

टेलीवज़िन रेटिंग पॉइंट: कार्यप्रणाली व महत्त्व

इस Editorial में The Hindu, The Indian Express, Business Line आदि में प्रकाशित लेखों का विश्लेषण किया गया है। इस लेख में टेलीवज़िन रेटिंग पॉइंट की कार्यप्रणाली व महत्त्व से संबंधित विभिन्न पहलुओं पर चर्चा की गई है। आवश्यकतानुसार, यथास्थान टीम दृष्टिके इनपुट भी शामिल किये गए हैं।

संदर्भ

लोकतांत्रिक देशों में वधायिका, कार्यपालिका और न्यायपालिका के क्रियाकलापों पर नजर रखने के लिये मीडिया को “चौथे स्तंभ” के रूप में जाना जाता है। 18वीं शताब्दी के बाद से, खासकर अमेरिकी स्वतंत्रता आंदोलन और फ्रांसीसी क्रांतिके समय से जनता तक पहुँचने और उसे जागरूक कर सक्रम बनाने में मीडिया ने महत्त्वपूर्ण भूमिका निभाई है। मीडिया अगर सकारात्मक भूमिका अदा करें तो किसी भी व्यक्ति, संस्था, समूह और देश को आर्थिक, सामाजिक, सांस्कृतिक एवं राजनीतिक रूप से समृद्ध बनाया जा सकता है।

क्या हो जब मीडिया टेलीवज़िन रेटिंग पॉइंट (Television Rating Point-TRP) आधारित पत्रकारिता करने लगे और जनहति के मुद्दों को नज़रअंदाज करते हुए खबरों को सनसनीखेज़ बनाकर प्रस्तुत करे। हाल ही में मुंबई पुलिस ने यह खुलासा किया कि कुछ मीडिया चैनल्स TRP रैकेट का संचालन कर रहे थे। इस खुलासे ने नशचिती रूप से मीडिया की भूमिका पर प्रश्नचिन्ह लगाया है।

इस आलेख में टेलीवज़िन रेटिंग पॉइंट और उसकी उसकी कार्यप्रणाली से संबंधित विभिन्न विषयों पर बमिर्श करने का प्रयास किया जाएगा।

टेलीवज़िन रेटिंग पॉइंट से तात्पर्य

- सामान्य शब्दों में TRP यह दर्शाती है कि किस सामाजिक-आर्थिक श्रेणी से कतिने लोग किसी विशेष अवधिके दौरान कतिने चैनलों या प्रोग्राम को देखते हैं। यह समयावधिक घंटे, एक दिन या एक सप्ताह के लिये भी हो सकती है। भारत एक मिनट की समयावधिके अंतर्राष्ट्रीय मानक का पालन करता है। TRP से संबंधित डेटा आमतौर पर प्रत्येक सप्ताह सार्वजनिक किया जाता है।
- TRP एक ऐसा उपकरण या टूल है, जिसके द्वारा यह पता लगाया जाता है कि टीवी पर कौन सा प्रोग्राम या चैनल सबसे ज्यादा देखा जा रहा है।
- इसके द्वारा अनुमान लगाया जाता है कि एक न्यूज़ चैनल की या किसी प्रोग्राम या मनोरंजन चैनल की कतिनी प्रसिद्धि है और इसे कतिने लोग पसंद करते हैं, इससे लोगों की पसंद का पता चलता है।

TRP की गणना कैसे की जाती है?

- ब्रॉडकास्ट ऑडियंस रिसर्च काउंसिल (Broadcast Audience Research Council-BARC) ने पुर देश में 45,000 से अधिक घरों में बार-ओ-मीटर (BAR-O-meter) स्थापित किया है। इन घरों को न्यू कंज्यूमर क्लासिफिकेशन सिस्टम (New Consumer Classification System-NCCS) के तहत 12 श्रेणियों में वर्गीकृत किया गया है।
- टेलीवज़िन पर किसी कार्यक्रम या चैनल को देखते समय घर के प्रत्येक सदस्य अपनी दर्शक आईडी के माध्यम से उपस्थिति दर्ज कराते हैं। घर के प्रत्येक व्यक्ति की एक अलग आईडी होती है। इस प्रकार BARC उस अवधिके रिकॉर्ड करता है जब चैनल देखा जा रहा है।
- इसके लिये BARC सैंपल के तौर पर कुछ निर्धारित शहरों, कस्बों के घरों में TRP मापने वाले 'पीपल्स मीटर' लगाए जाते हैं। सैंपल के लिये निर्धारित घरों में इस डेवाइस को टेलीवज़िन के साथ लगाया जाता है। इसकी सहायता से उस टेलीवज़िन सेट पर क्या देखा जा रहा है और कतिनी देर तक देखा जा रहा है, ये पता किया जाता है। इसके अलावा पकिचर मैचिंग और ऑडियो वॉटरमार्क जैसी तकनीकी भी सैंपल एकत्र करने के लिये इस्तेमाल होती हैं।
- वस्तुतः कुछ हजार घरों में लगने वाले इन उपकरणों से ही TRP तय होती है, जिसमें विशेष तौर पर दो तथ्यों का ध्यान रखा जाता है। पहला यह कि चैनल/ प्रोग्राम कहाँ देखा जा रहा है और दूसरा कतिने समय तक देखा जा रहा है। इसका तात्पर्य यह है कि यदि कोई चैनल कम टेलीवज़िन सेटों पर ही ज्यादा समय तक देखा जा रहा है तो हो सकता है उसकी TRP ज्यादा टेलीवज़िन सेटों पर देखे जाने वाले दूसरे चैनल से अधिक हो।

ब्रॉडकास्ट ऑडियंस रिसर्च काउंसिल

- यह एक औद्योगिक निकाय है, जिसका स्वामित्व वजिजापनदाताओं, वजिजापन एजेंसियों और प्रसारण कंपनियों के पास है। जिसका प्रतिनिधित्व **इंडियन सोसाइटी ऑफ एडवरटाइजर्स (The Indian Society of Advertisers)**, **इंडियन ब्रॉडकास्टिंग फाउंडेशन और एडवरटाइजिंग एजेंसीज एसोसिएशन ऑफ इंडिया (the Indian Broadcasting Foundation and the Advertising Agencies Association of India)** द्वारा किया जाता है।
- यद्यपि इसे वर्ष 2010 में बनाया गया था, परंतु सूचना एवं प्रसारण मंत्रालय ने 10 जनवरी 2014 को भारत में टेलीविजन रेटिंग एजेंसियों के लिये नीति दिशानिर्देशों को अधिसूचित किया और इन दिशानिर्देशों के तहत जुलाई 2015 में ब्रॉडकास्ट ऑडियंस रिसर्च काउंसिल को पंजीकृत किया गया।

TRP से चैनल की आय का संबंध

- टेलीविजन पर किसी चैनल के कार्यक्रम को देखते समय वजिजापन प्रसारित किये जाते हैं, इन्हीं वजिजापन के जरिये टेलीविजन के चैनल की आय होती है। अधिकतर टीवी चैनलों की आय का ज़रिया वजिजापन ही होते हैं।
- वजिजापनदाता अपनी कंपनी, उत्पाद और सर्विस का प्रमोशन करने के लिये टीवी चैनलों पर अपना वजिजापन दिखाने के लिये करोड़ों रुपए देते हैं।
- अब जसि टीवी चैनल की TRP सबसे ज्यादा होगी, उसे सबसे ज्यादा लोग देखते होंगे। इसलिये वजिजापनदाता सबसे ज्यादा TRP वाले चैनलों पर वजिजापन देना पसंद करते हैं।
- इससे वजिजापनदाता कंपनियों के वजिजापन अधिक लोगों तक पहुँचते हैं और उन्हें ज्यादा लाभ प्राप्त होता है। चैनल की TRP जतिनी अधिक होगी वह वजिजापन दाताओं से वजिजापन दिखाने के लिये उतना ही अधिक पैसे लेता है।

मीडिया की विश्वसनीयता पर प्रश्नचिह्न

- मीडिया पर लोगों का काफी विश्वास है, अगर मीडिया में कोई न्यूज़ चलती है तो लोग उस पर विश्वास करने लगते हैं। लेकिन बदलते परिदृश्य में मीडिया की विश्वसनीयता पर प्रश्न चिह्न उठे हैं। कई बार मीडिया के संपादक या मीडिया के संचालक कुछ रुपयों की वजह से उस सूचना का या न्यूज़ का प्रसार करते हैं, जिससे उद्योगपतियों का लाभ हो। आज संपादकों का एक उद्देश्य पैसा कमाना भी है। मीडिया लाभ के बाज़ार के रूप में तब्दील हो गया है। संपादकों की नैतिकता और उनके आचरण पर सवालिया निशान लग गए हैं।
- मीडिया के कवरेज में काफी बदलाव आया है। कई बार ऐसा लगता है कि मीडिया व्यक्ति-केंद्रित हो चुका है। कुछ नाटकीयता और अतिरिचना के साथ कार्यक्रम परोसकर दर्शकों को लुभाने की कोशिश की जा रही है। ऐसा लगता है कि मीडिया अपनी सामाजिक ज़िम्मेदारी से भाग रहा है। सामाजिक खबरें कम दिखाई देती हैं। वहीं अखबारों में वजिजापन ज्यादा और खबरें कम दिखाई देती हैं। मीडिया की पहुँच का विस्तार हुआ है, पर यही बात कवरेज के बारे में नहीं कही जा सकती। वह गाँवों के लोगों की समस्याओं से अछूता नज़र आता है।

नषिकर्ष

वर्तमान में डिजिटल मीडिया के संदर्भ में किसी भी प्रकार के वनियमन का अभाव विवेकपूर्ण और भ्रामक सूचनाओं की समस्या को जन्म दे रहा है। विभिन्न न्यूज़ चैनल वजिजापन प्राप्त करना ही अपना एकमात्र लक्ष्य समझने लगे हैं। सरकार को चैनलों की रेटिंग प्रक्रिया को मानकीकृत करने की आवश्यकता है ताकि चैनल अवैध साधनों का प्रयोग कर टेलीविजन रेटिंग को प्रभावित न कर सकें।

प्रश्न- टेलीविजन रेटिंग पॉइंट से आप क्या समझते हैं? विशेषज्ञों के अनुसार टेलीविजन रेटिंग की यह प्रक्रिया दोषपूर्ण है जिसने मीडिया की विश्वसनीयता पर प्रश्नचिह्न लगा दिये हैं। आप इस कथन से कहाँ तक सहमत हैं तर्क सहित अपने उत्तर की पुष्टि कीजिये।