



Social

भारत में टेलीविजन समाचार चैनलों की प्रभावशीलता (चयनित चैनलों का तुलनात्मक अध्ययन)

डा. योगेश कुमार गुप्ता¹

^{*1} सहायक प्रोफेसर, पत्रकारिता एवं जनसंचार विभाग, निम्स विश्वविद्यालय, जयपुर

सारांश - भारत में आज भी समाचार चैनलों की जनता में विश्वसनीयता बनी हुई है। इस शोध के माध्यम से समाचार चैनलों के प्रस्तुतिकरण के अंदाज का पता चलता है। समाचार चैनलों के बीच चल रही घमासान प्रतिस्पर्धा में सबसे आगे कौनसा समाचार चैनल है, का भी पता किया गया है। यह शोध टेलीविजन मीडिया से संबंधित पहलुओं की अज्ञानता के निवारण में प्रभावी भूमिका निभा सकता है। आज टेलीविजन ही संचार का सबसे प्रभावी माध्यम है। टेलीविजन मीडिया लोगों को न्याय दिलाने में, विभिन्न अनछुए पहलुओं से पर्दा हटाने में सहायक सिद्ध हो सकता है। वहीं इस शोध की कुछ सीमाएं भी रही हैं जैसे— इस शोध में केवल जयपुर शहर को ही अध्ययन के लिए चुना गया है। जिससे कार्य की गुणवत्ता बनी रहे। इस शोध में केवल चार हिन्दी के समाचार चैनलों को अध्ययन के लिए चुना गया है। इसमें जयपुर शहर की निर्वाचक नामावली में से मतदाताओं को ही लिया गया है तथा अध्ययन के लिए केवल 1000 रеспॉण्डेंट्स को ही लिया गया है। इस शोध में आंकड़े एकत्र करने का मुख्य साधन प्रश्नावली ही है। वहीं अनुसूची एक ऐसी तथ्य संकलन की प्रविधि है जिसमें अवलोकन, साक्षात्कार तथा प्रश्नावली तीनों विशेषताओं का समन्वय है। साक्षात्कार के माध्यम से दो तरह से आंकड़ों का संकलन किया है जिनमें एक टीवी के समाचार चैनलों से जुड़े लोगों का एवं दूसरा मीडिया के विद्यार्थियों से।

टेलीविजन समाचार चैनलों की विश्वसनीयता, जन प्रतिष्ठा एवं प्रभाव के अध्ययन में जयपुर शहर में सर्वेक्षण के माध्यम से राजनीतिक, सामाजिक, आर्थिक, शैक्षणिक एवं सांस्कृतिक प्रभाव का आंकलन किया गया है। टेलीविजन दर्शकों के पसंदीदा समाचार चैनल के बारे में पता लगाने का प्रयास किया गया है कि दर्शक किस तरह का समाचार चैनल पसंद करता है तथा उस पर उन्हें कौनसे कार्यक्रम पसंद आते हैं। मीडियाकर्मियों से साक्षात्कार में टीवी समाचारों की दृष्टि से समाचार चैनल की सर्वश्रेष्ठता के बारे में पता लगाने के साथ समाचार प्रस्तुतिकरण में समाचार चैनल के दृष्टिकोण पर प्रकाश डाला गया है। चैनलों पर प्रसारित समाचार की विश्वसनीयता या प्रचार को प्रमुखता के बारे में जानकारी जुटाने के साथ चैनलों पर प्रसारित लाइव खबरों के बारे में अध्ययन प्रस्तुत है। समाचारों में ब्रेकिंग न्यूज, न्यूज फ्लश के प्रचलन के साथ विकासात्मक समाचारों की उपेक्षा क्यों, के बारे में जानकारी प्रस्तुत है। समाचारों की नए संदर्भ में प्रस्तुति एवं उनकी विश्वसनीयता तथा जयपुर शहर में समाचार चैनलों की टीआरपी एवं प्रसारित मुद्दों पर अध्ययन का इसमें समाकलन किया गया है।

टेलीविजन समाचार चैनलों पर समाचारों की वस्तु स्थिति एवं जनता पर प्रभावशीलता का आंकलन करने में मेरा यह शोध निश्चित रूप से मददगार साबित होगा।

मुख्य शब्द – मीडिया, विश्वसनीयता, टी.वी. समाचार चैनल, प्रभावशीलता, साक्षात्कार, दर्शक, समाचार, प्रसारण, समाज, राजनैतिक, आर्थिक

Cite This Article: डा. योगेश कुमार गुप्ता. (2017). “भारत में टेलीविजन समाचार चैनलों की प्रभावशीलता (चयनित चैनलों का तुलनात्मक अध्ययन). *International Journal of Research - Granthaalayah*, 5(7), 79-91. <https://doi.org/10.5281/zenodo.827210>.

1. प्रस्तावना

वर्तमान में टीवी मीडिया में ऐसे समाचार उत्पादों का काफी जोर है जो लोगों का ध्यान आकृष्ट करने में सबसे अधिक सक्षम हैं और इन दिनों विभिन्न टीवी न्यूज चैनलों में भिन्न विषयक समाचारों और अन्य कार्यक्रमों की बाढ़ सी आ गई है। टीवी मीडिया के क्षेत्र में क्रांतिकारी परिवर्तन हुए हैं। टीवी मीडिया ने आज विश्व को झकझोर का रख दिया है।

देश में टीवी के समाचार चैनलों की स्थिति बड़ी ही विचित्र है और ये जबरदस्त प्रतिस्पर्द्धा के दौर से गुजर रहे हैं। नित्य नए चैनल खुलते जा रहे हैं और मनमाने ढंग से खबरें प्रसारित कर रहे हैं। इनकी तात्कालिक प्राथमिकता अधिक से अधिक दर्शकों को बांधे रखने की है। अर्थात् सारा खेल टीआरपी (टेलीविजन रेटिंग प्वाइंट) का है। दर्शकों को बांधे रखने के लिए इस दौर में ये समाचारों में मनोरंजन के तत्वों को मिलकार प्रसारित करने की रणनीति पर चल रहे हैं। उन्हें इस बात से कोई मतलब नहीं है कि समाज पर इन खबरों का क्या प्रभाव पड़ेगा। उन्हें तो अपनी टीआरपी से मतलब है। अपने प्राइम टाइम में टीआरपी को मद्देनजर रखकर ही कार्यक्रम प्रसारित किए जाते हैं। यह बड़ी विडम्बना है कि टीवी समाचार चैनलों को जो वास्तविक खबरें प्रसारित की जानी चाहिए उनसे वे कहीं भटकते से नजर आ रहे हैं। समाचारों में जो ब्रेकिंग न्यूज, न्यूज फ्लश तथा अपराध समाचारों को बड़े सजे-संवरे ढंग से दर्शकों के सामने प्रस्तुत किया जा रहा है, जो हर किसी को अपील करते से नजर आ रहे हैं। भले ही इनकी अंतर्वस्तु बिल्कुल घटिया किस्म की ही क्यों न हो। बस, मसाला लगाकर खबर को स्पाइसी बना दिया जाता है। इस कारण इस तरह के समाचार उत्पाद लोगों को शिक्षित करने और उनमें समझ पैदा करने के बजाय उनका मनोरंजन ही अधिक करते हैं।

यह शोध पत्र टेलिविजन समाचार चैनलों की विश्वसनीयता एवं प्रभावशीलता का संक्षिप्त विवरण प्रस्तुत करता है।

2. साहित्य का पुनरावलोकन (Review of Literature)

इस विषय से संबंधित शोध कार्य माखन लाल चतुर्वेदी राष्ट्रीय पत्रकारिता विश्वविद्यालय भोपाल से डॉ० देवव्रत सिंह ने “Comparative Study of Indian News Channel” पर 2005 में किया है। इन्होंने कुछेक चैनलों की अंतर्वस्तु का विश्लेषण किया है। पूना विश्वविद्यालय में ग्लोरिया कौंडलकर कैमकर ने “Study of Marathi TV Channel with reference to the Interrelation between viewership & Programming Content” पर किया है, जो कि मराठी चैनलों के कार्यक्रमों एवं उनके दर्शकों तक सीमित है।

Ratnesh Dwivedi. "Changing Mutual Perception of Television News Viewers and Program Makers in India- A Case Study of CNN-IBN and Its Unique Initiative of Citizen Journalism" *Pragyan: A Journal of Mass Communication* Vol. 8 Iss. 2 (2010). A Study of Viewership Preference Patterns of News Channels with Special Reference to Zee News by Sachin Sinha.

पुस्तकों में वर्तिका नंदा की टेलीविजन एवं अपराध पत्रकारिता में टेलीविजन पर अपराध कार्यक्रमों की कवरेज से लेकर प्रसारण एवं अन्य तकनीकी बारिकियों को वर्णन है। प्रो० रमेश जैन की इलेक्ट्रॉनिक मीडिया में टेलीविजन लेखन एवं टीवी तकनीक के बारे में जानकारी दी गई है। डॉ० संजीव भानावत की इलेक्ट्रॉनिक मीडिया में टेलीविजन तकनीक के बारे में बताया गया है। डॉ० देवव्रत की भारतीय इलेक्ट्रॉनिक मीडिया में विश्व एवं भारत में टेलीविजन के इतिहास का वर्णन किया गया है। कोटा खुला विश्वविद्यालय की दृश्य-श्रव्य माध्यम की बुकलेट में टीवी के इतिहास के साथ टीवी तकनीकी को समेटने की कोशिश की गई है एवं जनसंचार शोध प्रविधि की बुकलेट में संचार शोध के बारे में बताया गया है। डॉ० मनोज दयाल के मीडिया शोध पुस्तक में जनसंचार शोध का वर्णन किया गया है।

दैनिक समाचार पत्रों में दैनिक भास्कर, राजस्थान पत्रिका, दैनिक हिन्दुस्तान, राष्ट्रीय सहारा एवं सहारा समय साप्ताहिक का भी उपयोग किया गया है। रिसर्च जर्नल्स में संचार माध्यम, विदुर के साथ हंस का टेलीविजन विशेषांक का भी इस शोध में अध्ययन किया गया है।

इसके साथ ही विभिन्न समाचार चैनलों की बेबसाईट जैसे— आजतक डॉट कॉम, एनडीटीवी इंडिया डॉट कॉम, स्टार न्यूज डॉट कॉम, सहारा समय डॉट कॉम, डीडी इंडिया डॉट जीओवी डॉट इन, बीबीसी डॉट कॉम, सीएनएन डॉट कॉम आदि विभिन्न समाचार चैनलों की बेबसाईट का भी अवलोकन किया गया है।

3. शोध के उद्देश्य (Objects of Research)

“भारत में टेलीविजन समाचार चैनलों की प्रभावशीलता (चयनित चैनलों का तुलनात्मक अध्ययन)” विषयक शोध कार्य के निम्न उद्देश्य रहे—

1. इस शोध कार्य से भारत में प्रसारित हो रहे समाचार चैनलों की विश्वसनीयता मालूम होती है कि आज भी समाचार चैनलों की जनता में विश्वसनीयता बरकरार बनी हुई है।
2. इस शोध से समाचार चैनलों के बीच चल रही घमासान प्रतिस्पर्धा में सबसे आगे कौनसा समाचार चैनल है, का पता लगता है।
3. इस शोध के माध्यम से टीवी समाचार चैनलों के प्रभाव का मूल्यांकन किया जा सकता है कि किस-किस चैनल का कितना-कितना प्रभाव पड़ता है।
4. इस शोध के माध्यम से टीवी के विभिन्न समाचार चैनलों की अंतर्वस्तु का विश्लेषण किया गया है कि उनमें कितना प्रतिशत समाचार है और कितना प्रतिशत विज्ञापन।

4. शोध का महत्व (Importance of Research)

यह शोध हमें टीवी समाचार चैनलों के विभिन्न पहलुओं और आयामों आदि का ज्ञान प्रदान करता है। इस ज्ञान का उपयोग जनता की विकास योजनाओं को बनाने और आगे बढ़ाने में किया जा सकता है। इस शोध की सहायता से टीवी मीडिया के विकास की योजनाएं अच्छी बनाई जा सकती हैं और लक्ष्यों को सरलता से प्राप्त किया जा सकता है। यह शोध भारत जैसे विकासशील, कल्याणकारी, धर्मनिरपेक्ष तथा समानतावादी देश के लिए विशेष महत्व रखता है। इसके द्वारा देश में इसके प्रभावों जैसे— आर्थिक, राजनीति, सामाजिक, शैक्षिक, सांस्कृतिक आदि की जानकारी प्राप्त की जा सकती है। यदि प्रभाव बुरा है तो उसे दूर करने की योजनाएं बनाकर तीव्र गति से विकास सुधार आदि के कार्यक्रम बनाए जा सकते हैं। इस शोध का महत्व निम्न तथ्यों के आधार पर प्रकट किया जा सकता है:—

1. यह शोध टीवी मीडिया से संबंधित पहलुओं की अज्ञानता के निवारण में प्रभावी भूमिका निभा सकता है। क्योंकि वर्तमान युग में ही टीवी ही संचार का सबसे प्रभावी माध्यम है।
2. इस शोध के माध्यम से टीवी मीडिया से संबंधित अनेक समस्याओं का समाधान किया गया है।
3. यह शोध कल्याणकारी कार्य करने में सहायक हो सकता है। क्योंकि टीवी मीडिया लोगों तक सूचनाओं को पहुंचाता है। लोगों को न्याय दिलाने में, विभिन्न अनछुए पहलुओं से पर्दा हटाने में सहायक सिद्ध हो सकता है।
4. इस शोध के माध्यम से टीवी के समाचार चैनलों की कार्यप्रणाली का वास्तविकता से ज्ञान प्रदान करने का प्रयास किया गया है।

5. शोध अध्ययन का क्षेत्र (Area of Research)

शोध के लिए हमने यहां पर देश के राजस्थान प्रांत की राजधानी जयपुर शहर को अध्ययन क्षेत्र के रूप में लिया है। जयपुर शहर में विभिन्न तरह के लोग निवास करते हैं। जयपुर शहर में कुल 91 वार्ड हैं। हमने इस अध्ययन हेतु नगर निगम से सन् 2015 की निर्वाचक नामावली से जनसंख्या (वोटर) के आंकड़े लिए हैं। सभी 91 वार्डों में कुल लगभग 17 लाख वोटर (1684541) 919441 स्त्रीयां एवं 765100 पुरुष हैं। प्रत्येक वार्ड में वोटरों की संख्या असमान है।

6. शोध प्रविधि (Research Methodology)

घटना और समस्याओं के संबंध में नवीन ज्ञान प्राप्त करने के लिए किए गए अन्वेषण कार्य को शोध प्रक्रिया कहते हैं। यहां इस शोध की प्रविधि विवरणात्मक या वर्णात्मक (Descriptive Research Method) है। इस शोध प्रविधि का उद्देश्य विषय या समस्या के संबंध में यथार्थ या वास्तविक तथ्यों को एकत्रित कर उनका क्रमबद्ध, तार्किक तथा व्यवस्थित विवरण प्रस्तुत करना है। इस शोध के माध्यम से विभिन्न पक्षों के संबंध में जानकारी, वास्तविक तथ्य या सूचनाएं एकत्रित की तथा उन्हें जनता के सम्मुख प्रस्तुत किया। इस शोध में तथ्य वास्तविक एवं विश्वसनीय हैं, जिससे इसका वर्णात्मक विवरण वैज्ञानिक है।

अतः इस शोध में घटनाओं का यथार्थ रूप प्रस्तुत करने पर बल दिया है। विवरणात्मक शोध संबंधी प्रमुख विशेषताओं में किसी विषय के विभिन्न पक्षों पर प्रकाश डालना, पूर्व अध्ययन रहित होने पर विषय की उपयुक्तता रखना तथा शोध के विभिन्न चरणों में वैज्ञानिक विधि को अपनाया है।

6.1. आंकड़ा संग्रहण के स्रोत (Sources of Data Collection)

अनुसंधान के लिए विविध स्रोतों से आंकड़े एकत्रित करने की आवश्यकता होती है जिनमें द्वितीयक स्रोत (गौण) एवं प्राथमिक स्रोत शामिल होते हैं।

प्राथमिक स्रोत (Primary Sources)

प्राथमिक स्रोतों से हमारा तात्पर्य संबंधित लोगों से आंकड़ा संग्रहण करना है। यानी कि प्रत्यार्थियों (Respondents) से व्यक्तिगत रूप से संपर्क करना, उनके घर जाकर या कार्यालय पहुंचकर सूचनाएं एकत्रित करना है। द्वितीयक स्रोतों से प्राप्त आंकड़ों पर अच्छे से कार्य करके अंतिम रूपरेखा तैयार करके सीधी एवं साक्षात् सूचना क्षेत्र से भी ली जाती है।

द्वितीयक स्रोत (Secondary Sources)

जब सूचना उपलब्ध साहित्य से प्राप्त की जाती है तो उसे द्वितीयक स्रोत से आंकड़ा संग्रहण कहते हैं। द्वितीयक स्रोतों में सरकारी/गैर सरकारी अभिलेख (वर्तमान एवं प्राचीन) प्रांतीय एवं जिला गजेटियर, जनगणना दस्तावेज, डायरियां, किताबें, समाचार पत्र-पत्रिकायें, कार्यक्रम प्रतिलिपियां, छायाचित्र आदि शामिल हैं। द्वितीयक स्रोतों से प्राप्त आंकड़ों के विश्लेषण से बहुत अधिक विवरण प्राप्त हुआ है। टीवी चैनलों से एवं सूचना प्रसारण मंत्रालय की वार्षिक रिपोर्ट को भी दृष्टिगत रखा गया है। इंटरनेट से भी आवश्यक सामग्री जुटाई गयी है। सूचना विनिमय केन्द्र जैसे- संयुक्त राष्ट्र एजेंसियां, पुस्तकालय तथा कुछ मानक प्रकाशन एवं शोध पत्रिकाओं में छपे लेख भी द्वितीयक आंकड़ों के उपयोगी स्रोत हैं।

विशेषज्ञों एवं अन्य लोगों से परामर्श एवं चर्चा से भी मूल्यवान द्वितीयक आंकड़े उपलब्ध हुए हैं। द्वितीयक स्रोतों से प्राप्त आंकड़े समय एवं धन बचाते हैं और गलतियां रोकने में मदद करते हैं। यह कार्यक्षेत्र से प्राथमिक आंकड़ा संग्रहण के लिए खाका तैयार करने में भी मार्गदर्शन करता है। पहले के अनुसंधान से यह अनुमान लगाने में मदद होती है कि आंकड़ा संग्रहण के दौरान और क्या समस्या सामने आ सकती है। साथ ही यह भी पता चलता है कि कितने नए आंकड़ों की आवश्यकता है।

6.2. आंकड़ा संग्रहण विधि (Method of Data Collection)

वैज्ञानिक ढंग से आंकड़ा संग्रहण की अनेक विधियां हैं। उद्देश्यों की पूर्ति के लिये विभिन्न विधियां प्रयोग में लायी जाती हैं। विभिन्न विधियों का चुनाव उपलब्ध साधनों एवं उपयोगिता के आधार पर किया जाता है।

6.3. सर्वेक्षण विधि (Survey Method)

सर्वेक्षण अनुसंधान का उद्देश्य आम लोगों से उपयुक्त सवाल पूछकर उनकी मनोवृत्तियों, विश्वासों और व्यवहारों के विषय में सूचना प्राप्त करना होता है। आमतौर पर लोगों की सीमित संख्या जिसे प्रतिदर्श (सैम्पल) कहते हैं, इससे प्रश्नावली के माध्यम से आंकड़े एकत्रित किये जाते हैं। एक प्रतिदर्श जनसंख्या का सीमित हिस्सा होता है। जिसके माध्यम से बड़ी जनसंख्या की विशिष्टताओं का अध्ययन किया जा सकता है। यह कार्य डाक से प्रश्नावली भेजकर या व्यक्तिगत साक्षात्कार के जरिये, लोगों से निजी तौर से या समूहों में संपन्न किया जा सकता है। इसके अलावा पारिवारिक प्रतिदर्श सर्वेक्षण, पैनल सर्वेक्षण, डाक सर्वेक्षण या टेलीफोन सर्वेक्षण कुछ दूसरे प्रकार के सर्वेक्षण हैं जो संसाधनों की उपलब्धता और अध्ययन के स्वरूप को देखते हुए किये जाते हैं। इन सभी सर्वेक्षण विधियों की अपनी सामर्थ्य एवं सीमाएं हैं।

टेलीविजन के समाचार चैनलों के सभी दर्शकों पर प्रभावशीलता का आंकलन न्यूज चैनलों को देखे जाने के बारे में सूचनाएं एकत्र करके उनके प्रतिदर्शों का अध्ययन सर्वेक्षण के आधार पर किया जाता है।

6.4. प्रतिदर्श संकलन (Sampling)

जयपुर शहर में सर्वेक्षण पद्धति के लिए जयपुर नगर निगम से सन 2015 की निर्वाचक नामावली से जनसंख्या का डेटा लिया गया है। जिसमें कुल 91 वार्ड हैं तथा प्रत्येक वार्ड में जनसंख्या (वोटर) की संख्या असमान है। हमारा सैम्पल साइज 1000 है। कुल 17 लाख जनसंख्या (वोटर) में से 1000 का चयन करना है, जो प्रत्येक वार्ड को रिप्रिजेन्ट करे। प्रत्येक वार्ड से उसकी वोटर संख्या के हिसाब से सैम्पल ले लेते हैं। जिससे उचित अनुपात के डेटा का चयन किया जा सके।

वार्ड से डाटा के चयन के लिये हम रेण्डम टेबुल विधि से डेटा का चयन करते हैं और डेटा उचित अनुपात से कुछ अधिक लिया जाता है, जिससे बाद में कोई परेशानी न हो और प्रत्येक वार्ड के सैम्पल का पता (Address) देखकर फिर उससे प्रश्नावली को भरवाया जाता है। इस तरह सूचना एकत्र कर ली जाती है।

6.5. प्रश्नावली (Questionnaire)

सर्वेक्षण शोध में आंकड़े एकत्र करने का मुख्य साधन प्रश्नावली है प्रश्नावली में वे सभी तथ्य मिल रहे हैं, जो टेलीविजन न्यूज चैनलों की प्रभावशीलता से संबंधित आंकड़े तैयार करने के लिये जरूरी हैं। इसके साथ ही प्रश्न भी बहुत अधिक नहीं हैं, क्योंकि इसके उत्तर देने वाला थक सकता है। जो आवश्यक है और जो मिल सकता है इन दोनों के बीच एक उचित संतुलन बनाए रखा है। हमारे यहां कई भाषायें बोली जाती हैं। इसलिये प्रश्नों का उचित अनुवाद करके रखा गया है और यह जरूरी भी है। मुझे सर्वेक्षण क्षेत्र की पर्याप्त जानकारी है। इसलिए प्रश्नावली तैयार करने में अधिक परेशानियों का सामना नहीं करना पड़ा। यदि प्रश्नावली सही तरीके से तैयार न की जाए तो एक अच्छे खासे संगठित सर्वेक्षण को नष्ट कर सकती है।

6.6. साक्षात्कार (Interview)

सर्वेक्षण शोध की सफलता मुख्यतः इस बात पर निर्भर करती है कि क्षेत्रकार्य कितनी खूबी से किया गया है। दर्शक एवं श्रोताओं का आंकलन, अध्ययन में क्षेत्रकार्य प्रायः अल्पकालिक प्रश्नकर्ता करते हैं। इन प्रश्नकर्ताओं का उचित चयन और प्रशिक्षण होना चाहिए। इसके अलावा क्षेत्रकार्य के दौरान उचित निरीक्षण किया जाना चाहिए तथा साक्षात्कारों की गुणवत्ता सुनिश्चित करने के लिये कुछ साक्षात्कारों की दुबारा जांच भी होनी चाहिए। क्षेत्र साक्षात्कार की सफलता बहुत हद तक प्रश्नकर्ता पर निर्भर करती है। प्रश्नकर्ता को उत्तर देने वाले के साथ उचित संबंध स्थापित करना चाहिए। उनका व्यक्तित्व, आचरण, आवाज, मानसिक प्रभावशीलता और शारीरिक भाषा भी साक्षात्कार की सफलता और सही सूचना एकत्र करने में योगदान करती है।

साक्षात्कार के माध्यम से हम दो तरह से आंकड़ों का संकलन करते हैं, जिसमें एक टीवी के समाचार चैनलों से जुड़े लोगों का एवं दूसरा मीडिया के विद्यार्थियों से साक्षात्कार करते हैं।

टीवी मीडियाकर्मियों का साक्षात्कार लेना यहां इसलिए प्रासंगिक है क्योंकि ये लोग टीवी की अंदरूनी स्थिति को बयां कर सकें, टीवी मीडिया के सच को सामने ला सकें और इस क्षेत्र में अपने अनुभवों को बता सकें। जिससे आगे आने वाली पीढ़ी इनके अनुभवों से लाभान्वित हो सके।

वर्तमान समय में टेलीविजन के समाचार चैनलों के द्वारा किस तरह की विषय-वस्तु प्रसारित की जा रही है तथा समाज, राजनीति, अर्थव्यवस्था, शिक्षा, संस्कृति पर इसका क्या प्रभाव पड़ रहा है तथा उन्हें किस तरह की विषय-वस्तु प्रसारित की जानी चाहिए। उनके अनुसार हमारे दर्शक की क्या मांग है और वे दर्शक की मांग को किस हद तक पूरा कर पाते हैं, देखना यह है कि वे जो भी प्रसारित कर रहे हैं वह अपने आप में अन्य चैनलों के प्रसारण की तुलना में कैसे सर्वश्रेष्ठ है। समाचार प्रसारण के समय किन बातों को वे ध्यान में रखते हैं तथा समाचार में किस चीज की प्रमुखता रहती है जैसे- विश्वसनीयता या प्रचार।

आज जो चलन चल रहा है जैसे ब्रेकिंग न्यूज, न्यूज फ्लश आदि का क्या वे पालन कर रहे हैं? वहीं सत्य की स्थिति को जनता के सामने किस तरह से वे रख रहे हैं तथा समाज, बाजार और टीवी मीडिया की स्थिति पर प्रतिक्रिया एवं तीन सी (क्रिकेट, सैक्स, क्राइम) पर चैनलों के रूख की स्थिति का पता करना है।

समाज में टीवी चैनलों की खबरों की विश्वसनीयता के साथ प्रभावशीलता बढ़ाने के लिए वे क्या उपाय कर रहे हैं। इन सब बातों को ध्यान में रखकर चैनल से जुड़े लोगों का साक्षात्कार लिया गया है।

मीडिया के विद्यार्थियों से साक्षात्कार लेना यहां इसलिए प्रासंगिक है, क्योंकि मीडिया के बारे में वे कितना जानते हैं और वर्तमान में मीडिया में क्या हो रहा है तथा वे मीडिया के विद्यार्थी होने के नाते किस चैनल को पसंद करते हैं क्योंकि ये ही आने वाले कल के पत्रकार होंगे। इसलिए इनको सही दिशा देना जरूरी है। टीवी के समाचार चैनलों में किस चैनल की खबर सही, अच्छी एवं पत्रकारिता की दृष्टि से सटीक प्रसारित होती है और उसकी क्या विशेषता है।

वर्तमान में टीवी के समाचार चैनलों पर प्रसारित राजनीतिक, सामाजिक, शैक्षिक, आर्थिक, सांस्कृतिक खबरों के बारे में देश के भावी पत्रकारों के विचार क्या हैं तथा वे इन खबरों से कितने और किस तरह से प्रभावित होते हैं तथा उनके पत्रकारीय दृष्टिकोण से जनसामान्य पर उन खबरों का कैसा प्रभाव पड़ता है। कौनसा चैनल ऐसा है, जो आपकी हर तरह से तुष्टि की पूर्ति करता है और विश्वसनीयता के साथ खबर प्रसारित करता है या फिर जिनकी खबरें सत्यता की कसौटी पर खरा उतरती हैं। स्थिति यह है कि किस तरह का टीवी समाचार चैनल होना चाहिए और उसमें क्या-क्या होने चाहिए जो पत्रकारिता के मापदंडों को पूरा करे एवं उस पर उनकी इच्छानुसार सभी विषय-वस्तु प्रसारित की जाए। इन भावी पत्रकारों की सोच देश व समाज के प्रति कैसी है? इन सब बातों को ध्यान में रखकर इनका साक्षात्कार करना जरूरी हो जाता है।

7. अवलोकन (Observation)



किसी तथ्य या घटना की वास्तविकता का ज्ञान तब ही संभव हो सकता है जब उसे अपने सामने घटित होता देखा जाए।

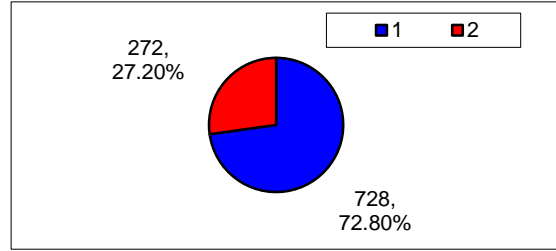
अवलोकन का अर्थ देखना या निरीक्षण करना होता है। अंग्रेजी शब्दकोष के अनुसार, कारण या परिस्थिति संबंध को जानने के लिए घटनाओं को ठीक अपने उसी रूप में देखना और उनको लिखना अवलोकन कहलाता है। इसके माध्यम से टीवी के समाचार चैनलों की प्रभावशीलता का अवलोकन किया गया है। अवलोकन की इस शोध में प्रभावी भूमिका है, क्योंकि शोधार्थी द्वारा प्रत्यक्ष रूप से जो देखा गया है और जो घटित हुआ है, इस वास्तविकता को अवलोकन के माध्यम से रखा गया है। इसलिए अवलोकन की महत्वपूर्ण भूमिका है।

8. विश्लेषण (Analysis)






वर्गीकरण के पश्चात् आंकड़ों का विश्लेषण किया जाता है। यहां विश्लेषण के लिए हम सांख्यिकीय विवरणात्मक विश्लेषण विधि (Statistical Descriptive Analysis Method) का प्रयोग करते हैं। इसके माध्यम से विश्लेषण कर निष्कर्ष पर पहुंचते हैं।

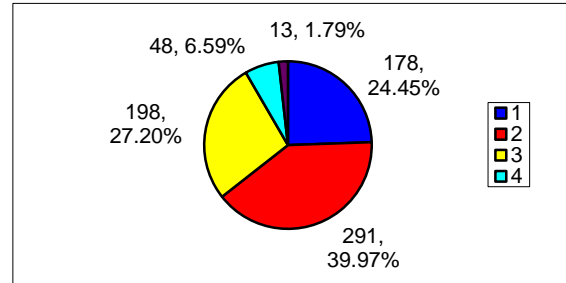
क्या आप टेलीविजन देखते हैं ?

	हाँ	728
	नहीं	272





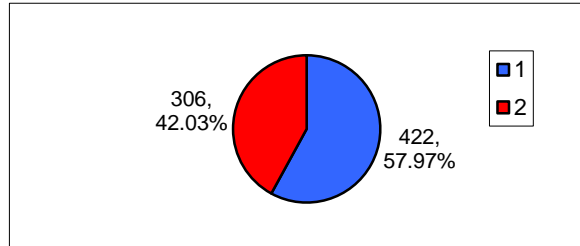
आप टेलीविजन पर सबसे अधिक क्या देखते हैं ?

	समाचार/परिचर्चा	178
	नाटक/धारावाहिक	291
	फिल्म/फिल्म आधारित कार्यक्रम	198
	विज्ञापन	48
	अन्य कार्यक्रम	13





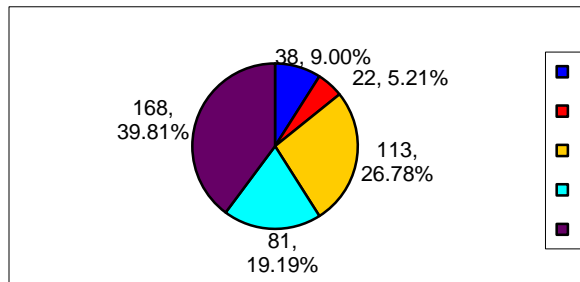
क्या आप टेलीविजन पर समाचार देखते व सुनते हैं ?

	हाँ	422
	नहीं	306



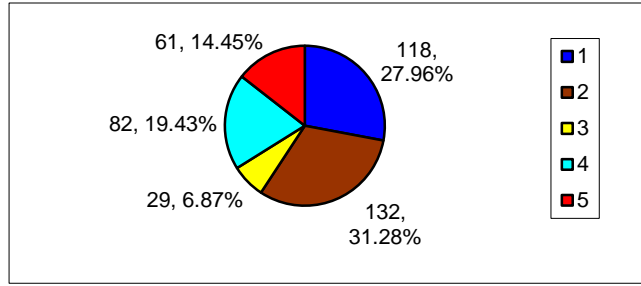
आप टेलीविजन पर समाचार कब देखते हैं ?

	सुबह(6-11 बजे)	38
	दोपहर (12-5 बजे)	22
	शाम (5-8 बजे)	113
	रात (8-12 बजे)	81
	जब वक्त मिले तब।	168



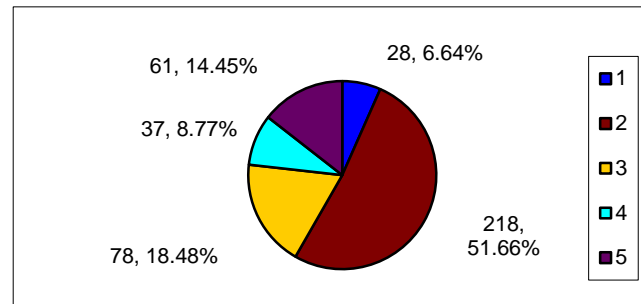
टेलीविजन पर समाचार के लिए सबसे अधिक कौनसा चैनल देखते हैं ?

डीडी न्यूज	118
आजतक	132
स्टार न्यूज	29
एनडीटीवी इंडिया	82
अन्य	61



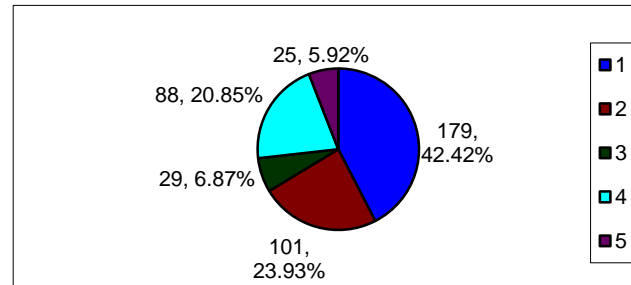
सामाजिक परिवर्तन या समाज सुधार में समाचार चैनलों की भूमिका आपकी दृष्टि में कितनी है ?

बहुत अधिक	28
अधिक	218
सामान्य	78
बहुत कम	37
बिल्कुल नहीं	61



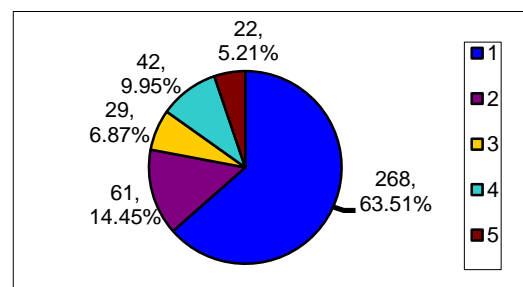
सामाजिक मामलों पर प्रभावशाली खबरें सबसे अधिक कौनसा समाचार चैनल प्रसारित करता है ?

डीडी न्यूज	179
आजतक	101
स्टार न्यूज	29
एनडीटीवी इंडिया	88
अन्य	25



समाचारों की विश्वसनीयता की दृष्टि से सबसे अच्छा टीवी चैनल—

डीडी न्यूज	268
आजतक	61
स्टार न्यूज	29
एनडीटीवी इंडिया	42
अन्य	22



टीवी दर्शकों के पसंदीदा समाचार चैनल—

पसंदीदा टीवी समाचार चैनल के बारे में ज्यादातर दर्शकों का कहना है कि इस पर प्रसारित होने वाली खबरें ताजा हों, सही हों तथा समाज में व्याप्त बुराईयों को दूर करने वाली हों एवं जिस पर खबरों को बार-बार नहीं दिखाया जाता हो। खबरों में विश्वसनीयता होने के साथ-साथ नई-नई जानकारी देने वाला हो। समाचारों में आपराधिक मामलों को बढ़ावा देने वाला ना हो। समाचार चैनल पर प्रसारित खबरें छोटी एवं सटीक होनी चाहिए, बड़ी एवं ऊबाऊ नहीं। इस समाचार चैनल पर आर्थिक, सामाजिक, राजनीतिक, शैक्षिक, वैज्ञानिक, सांस्कृतिक एवं मनोरंजन पूर्ण खबरों के साथ समाज सुधार के कार्यक्रम व रोजगार से संबंधित समाचारों को अधिक महत्व देना चाहिए, जिससे सभी विषयों की खुलकर अभिव्यक्ति हो सके।

कुछ का कहना है कि समाचार चैनलों पर प्रसारित समाचारों की भाषा सरल, सुबोध और निष्पक्षता लिए हुए हो तथा राजनीतिक पक्ष की असलियत को उजागर करने वाली हों। समाचारों में क्रमबद्धता के साथ समाचार सार तथा भविष्यफल भी हो। चैनल पर प्रसारित खबरें समाज को गुमराह करने वाली न हों तथा आमजन की भावनाओं को ध्यान में रखते हुए उसी के अनुसार कार्यक्रम प्रसारित करने वाली हों।

कुछ का मानना है कि समाचार चैनल राजनीतिक भ्रष्टाचार को उजागर कर सके तथा विद्यार्थियों के लिए नई-नई जानकारी प्रदान करें, जिस पर समाचारों का प्रसारण प्रभावी तरीके से हो। सामाजिक परिदृश्य पर प्रकाश डालने के साथ अपराध जगत की सच्ची एवं साफ-सुथरी खबर प्रस्तुत करे, जिसके समाचारों का समाज पर कोई दुष्प्रभाव न हो। समाचार पारदर्शी हों किसी भी खबर को जरूरत से ज्यादा महत्व न देने वाला हो, आवश्यक खबरों को अनदेखा न करने वाला तथा बिकाऊ प्रकृति का न हो। देश व समाज के हित में खबर प्रसारित करने वाला हो। समाचार चैनल पर प्रसारित समाचारों में सच्चाई, वास्तविकता और तथ्यों पर भी पूरा जोर दिया जावे तथा सभी खबरों को महत्वपूर्ण समझा जावे, किसी एक खबर पर जोर न दिया जावे। समाचार चैनल पर जनता को कानूनी रूप से जाग्रत करने के लिए विशेष कार्यक्रम प्रसारित किए जाने चाहिए तथा चैनल पर सकारात्मक रूप से लाईव प्रसारण होना चाहिए। अश्लीलता से संबंधित खबरें नहीं होनी चाहिए। खबरों का प्रस्तुतीकरण भी नए अंदाज में होना चाहिए। इस पर समय-समय पर इतिहास से संबंधित व महान व्यक्तियों के व्यक्तित्व की जानकारी व उनकी सफलता के सफर के बारे में समाचार प्रसारित हों। ब्रेकिंग न्यूज एवं व्यावसायिक खबरों का प्रसारण भी होना चाहिए। सूचना प्रौद्योगिकी संबंधी कार्यक्रम भी प्रसारित होने चाहिए। समाचार चैनल पर बच्चों के लिए गणित, विज्ञान, जादू, संगीत के कार्यक्रम अधिकतर प्रसारित किए जाने चाहिए। टीआरपी बढ़ाने की आड़ में पीत पत्रकारिता व सनसनखेज खबरों को बढ़ावा न देना चाहिए। समाज को नई राह दिखाने वाला, मानव धर्म की शिक्षा देने वाला, प्रेम स्वभाव बढ़ाने वाला, मात्र शक्ति की उपासना पूर्ण ऋषि-मुनि की शिक्षा पर चलने वाला चैनल है। अपराध जगत की खबरों को प्रभावशीलता के बजाय अपराध को खत्म करने संबंधी खबरें प्रसारित की जायें जिससे आम जन में अमन चैन का वातावरण पैदा हो सके।

9. निष्कर्ष (Conclusion)

भारत में टेलीविजन के समाचार चैनलों की प्रभावशीलता के आंकलन के लिए सर्वेक्षण पद्धति, चैनल से जुड़े लोगों के साक्षात्कार एवं मीडिया के विद्यार्थियों से साक्षात्कार का समेकित रूप से अध्ययन करने के बाद यह निष्कर्ष निकलता है कि—

- जयपुर शहर में कुल टेलीविजन दर्शकों में से लगभग 58 फीसदी दर्शक समाचार देखते व सुनते हैं। बाकी 42 फीसदी दर्शक टेलीविजन पर प्रसारित अन्य कार्यक्रम देखते व सुनते हैं।

- टेलीविजन पर समाचारों को देखने व सुनने के समय के बारे में लगभग 40 फीसदी दर्शकों का मानना है कि जब दर्शकों के पास वक्त होता है तब वे टेलीविजन देखते हैं तथा दोपहर 12 बजे से 5 बजे तक सबसे कम लगभग 5 फीसदी दर्शक संख्या रहती है।
- टेलीविजन पर समाचारों के लिए सर्वाधिक संख्या दर्शक संख्या 'आजतक' की है। यह सर्वेक्षण से प्राप्त लगभग 31 फीसदी आंकड़े बताते हैं तथा परिचर्चा एवं अवलोकन के आधार पर भी यही कहा जा सकता है। जबकि केवल 7 फीसदी दर्शक संख्या स्टार न्यूज की है।
- टेलीविजन पर प्रसारित समाचारों में दृश्यों (Visual) के आधार पर सबसे अच्छा समाचार चैनल 'आजतक' है। परिचर्चा एवं अवलोकन के आधार पर भी यही निकलकर आता है। इसके पश्चात् 'एनडीटीवी इंडिया', 'स्टार न्यूज' एवं 'डीडी न्यूज' है।
- 'आजतक' की खबरें दर्शक पर गहरा एवं सर्वाधिक प्रभाव छोड़ती हैं। यह 41 फीसदी दर्शकों का मानना है।
- सामाजिक परिवर्तन में टेलीविजन समाचार चैनलों की भूमिका सर्वाधिक है। यह लगभग 52 फीसदी दर्शकों का मानना है। वर्तमान में समाज में संवादहीनता की स्थिति आ गई है और व्यक्ति अपने दायरे में सिमट गया है। समाज के सदस्यों की मानसिकता पर भी इसका प्रभाव पडा है। जबकि केवल 7 फीसदी दर्शक सामाजिक परिवर्तन में समाचार चैनलों की भूमिका बहुत कम मानते हैं।
- सामाजिक मामलों पर प्रभावशाली खबरों में सबसे बड़ी भूमिका डीडी न्यूज की रही। यह सर्वाधिक 42 फीसदी दर्शकों का मानना है। सामाजिक खबरों के प्रसारण में भी डीडी न्यूज ही सबसे अग्रणी समाचार चैनल है। सामाजिक खबरों पर अधिक ध्यान देने के साथ अच्छे तरीके से प्रसारित भी करता है।
- सबसे अधिक विश्वसनीय समाचार देने वाला टेलीविजन चैनल 'डीडी न्यूज' है। यह लगभग 64 फीसदी दर्शकों का मत है।

अतः इन सभी आंकड़ों से निष्कर्ष निकलता है कि, समाचारों की अंतर्वस्तु, प्रस्तुतिकरण, सामाजिक

खबरों के आधार पर 'आजतक' समाचार चैनल सबसे अग्रणी है तथा इसकी खबरें भी प्रभावशाली हैं जो जनमानस पर गहरा प्रभाव छोड़ती हैं। वहीं सामाजिक, सांस्कृतिक खबरें 'डीडी न्यूज' पर सर्वाधिक प्रसारित होती हैं। जबकि विश्वसनीयता की जहां बात आती है उसमें 'डीडी न्यूज' ही सबसे आगे है क्योंकि एक तो यह सरकारी समाचार चैनल है और यह सार्वजनिक प्रसारक (Public Broadcaster) के रूप में कार्य करता है। इसमें खबरें भले ही देर से प्रसारित हों लेकिन खबरें विश्वसनीयता लिए हुए होती हैं। वहीं कुछ दर्शकों के पास दूरदर्शन (डीडी न्यूज) के अलावा अन्य चैनल नहीं होने के कारण वे केवल 'डीडी न्यूज' को देखते हैं। इसलिए भी इसकी दर्शक संख्या अधिक है।

पसंदीदा समाचार चैनल की विशेषताएं 'आजतक' में सबसे अधिक पाई गई इसलिए भी यह सर्वश्रेष्ठ चैनल है।

10. शोध की सीमाएं (Limitation of Research)

इस शोध की कुछ सीमाएं हैं, जो निम्न हैं—

1. शोध में केवल जयपुर शहर को ही अध्ययन के लिए चुना गया है, जिससे शोध कार्य की गुणवत्ता बनी रहे एवं निश्चित समय अवधि में कार्य पूरा हो सके।
2. शोध में केवल चार हिन्दी के समाचार चैनलों को अध्ययन के लिए चुना गया है।
3. इस अध्ययन में जयपुर शहर की 2015 की निर्वाचक नामावली में से मतदाताओं को ही लिया गया है।
4. इस अध्ययन के लिए 1000 रеспॉण्डेंट्स को लिया गया है।

इसके अलावा इस शोध अध्ययन की कुछ अन्य सीमाएं भी रही होंगी, जिनसे शोधार्थी प्रत्यक्ष और अप्रत्यक्ष रूप से प्रभावित हुआ होगा।

संदर्भ ग्रंथ सूची

1. Indian Broadcasting, Luthra, H.R. Publication Division, Ministry of Information and Broadcasting, Govt. of India.
2. Through Magic Window: Television and change in India, Ninan, Sevanti, Penguin Books, Delhi.
3. Television in Kheda : A Social Evaluation of SITE, Aggrawal B.C., Malik M.R., Concept Publication, New Delhi.
4. Many Voices One World : Communication and Society-today and tomorrow, McBride, Sean , UNESCO, Paris.
5. Satellite Invasion, Bhatt, S.C., Gyan Publication, Delhi.
6. An Indian Personality for Television, Ministry of Information & Broadcasting, Publication Division, New Delhi.
7. इलेक्ट्रॉनिक मीडिया लेखन : जैन (डॉ०) रमेश, मंगलदीप प्रकाशन, जयपुर ।
8. इलेक्ट्रॉनिक माध्यम रेडियो एवं दूरदर्शन : पाठक, (डॉ०) राममोहन, यूनिवर्सिटी पब्लिकेशन, नई दिल्ली 1998 ।
9. टेलीविजन की दुनिया : झिंगरन, प्रभु, भारत बुक सेंटर, लखनऊ, 1998 ।
10. दूरदर्शन : स्वायत्तता और स्वतन्त्रता : पचौरी, सुधीश, सचिन प्रकाशन, नई दिल्ली, 1990 ।
11. दूरदर्शन की भूमिका : पचौरी, सुधीश, सचिन प्रकाशन, नई दिल्ली, 1991 ।
12. टेलीविजन लेखन : वजाहत, असगर व रंजन प्रभात, राधा कृष्ण प्रकाशन प्रा० लि०, नई दिल्ली, 2001 ।
13. टेलीविजन समाचार : शकील हसन शमसी, उ.प्र. हिन्दी साहित्य, फारूखाबाद, 2000 ।
14. जनमाध्यम प्रौद्योगिकी और विचारधारा रेडियो, टेलीविजन : चतुर्वेदी, जगदीश्वर, अनामिका पब्लिशर्स डिस्ट्रीब्यूटर्स, नई दिल्ली, 2000 ।
15. जनसंचार के सामाजिक संदर्भ : पारख, जवीरमल्ल ।
16. मीडिया शोध : दयाल (डॉ०) मनोज, हरियाणा ।
17. उत्तर आधुनिक मीडिया विमर्श : पचौरी, सुधीश, वाणी प्रकाशन, नई दिल्ली, 2006 ।
18. दूरदर्शन : विकास से बाजार तक, पचौरी, सुधीश, प्रकाशन विभाग, सूचना एवं प्रसारण मंत्रालय, भारत सरकार, 1994 ।
19. टेलीविजन समीक्षा : सिद्धांत और व्यवहार, पचौरी, सुधीश, वाणी प्रकाशन, नई दिल्ली, 2006 ।
20. टेलीविजन और अपराध पत्रकारिता : नंदा, वर्तिका, भारतीय जनसंचार संस्थान, नई दिल्ली, 2005 ।
21. मीडिया के विविध आयाम : गुप्ता, योगेश कुमार, आविष्कार प्रकाशन, जयपुर 2006 ।

पत्र-पत्रिकाएं

1. दैनिक भास्कर के विभिन्न अंक तथा रसरंग ।
2. राजस्थान पत्रिका के विभिन्न अंक तथा रविवारीय परिषिष्ट ।
3. हिन्दुस्तान के विभिन्न रविवारीय पृष्ठ ।
4. सहारा समय साप्ताहिकी ।
5. राष्ट्रीय सहारा के रविवारीय पृष्ठ ।
6. रोजगार समाचार ।
7. महानगर टाइम्स जयपुर ।
8. मनोरमा इयर बुक ।

शोध जर्नल एवं पत्रिकाएँ

1. संचार माध्यम एवं संचारक, भारतीय जनसंचार संस्थान, नई दिल्ली।
2. विदुर (हिन्दी एवं अंग्रेजी) प्रेस इंस्टीट्यूट ऑफ इंडिया, नई दिल्ली।
3. संचार श्री, पत्रकारिता एवं जनसंचार विभाग, लखनऊ विश्वविद्यालय, लखनऊ।
4. हंस का टेलीविजन विशेषांक, जनवरी 2007 ।
5. मीडिया विमर्श, डॉ० श्रीकांत सिंह, रायपुर, छत्तीसगढ़।
6. केबल क्वेस्ट, केबल ऑपरेटर्स फ़ैडरेशन ऑफ इंडिया, नई दिल्ली।
7. Journal of Communication of studies, MCRPSVV. Bhopal.
8. Media Asia, AMIC Publication.

रिपोर्ट एवं प्रतिवेदन

1. सेंटर फॉर मीडिया स्टडीज, दिल्ली।
2. सूचना एवं प्रसारण मंत्रालय की वार्षिक रिपोर्ट।

साक्षात्कार

1. मनीष शर्मा, ब्यूरो चीफ, स्टार न्यूज, जयपुर।
2. शरत कुमार, ब्यूरो चीफ, आजतक, जयपुर।
3. प्रताप राव, ब्यूरो चीफ, ई.टीवी न्यूज, जयपुर।
4. हर्षा सिंह एवं राजन महान, एनडीटीवी, जयपुर।
5. प्रभु चावला, आजतक, नई दिल्ली।
6. धर्मेश भारती, डीडी न्यूज, जयपुर।

Web Sites

1. www.bbc.co.uk
2. www.cnn.com
3. www.startv.com
4. www.zeetv.com
5. www.aajtak.com
6. www.ndtv.com
7. www.ddindia.gov.in
8. www.webduniya.com
9. www.indiantelevision.com
10. www.india-today.com
11. www.ndtvtravels.com/aboutus.asp
12. www.indiantelevision.com
13. www.tvguide.com
14. www.tvnet.com
15. www.cable-quest.com
16. www.exchange4media.com

*Corresponding author.

E-mail address: dragrawalyk@gmail.com