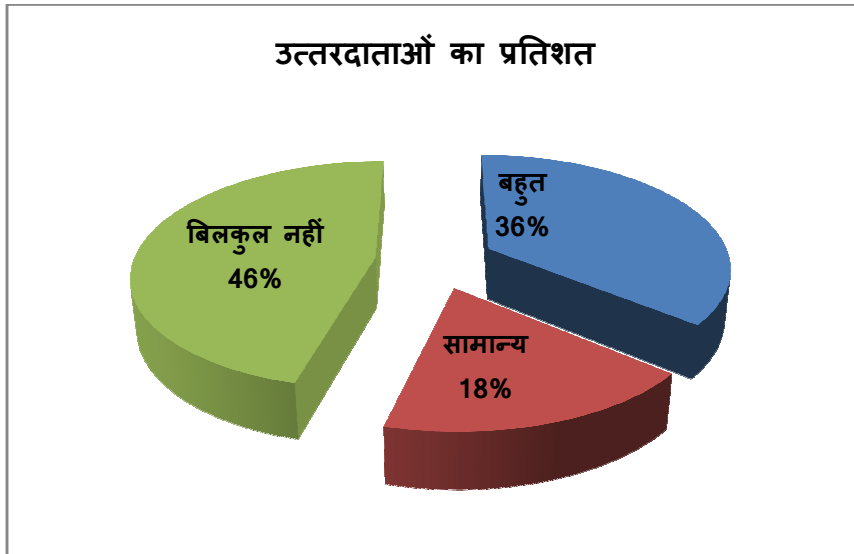
इस प्रश्न पर ज्यादातर महिलाओं का कहना था कि वो निजी चैनलों की खबरों से बहुत या सामान्यतौर पर संतुष्ट होती हैं, जबकि ज्यादातर पुरुषों का कहना था कि वो इससे बिलकुल भी संतुष्ट नहीं हो पाते हैं।



चित्र क्रमांक 13.सामान्यतः समाचार देखने के लिए चैनलों को महत्व (प्राथमिकता के आधार पर सबसे पहले)

नोट:- 18 प्रतिशत दर्शकों ने माना कि वो डीडी न्यूज को सबसे पहले देखते हैं, वहीं सबसे ज्यादा 59 प्रतिशत दर्शकों ने माना कि वो आज तक चैनल सबसे पहले देखते हैं, पांच प्रतिशत ने जी न्यूज तथा 18 प्रतिशत दर्शकों ने एनडीटीवी सबसे

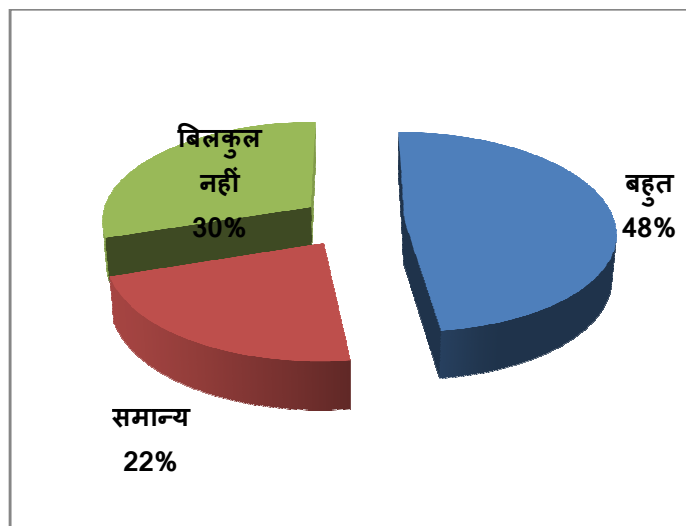
पहले देखना स्वीकार किया। सामान्यतः समाचार देखने जाने वाले चैनलों में आज तक को ज्यादा पसंद किया जाता है। इनमें भी महिला दर्शक पुरुषों के अपेक्षा आज तक न्यूज चैनल ज्यादा देखती हैं।



चित्र क्रमांक 14.प्रतिस्पर्धावश दूरदर्शन में आया परिवर्तन (कलेवर, प्रस्तुती और स्टाइल)

नोट:- 36 प्रतिशत दर्शकों ने माना कि डीडी न्यूज ने काफी परिवर्तन किया है, वहीं 18 प्रतिशत ने माना कि सामान्य तौर पर बदलाव हुए हैं जबकि सबसे ज्यादा 46 प्रतिशत दर्शकों का मानना था कि इसमें बिलकुल भी बदलाव नहीं हुआ है। इनमें

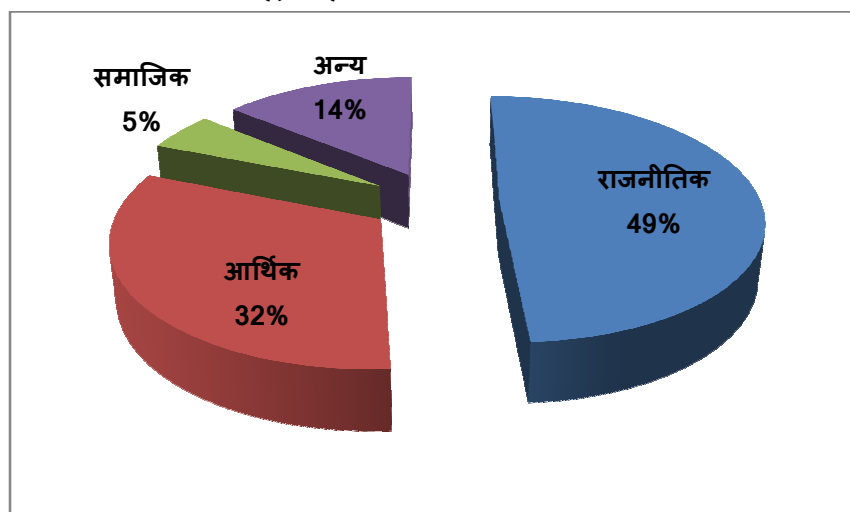
ऐसे पुरुष दर्शकों की संख्या ज्यादा है जो यह मानते हैं कि दूरदर्शन में प्रतिस्पर्धावश ज्यादा बदलाव आया है, इसके साथ ही ज्यादातर महिलाओं का मानना है कि प्रतिस्पर्धा के कारण से इसमें कोई बदलाव नहीं आया है।



चित्र क्रमांक-15.निजी चैनल पर पूंजीपतियों एवं राजनेताओं का प्रभाव

नोट:- इस सर्वेक्षण के तहत 48 प्रतिशत दर्शकों ने माना कि आज निजी चैनलों पर पूंजीपतियों तथा राजनेताओं का एकाधिकार है, जबकि 22 प्रतिशत दर्शकों ने माना कि सामान्य तौर पर पूंजीपति और राजनेता इस पर अधिकार रखते हैं, वहीं 30

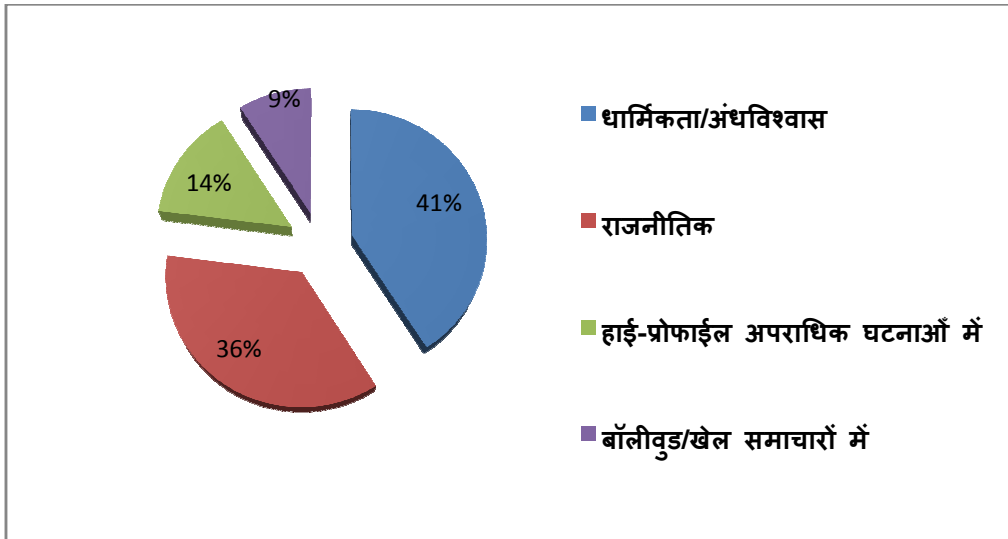
दर्शकों ने इससे बिलकुल इंकार कर दिया। इस प्रश्न के उत्तर में ज्यादातर पुरुषों ने माना कि निजी चैनलों पर राजनेताओं एवं पूंजीपतियों का प्रभाव है।



चित्र क्रमांक 16.निजी समाचार चैनलों की विश्वसनीयता को प्रभावित करने वाले कारक

नोट:- 48 प्रतिशत उत्तरदाताओं ने माना कि निजी समाचार चैनल को राजनीतिक कारण से प्रभावित होते हैं, जबकि 32 प्रतिशत ने आर्थिक कारक को इसके लिए जिम्मेदार ठहराया, वहीं

पांच फीसदी उत्तरदाताओं ने इसके लिए समाजिक कारक उत्तरदायी ठहराया, इसके साथ ही अन्य कारक को इसका वजह मानने वालों में 14 प्रतिशत दर्शक थे।



चित्र क्रमांक 17. निजी चैनलों द्वारा जिन खबरों को बढ़ा-चढ़ा कर दिखाया जाता है

नोट:- 41 प्रतिशत उत्तरदाताओं का मानना था कि निजी समाचार चैनल धार्मिक/अंधविश्वास वाले खबरों को ज्यादा बढ़ा-चढ़ा कर दिखाते हैं, जबकि 36 प्रतिशत उत्तरदाताओं का मानना था कि राजनीति की खबरों को ज्यादा बढ़ाचढ़ा कर दिखाया जाता है, 14 प्रतिशत उत्तरदाता हाई प्रोफाइल अपराधिक घटनाओं को बढ़ाचढ़ा कर दिखाने की बात मानते हैं, वहीं 9 प्रतिशत ऐसे भी उत्तरदाता हैं जो बॉलीवुड/खेल समाचारों को बढ़ाचढ़ा कर दिखाने की बात मानते हैं।

निष्कर्ष

शोध से यह ज्ञात होता है कि दर्शक निजी समाचार चैनल ज्यादा देखते हैं, उनमें भी वो आज तक न्यूज चैनल को ज्यादा तवज्जो देते हैं। वहीं दर्शकों ने सभी तरह के खबरों को देखने की बात स्वीकार की। हालांकि सबसे ज्यादा दर्शक केवल जानकारी के लिए समाचार देखते हैं।

निजी समाचार चैनलों की संख्या और त्वरित प्रसारण के बावजूद दर्शक डीडीन्यूज की खबरों पर ज्यादा विश्वास करते हैं। हालांकि डीडीन्यूज को ज्यादातर दर्शक केवल सरकार की नीतियों और फैसलों को जानने के लिए ज्यादा पसंद करते हैं।

साथ ही राष्ट्रीय/अंतरराष्ट्रीय महत्व की खबरों के लिए भी दर्शक डीडी न्यूज चैनल पर ही विश्वास करते हैं। वहीं दर्शक तात्कालिक घटना की जानकारी के लिए आजतक चैनल देखना ज्यादा पसंद करते हैं। ऐसे दर्शकों की संख्या भी काफी है जिन्होंने किसी घटना की पुनर्परीक्षण के लिए डीडीन्यूज चैनल देखा है। शोध से यह बात भी सामने आई कि दर्शक निजी चैनलों द्वारा दिखाए गए खबरों से संतुष्ट नहीं हो पाते हैं। दर्शकों का मानना है कि धार्मिकता और अंधविश्वास फैलाने वाले खबर निजी चैनलों द्वारा ज्यादा दिखाए जाते हैं। इस तरह देखा जाए तो खबरों की विश्वसनीयता के लिए आज भी दूरदर्शन को ज्यादा पसंद किया जाता है, जबकि ज्यादातर लोग निजी समाचार खासकर आजतक को देखना पसंद करते हैं

सुझाव

- आज समाजिक सरोकारों से जुड़ी टेलीविजन पत्रकारिता ही जरूरी है और प्रसांगिक भी है जिसमें दर्शकों से जुड़ने और उनसे संवाद करने की कोशिश होनी चाहिए। सभी न्यूज चैनलों को इस पर विशेष ध्यान देना चाहिए।

- चूंकि भारत एक विकासशील देश है इसलिए इस देश में प्रसारित किसी भी न्यूज चैनल का प्राथमिक उद्देश्य लोक शिक्षण, सूचना और ज्ञान को बनाए रखना होना चाहिए। न कि टीआरपी पाने की होड़ में और बिजनेस बढ़ाने की जल्दी में इस उत्तरदायित्वों से मुह फेर लेना चाहिए।
- निजी खबरिया चैनलों को चाहिए कि वो खबरे ऐसे दिखाए जिस पर दर्शक विश्वास करे न कि एसक्लुसिव न्यूज के चक्कर में अनाब-सनाब कुछ भी दिखा दे।

संदर्भ ग्रंथ सूची

- [1]. सिंह, डॉ श्रीकांत: टेलीविजन पत्रकारिता, पूर्वाशा प्रकाशन, भोपाल।
- [2]. सिंह, डॉ देवव्रत: इलेक्ट्रॉनिक मीडिया, प्रभात प्रकाशन, दिल्ली।

- [3]. कश्यप, डॉ श्याम, कुमार मुकेश: टेलीविजन की कहानी, राजकमल प्रकाशन प्रा.लि., दिल्ली।
- [4]. सिंह, डॉ इन्द्रजीत, शर्मा, मधुलिका: टेलीविजन पत्रकारिता (सिद्धांत एवं तकनीक), कनिष्क पब्लिशर्स, दिल्ली।
- [5]. मुखर्जी, डॉ रविन्द्र नाथ: सामाजिक शोध व सांख्यिकी, विवेक प्रकाशन, जवाहर नगर, दिल्ली।
- [6]. दयाल, मनोज: मीडिया शोध।
- [7]. Kumar, Ranit: Research methodology, Dorling Kindersley Pvt. Ltd (publishers).
- [8]. Kumar K. J (2000) Mass Communication in India New Delhi: Jaioco Pulishing House.
- [9]. Singhal, A & Roggers, Evertt M. (2001) India's Communication Revolution from BOLLUCK Carts to Cyber Marts: New Delhi: Space Publication.