

ओवर द टॉप मीडिया: संभावनाएं, अवसर और दुविधाएं

अमिता चरण

सालों तक मीडिया और मनोरंजन की दुनिया में एकाधिकार जमाने वाले टीवी और सिनेमा हाल के मजबूत तिलिस्म को तोड़ना आसान नहीं था किंतु ओटीटी (Over-the-top) मीडिया ने टीवी के झूठे इंद्रजाल और वर्चस्व को न सिर्फ समाप्त किया बल्कि भविष्य में तकनीक आधारित मीडिया के अनगिनत आधुनिक अवसरों का एक अलग चुनौतीपूर्ण रास्ता भी तैयार किया। एक समय था जब लोक कला, नाट्य कला, कवि सम्मेलनों, मुशायरों, कठपुतली कला और स्थानीय कलाकारों के दर्शकों को अपनी ओर आकर्षित करने के लिए दूरदर्शन के पारिवारिक धारावाहिकों को जिम्मेदार ठहराया जाता था। विडंबना देखिए आज वह समय है जहां टीवी का दायरा भी पारंपरिक धारावाहिकों और घिसी पिटी रणनीति के कारण एक घेरे में सिमटता हुआ दिखाई दे रहा है या टीवी को ओटीटी का सहारा लेना पड़ रहा है। मीडिया के बहुआयामी क्षेत्र में रेडियो, दूरदर्शन, सिनेमा हॉल और direct-to-home (DTH) के बाद अब आधुनिक तकनीक से लैस ओटीटी मीडिया अपना सशक्त प्रभाव दिखा रहा है। मीडिया, मनोरंजन और कला के क्षेत्र में तकनीक, अनुसंधान और नवाचार के कारण बहुत तेजी से परिवर्तन आ रहे हैं और भविष्य में भी यह परिवर्तन अपना प्रभाव दिखाते रहेंगे। यह भी सुनिश्चित है कि ओटीटी प्लेटफॉर्म मीडिया, मनोरंजन और एडवर्टाइजिंग का आगे का भविष्य निर्धारित करेंगे जहां उपभोक्ता अपनी पसंद और अपने समय के अनुसार सिनेमा, नाटक, वीडियो, खेलों या एडवर्टाइजमेंट का चुनाव स्वयं ही कर रहे हैं। किंतु यदि पूर्ण नियंत्रण किसी एक संस्था विशेष कर

निजी क्षेत्र के हाथों में रहा तो वैचारिक स्वतंत्रता के लिए खतरा बढ़ सकता है। Ormax की एक रिपोर्ट के मुताबिक भारत में 2022 में ओटीटी के सब्सक्राइबर 20% बढ़कर 424 मिलियन हो गए हैं¹ और इसमें 119 मिलियन भुगतान करने वाले (Paid) सब्सक्राइबर सम्मिलित हैं, जो अपनी सुविधा अनुसार एप्लीकेशन या चैनल को सब्सक्राइब कर रहे हैं। उपभोक्ता की मांग के अनुसार वीडियो, एप्लीकेशन, विज्ञापन और चैनल अपना सब्सक्रिप्शन और प्लान बाजार में लाते हैं जिनमें से उपभोक्ता अपनी इच्छा अनुसार किसी एक प्लान को या एक पैकेट को चुन सकता है। व्यापार में इस्तेमाल होने वाले ओटीटी के चार प्रमुख मॉडल (AVOD, TVOD, SVOD तथा हाइब्रिड) बेहद सफल सिद्ध हो रहे हैं, इनमें से मांग के अनुसार एप्लीकेशन तथा वीडियो डाउनलोड भी किए जा रहे हैं और देखें भी जा रहे हैं।²

मीडिया और एंटरटेनमेंट के क्षेत्र में बरसों तक पितृसत्ता वादी विचारधारा ने एकछत्र राज किया³ लेकिन लेकिन धीरे-धीरे समानांतर सिनेमा और अन्य मीडिया प्लेटफार्म पर लोगों को अपनी प्रतिभा दिखाने के अवसर मिले। पितृसत्ता, संकुचित सामंतवादी सोच, लैंगिक असमानता, जाति व्यवस्था और उच्च जाति की झूठी चहारदीवारी की मानसिक कैद से धीरे धीरे शिक्षित, सतर्क और सजग समाज बाहर निकल रहा है और हर क्षेत्र में नई संभावनाओं को तलाश रहा है। वो समझने लगा है कि ये सभी कारक हमारे सर्वांगीण विकास में अवरोध पैदा कर रहे हैं। साथ ही हाशिए के सभी वर्ग अनगिनत बाधाओं को पार करके हर क्षेत्र में अपना सही रास्ता तलाश रहे हैं और उनको उनका स्थान मिलना भी आवश्यक है। ये तय है कि भविष्य में सभी अनकहे, अनसुने और अनलिखे मुद्दों को संवारा और सराहा जाएगा और आधुनिक मीडिया के माध्यम से बहुत सी नई तथा चुनौतीपूर्ण तस्वीरें भी सामने आएंगी जिनके बारे में अभी हमारी जानकारी बेहद सीमित है। हो सकता है ओटीटी मीडिया को क्षेत्रीय सिनेमा के विकास में एक बीज की तरह रोपा जाए जो भविष्य में विशाल

वृक्ष बने। किंतु अभी संभावनाओं को तलाशने और नई दिशाओं में अवसरों को खोजने का बहुमूल्य समय है और मीडिया एक ऐसा व्यापक क्षेत्र है जिसकी सहायता से हम सभी अपनी आवाज औरों तक पहुंचा सकते हैं। साथ ही विविधता भरे जीवन को अलग-अलग मंचों पर भिन्न भिन्न कलाओं के माध्यम से दर्शा सकते हैं। बाजारीकरण के इस दौर में मीडिया को संचालित करने वालों को संभवतः यह समझने में ही वर्षों लग गए कि हमारा उपभोक्ता एक विशेष लिंग, जाति, धर्म, विचारधारा या एक विशेष आयु वर्ग से बंधा हुआ दर्शक नहीं होता। सालों तक टीवी के धारावाहिक तिवारी, बजाज, गोयनका, जिंदल जैसे व्यवसायिक परिवारों के पारिवारिक माहौल का चित्रण वाले धारावाहिक परोसते रहे जोकि हमारे समाज का वास्तविक प्रतिचित्रण नहीं है। वास्तविकता यह है कि यहां हमारी बात सुनने वाले लोग अलग-अलग जातियों, राज्यों, भाषाओं, विचारधाराओं तथा आयु वर्ग से आते हैं। प्रसिद्ध मनोविज्ञानी एरिक बर्न ने अपनी पुस्तक 'गेम्स पीपल प्ले' में यह साफ लिखा है- 'बातचीत करते समय हमारी मनोवैज्ञानिक स्थिति में भी अंतर हो सकता है और एक सामान्य वयस्क बच्चों की तरह व्यवहार कर सकता है तथा एक छोटा बच्चा किसी वयस्क की तरह व्यवहार कर सकता है।⁴ अतः यह कहा जा सकता है कि मीडिया का इस्तेमाल करने वाला उपभोक्ता या व्यक्ति उम्र से बुजुर्ग व्यक्ति हो सकता है जो छोटे बच्चों के कार्टून देखना पसंद करता है दूसरी ओर उम्र से एक आठ साल का बच्चा मानसिक तौर पर पूर्ण वयस्क हो सकता है जो वैज्ञानिक तथ्यों पर आधारित शोध से संबंधित डॉक्यूमेंट्री पसंद करता है जो कि विषय विशेषज्ञों के लिए बनाई गई हो।' बहुत से कार्यक्रम तथा विज्ञापन बनाते समय निर्माता निर्देशक दुनिया नियमों कानूनों को भी भूल जाते हैं कि किसी वर्ग या लिंग का अपमान करना या उसे कमतर दिखाना हमारे देश के नियमों और कानून के खिलाफ है। वाल्केनबर्ग और पिओट्रोवास्की की पुस्तक "प्लग्ड इन" में मीडिया के युवाओं पर होने वाले असर में लिखा गया है कि युवाओं की मनोस्थिति पर लगातार हिंसक और

अपराधिक कंटेंट देखना का बुरा प्रभाव पड़ता है और वे क्रोध या आवेश में दूसरों को नुकसान पहुंचा सकते हैं।⁵ इसी प्रकार धर्म या जातीय विद्वेष से भरे कंटेंट बच्चों में जहर घोलने का काम करते हैं। जबकि भारत जैसे बहुभाषीय और बहुसांस्कृतिक देश में मीडिया में हर भाषा हर संस्कृति का प्रतिनिधित्व आवश्यक है और उससे भी अधिक आवश्यक है संविधान में वर्णित सद्भावना और सद्भाव का प्रचार प्रसार होते रहना।

आज के समय में यह कहा जा सकता है कि विस्तृत ओटीटी मीडिया ने एक ऐसा विशाल मंच तैयार कर दिया है जहां विभिन्न भाषाओं, जातियों, संस्कृतियों तथा सुदूरवर्ती क्षेत्रों के लोगों को अपनी भागीदारी सुनिश्चित करने के तमाम अवसर मिल रहे हैं और उनके बहुआयामी समागम की पृष्ठभूमि भी तैयार हो रही है। एक समय में एक बड़ा वर्ग जो कि सिनेमा साधनों के कारण अपनी प्रतिभा को बड़े मंच पर नहीं दिखा पाता था क्योंकि पारंपरिक मीडिया और बड़े पर्दे पर उनको सही दिशा निर्देशक और निर्माता नहीं मिल सके। नब्बे के दशक में फिल्म उद्योग पितृसत्तात्मक सोच वाली कमर्शियल फिल्मों और कार्यक्रमों को बहुत ज्यादा बढ़ावा दिया जा रहा था। फिर प्रेम प्रधान और पारिवारिक फिल्मों का चलन आया जिसमें संस्कारी बहू और पत्नी जैसे चरित्रों ने महिलाओं के शोषण को बढ़ावा दिया। उस दौर में भारतीय सिनेमा में महिलाओं के विरुद्ध अपशब्दों तथा खलनायकों को गौरवान्वित करके पैसा कमाने का चलन बहुत ज्यादा था। वर्तमान समय में भी paid media काफी हद तक वही काम कर रहा है किंतु आशा है भविष्य में ओटीटी प्लेटफॉर्म इस दिशा में एक आवश्यक परिवर्तन लाएंगे। आज ओटीटी मीडिया के रूप में उस वर्ग को नई उम्मीद की किरण दिख रही है जो पेड मीडिया और सिनेमा के औद्योगिकीकरण तथा ब्रॉडकास्टिंग मीडिया के निजीकरण से परेशान हो चुका है। साथ ही इस विकट समय में हाशिए के लोगों के लिए ओटीटी प्लेटफॉर्म ने एक ऐसा रास्ता तैयार कर

दिया है जिस पर चलकर न सिर्फ वे अपने लिए स्वयं एक नई दिशा निर्धारित कर रहे हैं बल्कि तमाम चुनौतियों को नकारते और लगभग कुचलते हुए लगातार आगे बढ़ रहे हैं तथा अपनी मूल और प्रकृति प्रदत्त कला और प्रतिभा को एक बड़े वर्ग तक पहुंचा रहे हैं। साथ ही समाज की अनदेखी वास्तविकता तथा समाज में फैली बहुत सी सामाजिक बुराइयों से समस्त विश्व को परिचित करा रहे हैं। आज समस्त विश्व में इंटरनेट भले ही एक नियंत्रित तरीके से पूंजीवादी व्यवस्था की अधीनता में काम कर रहा है किंतु उपभोक्ता के द्वारा तैयार की जाने वाली सामग्री का बढ़ता हुआ अनुपात इंटरनेट के द्वारा संचालित ज्यादातर आयामों और सामाजिक मीडिया पर पर देखा जा रहा है। इसका व्यापक प्रभाव भविष्य में इंटरनेट के नियंत्रण को भी कम किए जाने पर भी अवश्य दिखाई देगा। स्वयं नियंत्रण करने वाले संस्थान भी भविष्य में उपभोक्ता की स्वतंत्रता को संरक्षित करने का और मीडिया पर निजी संस्थानों के नियंत्रण को कम करने का प्रयास करेंगे। जैसे भाषाएं और संस्कृति जल की धाराओं की तरह अपना रास्ता स्वयं बनाती हैं वैसे ही अंतर्जाल या इंटरनेट एक ऐसा प्रचार का माध्यम है जो अपना रास्ता स्वयं निर्धारित करेगा और उपभोक्ता की स्वतंत्रता को स्थान दिया जाएगा।

वह उपभोक्ता जो पैसे, समय या साधनों की कमी के कारण बड़े पर्दे पर या पीवीआर में सिनेमा नहीं देख पाता उसके लिए मोबाइल और स्मार्ट टीवी जैसे साधन मनोरंजन, जानकारी और शिक्षा का एक बेहतर पर्याय बनते जा रहे हैं। मोबाइल या डिजिटल साधनों का बेहद निजी, सुरक्षित, सस्ता और आसानी से उपलब्ध होना भी इनको सभी आयु वर्ग के लोगों के बीच लोकप्रिय बना रहा है। एक तरफ यह एक ऐसी सुविधा दे रहा है जहां हम अपनी पसंद के कंटेंट को चुन सकते हैं, संरक्षित कर सकते हैं, साझा कर सकते हैं और समय मिलने पर उसको दुबारा तसल्ली से देख सकते हैं या अपना एक निजी संग्रह भी तैयार कर सकते हैं। दूसरी ओर अंतरराष्ट्रीय

खेलों की स्ट्रीमिंग जैसे कार्यक्रम आज के दौर में बेहद पसंद किए जा रहे हैं और इसमें अंतरराष्ट्रीय स्तर पर उपभोक्ताओं व दर्शकों की भागीदारी लगातार बढ़ती जा रही है। भविष्य में युवाओं की पसंद, उनके विचार और उनका व्यवहार सोशल मीडिया और ओटीटी प्लेटफॉर्म की सफलता दोनों को प्रभावित करेंगे, कहा जाता है कि बदलाव की शुरुआत प्रायः युवाओं से होती है और युवाओं में ओटीटी स्ट्रीमिंग विशेषकर क्रिकेट, फुटबॉल, फिल्मों, डॉक्यूमेंट्री और वेब सीरीज की बढ़ती लोकप्रियता के कारण भी बहुत से कार्यक्रम अंतरराष्ट्रीय स्तर पर प्रसिद्धि पा रहे हैं और इनको देखने वाले उपभोक्ता भी विभिन्न देशों से हैं। जो अपनी भाषा में कार्यक्रमों को देख पा रहे हैं या ट्रांसलेशन की सुविधा का उपयोग कर रहे हैं।

भारतीय समाज में निजता को परिवार से लेकर समाज तक ने वह स्थान नहीं दिया गया जो कि पाश्चात्य सभ्यता में दिया जाता है। इसके कारण युवाओं को एक संकुचित दायरे में पलना और बढ़ना पड़ता है। इस तरह हम युवाओं के अधिकारों, सूचना के सही तरीकों, नैसर्गिक विविधता और विभिन्न लिंगों की भावनाओं को उस तरह से नहीं देखते जिस तरह से पाश्चात्य सभ्यता में देखा जाता है। पाश्चात्य सिनेमा और मीडिया में जो विषय बहुत पहले उठाए जा चुके हैं भारतीय सिनेमा ओटीटी मीडिया में भी अब उनको स्थान मिल पा रहा है, लेकिन संकुचित विचारधारा के लोग आज भी इन मुद्दों का विरोध कर रहे हैं।

मीडिया और सिनेमा से जुड़े लोगों को यह समझने में ही कई वर्ष लगे कि मीडिया का समाज के विभिन्न वर्गों से जुड़ना बेहद आवश्यक है क्योंकि यह समाज की वास्तविकता का प्रति चित्रण करते हैं। हमारे समाज में सैकड़ों लोगों का रोजगार मात्र शिक्षा, आर्थिक विकास और व्यापार से तय नहीं होता बल्कि अपनी कला और अपनी संस्कृति के माध्यम से बहुत से लोग अपनी जीवन शैली को आगे बढ़ाते हैं।

सुदूरवर्ती क्षेत्रों में ऐसे अनेकों लोग हैं जो अपनी पारंपरिक, कला, वेशभूषा, भाषा और संस्कृति के कारण जाने जाते हैं और जिसको सहेजने में वह अपना पूरा जीवन लगा देते हैं। ओटीटी प्लेटफॉर्म एक ऐसा तरीका है जिससे हम उन सभी वर्गों के बारे में और उनकी मूलभूत समस्याओं से भी परिचित हो पा रहे हैं यही कारण है कि ओटीटी प्लेटफॉर्म पर एक बड़ा वर्ग जुड़ चुका है जिनकी कला और सांस्कृतिक धरोहर का संरक्षण होना बेहद आवश्यक है। आज अगर हम किसी कला, जंगल, संस्कृति, भाषा, समूह या जीवन शैली पर यदि कोई डॉक्यूमेंट्री या फिल्म देख पा रहे हैं तो वह भी पारंपरिक मीडिया के बदलते स्वरूप और समग्रता का नतीजा है। यहां एक वर्ग विशेष की आवश्यकता का भी पूरा ध्यान रखा जा रहा है जो कि विशेष प्रकार के कार्यक्रमों और जानकारी को लगातार ढूंढ रहे हैं और उन व्यक्तियों से जुड़े रहना चाहते हैं। वर्ग छोटा हो या बड़ा उसकी परंपरा, विचारों और संस्कृति का पूरा सम्मान रखना और उसे आधुनिक मीडिया में बराबरी का स्थान देना भी अति आवश्यक है। 'एलीफेंट विस्पर' एक बहुत ही अलग प्रकार की डॉक्यूमेंट्री थी जिसमें शिशु हाथियों के पालन पोषण से संबंधित सामान्य समस्याएं और आदिवासी पालकों से उनके संबंधों को दिखाया गया है। हाथियों के देश में शिशु हाथियों का जन्म और उनके पालन पोषण पर बनी ये डॉक्यूमेंट्री राष्ट्रीय अंतरराष्ट्रीय पुरुस्कार जीत चुकी है। क्या इस प्रकार की डॉक्यूमेंट्री का आसानी से बड़े पर्दे पर अपनी जगह बनाना संभव था?

OTT मीडिया का भारत में विकास और इससे होने वाली आय

भारतीय ओटीटी बाजार विश्व में चीन के बाद दूसरे नंबर पर है⁶ तथा आज OTT मीडिया संपूर्ण विश्व में अपना वर्चस्व बना चुका है और पूरे एशिया पसिफिक विशेषकर भारत में निवेश के लिए एक नया रास्ता तैयार कर रखा है। ज्यादातर उपभोक्ता अब सिनेमा हॉल में जाने से बचते हैं तथा घरों में भी वे पारंपरिक टीवी चैनल की तुलना में नेटफ्लिक्स, हॉटस्टार, जी 5 और अमेज़ॉन प्राइम देखना ज्यादा

पसंद करते हैं। कोरोना काल के बाद भी अब तक ज्यादातर सिनेमाघर बंद ही पड़े हैं या बहुत कठिनाई से अपना खर्चा निकाल पा रहे हैं। इंटरनेट की बढ़ती हुई गति, कम लागत और डिजिटल मीडिया का बढ़ता हुआ दायरा उपभोक्ता की बदलती हुई पसंद का ही एक परिणाम है। आज के दौर का जनरेशन Z उपभोक्ता या डिजिटल नेटिव चलते फिरते मनोरंजन की संभावनाएं तलाश रहा है। वह अपनी पसंद से और अपनी सहूलियत से सिनेमा, सीरियल, समाचार या वेब सीरीज को देखना पसंद करते हैं। आज उपभोक्ताओं का एक बड़ा वर्ग मोबाइल पर यूट्यूब वीडियो को भी देखना पसंद करता है, केपीएमजी की एक रिपोर्ट के अनुसार साल 2022 में भारत का इंटरनेट वीडियो ट्रैफिक 13.5 एक्सबाइट (EB) प्रति माह पहुंच चुका है⁷ और अधिकतर ऑनलाइन उपभोक्ता फिल्में, खेल या संगीत संबंधित कंटेंट को देखते या सुनते हैं। आज का युवा ओटीटी प्लेटफॉर्म पर आने वाली प्रसिद्ध फिल्मों और वेब सीरीज को देखता है, भारत में ओटीटी प्लेटफॉर्म पर ऑनलाइन वीडियो देखने वालों की संख्या 300 मिलियन तक पहुंच चुकी है। गांव और कस्बों में आज भी लैपटॉप और स्मार्ट टीवी को खरीदना तथा केबल नेटवर्क पर फिल्मों को देखना मोबाइल की तुलना में महंगा पड़ता है इसलिए उपभोक्ता मोबाइल पर इन सभी प्लेटफॉर्म को देखना चाहते हैं। या कहा जा सकता है कि मनोरंजन के ये साधन अपनी जेब में रखना चाहता है। इनमें से नेटफ्लिक्स हॉटस्टार जिओ सिनेमा, अमेज़ॉन प्राइम, जी आदि अत्यधिक प्रसिद्ध हैं। छोटे कस्बों और गांवों में ओटीटी प्लेटफॉर्म के लिए स्थानीय भाषाओं में बने हुए कार्यक्रम या फिल्में ज्यादा पसंद की जा रही हैं।

भारत में ओटीटी की शुरुआत रिलायंस एंटरटेनमेंट ने साल 2008 में BigFix नाम से की थी यह भी कहा जा सकता है कि प्रीमियर लीग और खेलों के सीधे प्रसारण और स्ट्रीमिंग के कारण ओटीटी प्लेटफॉर्म की शुरुआत हुई जिनमें से प्रमुख थे nexGTV तथा हॉटस्टार बाद में डिट्टो टीवी और सोनी लिव के आने के बाद से ओटीटी

प्लेटफॉर्म में तेजी से वृद्धि हुई तथा प्रतियोगिता भी देखने को मिली। यह अनुमान है कि भारत में ओटीटी प्लेटफॉर्म के रजिस्टर्ड उपभोक्ता 2023 तक 50 मिलियन हो जाएंगे, कोविड-19 विशेषकर लॉकडाउन के बाद से ही ओटीटी प्लेटफॉर्म के उपभोक्ताओं की संख्या में पूरे विश्व में तेजी से वृद्धि हुई जो कि निरंतर बढ़ती ही जा रही है। उपभोक्ता द्वारा प्रति दिन ओटीटी प्लेटफॉर्म पर कंटेंट को देखे जाने का समय भी बढ़ रहा है। अन्य देशों की तरह भारत में भी ओटीटी की लोकप्रियता निरंतर बढ़ती जा रही है पर यहां शोध की आवश्यकता भी है कि क्या युवाओं के पास कोई अन्य काम नहीं है, वे एडिक्ट बन रहे हैं या फिर कार्यक्षेत्र में भी लोग इंटरनेट चलाने में व्यस्त हैं? स्थिति यह है कि आज निर्माता-निर्देशक ओटीटी प्लेटफॉर्म के लिए विशेष तौर पर कार्यक्रम और फिल्में तैयार कर रहे हैं साथ ही बहुत से ओटीटी कार्यक्रम तथा फिल्में बिना रजिस्ट्रेशन के मुफ्त में भी देखे जा सकते हैं। या फिर पारंपरिक परिवारिक धारावाहिकों, समाचारों, फिल्मों और उबाऊ राजनीतिक डिवेट से लोग हताश हो चुके हैं और वे कुछ नया चाहते हैं। ओटीटी प्लेटफॉर्म बहुत सी नई चीजों की पेशकश करते हैं तथा नया अलग कंटेंट लेकर आते हैं जिसके कारण वे युवाओं और बच्चों में अधिक लोकप्रिय हो रहे हैं। जबकि टीवी अभी भी सास बहू धारावाहिक, काल्पनिक कथाएं, पारिवारिक नाटक, उबाऊ डायन चुडैल, नाग नागिन, जादू टोना, धार्मिक धारावाहिक जैसे कंटेंट परोस रहा है जिनको देख देख कर लोग बुरी तरह उकता गए हैं। यद्यपि बुजुर्ग लोग अब भी पारंपरिक धारावाहिक, पारिवारिक नाटक, समाचार और धार्मिक कार्यक्रम देखना पसंद करते हैं बहुत से शोध हो चुके हैं जिनमें यह पाया गया है कि युवा वर्ग ओटीटी प्लेटफॉर्म की तरफ ज्यादा आकर्षित होता है जबकि बुजुर्ग प्रिंट मीडिया और ब्रॉडकास्टिंग के कार्यक्रमों को अभी भी पसंद कर रहे हैं। किंतु यह भी सच है कि आने वाले समय में बाजार का भविष्य तो युवा और बच्चे ही तय करेंगे। ओटीटी मीडिया भी अगर फिल्म उद्योग या पेड मीडिया की तरह ही कार्य करेगा तो इसकी लोकप्रियता भी कम होती चली जाएगी और यह निश्चित है कि वे व्यवसाय में मुनाफे उपभोक्तावाद और शासन की प्रशंसा जैसे कामों को अवश्य

करेंगे। ऐसी स्थिति में मीडिया एक सशक्त भूमिका निभाकर यह जनता की आंख बनकर प्रजातंत्र को मजबूती नहीं प्रदान कर सकता। डेविड थॉमसन के अनुसार इंटरनेट में वह क्षमता है कि यह एक जैसी विचारधारा के करोड़ों लोगों को एक साथ जोड़ सकता है। किंतु सवाल यह है कि वह विचारधारा प्रजातंत्र को कितना प्रभावित करती है?

भारत दुनिया का सबसे बड़ा प्रजातंत्र तथा सबसे बड़ा ओटीटी का बाजार है और सारे विश्व की नजरें इसमें निवेश करने पर है। ऐसी स्थिति में भारतीय ओटीटी बाजार को स्वयं ही अपनी गुणवत्ता और कंटेंट पर अधिक से अधिक ध्यान देना चाहिए 'भारतीय मीडिया और मनोरंजन उद्योग का भविष्य' नाम की रिपोर्ट में यह लिखा है कि ओटीटी और गेमिंग एप्लीकेशन की वृद्धि के कारण मीडिया और मनोरंजन उद्योग में लगातार वृद्धि हो रही है और साल 2024 तक इनका कारोबार 65 से 70 अरब तक पहुंचने की संभावना है। ओटीटी मीडिया पर वितरकों की संख्या तथा सब्सक्राइबर लगातार बढ़ते जा रहे हैं। इसका एक प्रमुख कारण स्मार्टफोन उपभोक्ताओं की बढ़ती हुई संख्या है। विशेष तौर पर ग्रामीण क्षेत्रों में तेजी से बढ़ते हुए उपभोक्ता भी है। ग्रामीण परिवेश के कंटेंट को ओटीटी पर दिखाया जाना तथा उनकी स्थानीय भाषा में फिल्मों का उपलब्ध होना भी ओटीटी को ग्रामीण क्षेत्रों में भी निरंतर लोकप्रिय बना रहा है। वर्तमान में विभिन्न ओटीटी प्लेटफॉर्म सब्सक्राइब करने वालों की संख्या निम्नलिखित है:

ओटीटी प्लेटफॉर्म और सब्सक्राइब करने वालों की संख्या

ओटीटी प्लेटफॉर्म	सब्सक्राइब
डिजनी हॉटस्टार	4.29 करोड़
अमेजॉन प्राइम	2.1 करोड़

सोनी लिव	1.2 करोड़
जी 5:00	0.75 करोड़
नेटफ्लिक्स	0.55 करोड़

OTT मीडिया भारत में संभावनाएं तथा विभिन्न वर्गों के लिए अवसर

ओटीटी सिनेमा में हाशिए के लोगों को एक प्रमुख स्थान और मंच मिला जहां वह अपने मुद्दों को बारीकी से दिखा सकते हैं। भाषाई सीमाओं को तोड़कर स्थानीय दलित आदिवासी मुद्दों पर फिल्में और वेब सीरीज बनाना तथा स्थाई रूप से समानांतर सिनेमा के एक महत्वपूर्ण हिस्से की तरह सशक्त तरीके से स्थापित करने का श्रेय ओटीटी प्लेटफॉर्म को दिया जाएगा। कम बजट में फिल्में बनाना ओटीटी प्लेटफॉर्म के कारण आसान हुआ है किंतु हाशिए के लोगों को अपनी प्रतिभा दिखाने के लिए आगे भी ओटीटी प्लेटफॉर्म पर निरंतर संघर्ष करना पड़ेगा। दूसरी ओर ओटीटी ने बड़े कलाकारों के स्टारडम समाप्त करके अनेकों प्रतिभावान स्थानीय तथा नए कलाकारों के लिए भी अवसर तैयार किए जिससे वे अपनी प्रतिभा एक बड़े मंच पर दिखा पा रहे हैं और एक कलाकार के रूप में अपने आप को स्थापित कर पा रहे हैं। बहुत से अन्य वर्गों को अपनी समस्याएं कला के माध्यम से दिखाने और समाज के समक्ष लाने के लिए ओटीटी एक बेहतरीन और सुविधाजनक माध्यम प्रतीत हो रहा है। सबसे पहले हम बात करते हैं उन वर्गों की जिनके बारे में सिनेमा या टीवी में बहुत कम दिखाया या बताया गया और अब हम इन मुद्दों पर बनी हुई फिल्में या वेब सीरीज ओटीटी प्लेटफॉर्म सहजता से देख पा रहे हैं। जैसे कि नजरिया अपने आप में एक अनोखी फिल्म है जिसमें एक जन्मांध व्यक्ति की रोजमर्रा की जीवन शैली, बाधाएं, सपने उसकी भावनाएं और उसके संघर्ष की बात की गई है, एक अन्य

फिल्म चंडीगढ़ करे आशिकी एक ट्रांसवूमनेन की लिंग परिवर्तन के लिए की गई सर्जरी और उसके बाद उसके जीवन में होने वाले परिवर्तनों की बात करती है, एक और समकालीन मुद्दों पर बनी फिल्म मिमि में दर्शाया गया है कि विदेशी नागरिकों के लिए एक बच्चे को जन्म देने वाली भारतीय सेरोगेट मां को यह पिछड़ा समाज किस तरह से स्वीकारता है और उसके बच्चे को दिल से अपना लेता है। दलित मुद्दों को तथा सामाजिक न्याय की लड़ाई को दर्शाती हुई तमिल फिल्में जय भीम, झुंड, असुरन, मंडेला, आदि सफल फिल्म हैं। और शुद्रा तथा कोटा जैसी फिल्मों में काम करने वाले स्थानीय कलाकार तथा निर्माता-निर्देशक भी यह सिद्ध कर चुके हैं कि समाज के लोग इन ज्वलनशील मुद्दों को विश्व पटल पर दिखाना चाहते हैं। सामाजिक परिवर्तन को दर्शाने वाली बहुत सी कहानियों का आधुनिक मीडिया के जरिए आगे आना अभी बाकी है और भविष्य में हम सभी इनसे संबंधित नए कंटेंट को अवश्य देखेंगे।

ओटीटी ने कई महिला कलाकारों, महिलाओं को केंद्र में रखकर कहानी लिखने वाले लेखकों तथा महिला निर्देशकों को अवसर दिया। महिलाओं को सिर्फ एक शोपीस की तरह ना दिखा कर मुख्य किरदार की भूमिका निभाते हुए दिखाया जा रहा है जहां सारी फिल्म और किरदार उनके इर्द-गिर्द घूमते हैं। हाल में ही देखा गया कि दिल्ली क्राइम, जलसा, डार्लिंग, माई जैसी महिला केंद्रित फिल्मों में उन्हें एक सशक्त बल्कि केंद्रीय भूमिका में दिखाया गया। संक्षेप में हम यह कह सकते हैं कि महिलाओं से संबंधित बहुत से संवेदनशील मुद्दों का अभी मुख्यधारा में समावेशित होना बाकी है और इन मुद्दों को दर्शाने के लिए मीडिया का स्वतंत्र तरीके से काम किया जाना बेहद जरूरी है।

ओटीटी मीडिया ने बहुत से अन्य मुद्दों को भी विश्व स्तर पर उठाने का मौका दिया जैसे कि बुजुर्गों की रिटायरमेंट के बाद की जिंदगी, हॉस्टल लाइफ में युवाओं की मानसिक परेशानियां, आदिवासी जीवन की कठिनाइयां, महानगरों में रहने वाले छोटे परिवारों की मुश्किलें, मजदूरों, बार में काम करने वाली महिलाओं, सफाईकर्मियों, मनीष अवसाद में जीने वालों तथा बेघर लोगों के दैनिक जीवन में होने वाले संघर्ष को बहुत ही बारीकी से दिखाया गया। समाज की विकृतियां, प्रशासन का ढीलापन, भ्रष्टाचार तथा धीमी कार्यप्रणाली को हमने कागज जैसी फिल्मों में बहुत बारीकी से महसूस किया।

राजनीतिक तथा सामाजिक लोगों के जीवन पर फिल्में बनाने से बहुत से निर्माता-निर्देशक बचते थे ओटीटी मीडिया ने इस क्षेत्र में भी एक बड़ी सफलता हासिल की और बहुत से राजनीतिक मुद्दों, व्यक्तित्व तथा कॉन्ट्रोवर्सी पर बेहद सफल फिल्मों और वेब सीरीज को दिखाया इनमें से महारानी, तांडव, ठाकरे, मैडम चीफ मिनिस्टर, गंगूबाई काठियावाड़ आदि।

एक सबसे बड़ी सफलता जो ओटीटी मीडिया पर निर्माता निर्देशकों को हासिल हुई वह यह कि बहुत से अनसुलझे मनोवैज्ञानिक मुद्दों पर फिल्में सामने आए जिसमें मानव व्यवहार, अस्वीकार किए जाने का डर, तथा महानगरों और ग्रामीण इलाकों में रहने वाले मनुष्य की मनोदशा और सामाजिक जीवन का बहुत ही बारीकी से अध्ययन करके उसको सर, पंचायत, तथा जमतारा जैसी फिल्मों में दर्शाया जा रहा है। सामाजिक जीवन मानसिक स्वास्थ्य से संबंधित जानकारी देती इस प्रकार की फिल्म समाज के लिए इस संवेदनशील समय में बेहद आवश्यक है। तलाश, फोबिया, हिचकी, भ्रम, डैमेजड, गेम ओवर जैसी फिल्में श्रंखला में बेहद जरूरी योगदान दे रही

दे रही हैं और मानसिक स्वास्थ्य के बारे में लोगों को लगातार जागरूक भी कर रही हैं।

युवाओं की पसंदीदा एनिमेटेड और 3डी फिल्में अभी ओटीटी प्लेटफॉर्म पर बहुत बड़ी सफलता हासिल नहीं कर पा रही है किंतु भविष्य में नई टेक्नोलॉजी के साथ 3D तथा 5D फिल्में और वेब सीरीज भी बच्चों और युवाओं को आकर्षित करेंगी। निरंतर शोध और अध्ययन से तकनीकी और निर्माण कार्य में परिवर्तन जारी है और वो वर्तमान में ओटीटी मीडिया भविष्य के बहुत से अनजाने रास्तों को तय करने का एक जरिया बनने जा रहा है।

OTT मीडिया भारत में दुविधाएं

ओटीटी मीडिया की बहुत सारी समस्याएं और दुष्प्रभाव भी विभिन्न क्षेत्रों में देखे जा रहे हैं जैसे कि कानून और कॉपीराइट, उपभोक्ता तथा उपभोक्ता डाटा की सुरक्षा, ओटीटी प्लेटफॉर्म से संबंधित साइबर अपराध, गुणवत्ता और उपभोक्ता के अधिकार, जुगाड स्टार्टअप तथा पासवर्ड साझा (ओटीटी हब) करने से संबंधित, आपत्तिजनक भाषा तथा कंटेंट, हाशिए के लोगों व महिलाओं के प्रति हिंसा, मानसिक स्वास्थ्य तथा एडिक्शन से संबंधित।

कानून, कॉपीराइट तथा चोरी को लेकर कॉन्फेडरेशन ऑफ इंडियन इंडस्ट्री (CII) ने काफी शोध और आंकलन करने के बाद तैयारी की है। ओटीटी प्लेटफॉर्म पर पायरेसी, चोरी, उपभोक्ता की जानकारी लीक होने से संबंधित कुछ सामान्य नियम पहले ही इनफॉर्मेशन टेक्नोलॉजी के अंतर्गत बनाए जा चुके हैं। किंतु नया क्षेत्र होने के कारण अपराध और अपराध करने के तरीके भी अलग होने की संभावनाएं हैं और उपभोक्ता भी अपनी सुरक्षा को लेकर अभी जागरूक नहीं हैं। और इस प्रकार यह क्षेत्र इससे संबंधित कानून विशेषज्ञों के लिए भी एक नया और चुनौतीपूर्ण क्षेत्र है क्योंकि इसका

नियंत्रण किसी एक देश या स्थान से नहीं किया जा सकता। भारतीय बाजार में वीडियो पायरेसी सबसे बड़ी चुनौती है। स्कैम 1992 और आश्रम जैसे कार्यक्रम रिलीज होने के 2 घंटे के अंदर ही लीक हो गए थे।⁹ उपभोक्ता मुफ्त में कंटेंट देखने के लालच और जानकारी के अभाव में पायरेसी वाले असुरक्षित कंटेंट को देखना पसंद कर रहे हैं। इस कारण उनकी व्यक्तिगत जानकारी लीक होने का खतरा बढ़ता जा रहा है। बोट्स व कुकीज के जरिए उपभोक्ता की व्यक्तिगत जानकारी पायरेसी वाले कंटेंट और ऐप्स से लेना आसान हो जाता है। फाइल शेयरिंग, पॉपकॉर्न और टेलीग्राम जैसे ऐप्स वीडियो कंटेंट को साझा करने के काम में जरिया बन रहे हैं और जानकारी के अभाव में उपभोक्ता कॉपीराइट नियमों का उल्लंघन कर रहे हैं।

एक नया क्षेत्र होने के कारण ओटीटी मीडिया के लिए पहले कोई दिशा निर्देशन या नियमावली भी उपलब्ध नहीं थी किंतु कुछ वर्षों पूर्व वेब सीरीज तथा फिल्मों में आपत्तिजनक भाषा, महिलाओं के प्रति हिंसा या हिंसक दृश्यों से संबंधित निर्देश जारी किए जा चुके हैं और अब इनका रिव्यू भी सेंसर बोर्ड समय-समय पर करेगा।¹⁰ ऐसा कहा जा सकता है ओटीटी प्लेटफॉर्म से संबंधित कानूनों की कमी के चलते बहुत से कानूनी मुद्दे 2022 से पहले देखे नहीं गए थे या लंबित थे इसलिए सरकार को ओटीटी प्लेटफॉर्म को नियंत्रित करने के लिए नियम एवं कानून बनाने पड़े जिससे कि ऐसे मुद्दों की समय से सुनवाई हो सके। ओटीटी प्लेटफॉर्म के नियंत्रण और कानून से संबंधित जानकारों की कमी के कारण इनफार्मेशन टेक्नोलॉजी एक्ट से संबंधित कानूनविद्यों, शोधार्थियों तथा अन्य लोगों की मदद ली जा रही है ताकि नई नियमावली और कानूनों को बनाया तथा सही तरीके से उनका पालन किया जा सके।

नए नियमों के अनुसार कंटेंट को पांच आयु वर्गों में विभाजित करके प्रमाण पत्र दिए जाने का प्रस्ताव है जैसे कि U (यूनिवर्सल/सभी के लिये), U/A (7 वर्ष से अधिक

के दर्शकों के लिये), U/A (13 वर्ष से अधिक के दर्शकों के लिये), U/A (16 वर्ष से अधिक के दर्शकों के लिये) और A (वयस्क दर्शकों के लिये)।

ओटीटी के लिए स्व-नियामक प्रक्रिया को बढ़ावा दिया जा रहा है किन्तु निर्माता अभी इसे गंभीरता से नहीं ले रहे, आवश्यक क्षेत्रों में शिकायत अधिकारी भी नियुक्त किए गए हैं और नियमों के अनुसार उपभोक्ता की शिकायत का 15 दिन में निवारण करना भी आवश्यक है क्योंकि यह माना जा रहा है कि सदस्यता लेने के लिए उपभोक्ता अपनी व्यक्तिगत जानकारी ओटीटी प्लेटफार्म को दे रहा है जिसका दुरुपयोग किया जा रहा है।¹¹

ओटीटी स्ट्रीमिंग ने काफी हद तक बड़े निर्माताओं को भी अपनी तरफ आकर्षित किया है और हम देख सकते हैं कि पुष्पा, केजीएफ और बड़े बजट की अन्य कई फिल्मों को भी ओटीटी पर रिलीज किया गया है। सिनेमाघरों को इस कारण बड़ा नुकसान हो रहा है तथा देश के पीवीआर 2022 में लगभग 72 करोड़ का नुकसान झेल चुके हैं और बहुत से सिनेमा हॉल अब तक बंद पड़े हैं।¹² रिपोर्टों के अनुसार इसके लिए कोरोना और ओटीटी दो प्रमुख कारण माने जा रहे हैं।

ओटीटी प्लेटफार्म को शारीरिक, समाजिक और मानसिक स्वास्थ्य से जोड़ कर भी देखा जा रहा है और यह माना जा रहा है कि युवाओं की मनोस्थिति पर हिंसक दृश्य और भाषा बुरा प्रभाव डाल रहे हैं। दूसरी ओर तम्बाकू, सिगरेट, शराब से जुड़े दृश्य देखकर युवा इनकी ओर आकर्षित हो रहे हैं। सरकार के तमाम प्रयासों के बाद भी ओटीटी को अब तक तम्बाकू और उसके उत्पादों से जुड़े कोटपा अधिनियम 2003 के अंतर्गत नहीं लाया जा सका। एक शोध के अनुसार 12 से 16 वर्ष के युवा ऑनस्क्रीन धूम्रपान के दृश्यों को देखकर सबसे अधिक प्रभावित होते हैं। केजीएफ 2

के एक दृश्य को लेकर भी विवाद हुआ था जिसमें कोटपा अधिनियम के सेक्शन 5 का उल्लंघन हुआ था। भारत सरकार की रिपोर्टों के अनुसार भारत में 2019 में तंबाकू सेवन से 196 मिलियन लोगों ने अपनी जान गवां दी और विश्व में सबसे अधिक मुंह के कैंसर के मरीज भारत में हैं। बचपे समय से पहले समझदार हो रहे हैं और अपना बचपन खो रहे हैं, टीवी शो लगातार देखने के कारण उनकी शारीरिक गतिविधियां कम हैं इस कारण वे डायबिटिक भी हो रहे हैं। ओटीटी देखने के कारण होने वाली समस्याओं को अभी तक ICD या DSM एक व्यवहार विकार के रूप में वर्गीकृत नहीं किया गया है लेकिन ऐसी समस्याओं की बाढ़ है और लोग अनिद्रा, चिड़चिड़ेपन और अवसाद के शिकार हो रहे हैं। लगातार ओटीटी पर कार्यक्रम देखते रहना आपको समाज से अलग-थलग कर रहा है जो कि किसी के भी मानसिक स्वास्थ्य ले लिए सही नहीं है।¹³

ओटीटी हब या जुगाड स्टार्टअप के कारण भी ओटीटी प्लेटफॉर्म को बड़ा नुकसान हो रहा है और यहां भी उपभोक्ता की व्यक्तिगत जानकारी असुरक्षित है। ये आधे से कम दामों के लालच में उपभोक्ता की सुरक्षा को ताक पर रख रहे हैं जिसके कारण जानकारी के आभाव में लोग साइबर अपराधों का शिकार बन रहे हैं। एक ही पासवर्ड कई कई लोग साझा कर रहे हैं और इससे ओटीटी प्लेटफॉर्म को नुकसान हो रहा है। नेटफ्लिक्स ने बताया कि साल 2022 में जनवरी से मार्च के बीच दो लाख उपभोक्ता(सब्सक्राइबर) घटे तथा विश्व में 22.5 करोड़ उपभोक्ता अन्य 10 करोड़ लोगों से पासवर्ड साझा करते हैं। और इस व्यापार के कारण देश में कई जुगाड स्टार्टअप खड़े हो चुके हैं। नेटफ्लिक्स ने जब इस समस्या को हल करने के लिए नई पॉलिसी शुरू की और परिवार से पासवर्ड साझा करने का अतिरिक्त शुल्क मांगा तो उनके सब्सक्राइबर कम हो गए।¹⁴

इन सभी संभावनाओं और दुविधाओं के बीच शोध और आंकलन जारी हैं और आशा है कि ओटीटी प्लेटफार्म इन समस्याओं का उपभोक्ता के हित में कुछ उपाय ढूंढ ही लेंगे।

संदर्भ सूची

1. सृष्टि मगन, ओटीटी वृद्धि, *बिजनेस इंसाइडर*, 2022
2. *एबीपी न्यूज़*, आप भी OTT पर फिल्में देखते होंगे... क्या जानते हैं इसका पूरा नाम क्या है और कैसे होती है इनकी कमाई?, 2023
3. *न्यूज़क्लिक*, सबरंग इंडिया, बोलती लड़कियां, अपने अधिकारों के लिए लड़ती औरतें पितृसत्ता वाली सोच के लोगों को क्यों चुभती हैं? 2021
4. एरिक बर्न, *गोम्स पीपल प्ले*, 1996, पृष्ठ 9
5. वाल्केनबर्ग और पिओट्रोवास्की, *प्लग्ड इन*, मीडिया के युवाओं की मनोस्थिति पर होने वाले असर, 2017, पृष्ठ 40, 96 & 109
6. अंशुमन दास, ओटीटी भारतीय मनोरंजन को कैसे बदल रहा है, *यूथ स्टोरी*, 2022
7. *केपीएमजी रिपोर्ट*, 2022, पृष्ठ 4
8. मीडिया पार्टनर, *एशिया रिपोर्ट*, 2022
9. *न्यूज़ 18*, OTT प्लेटफॉर्म के लिए पाइरेसी बनी बड़ी समस्या, यूजर्स का डेटा लीक होने का भी खतरा, 2021
10. अभिषेक कुमार, *एबीपी न्यूज़*, एक क्लिक पूरी जानकारी | OTT-सोशल मीडिया के लिए जारी की गईं नई गाइडलाइन्स का आप पर क्या असर होगा, 2021

11. *समाचार4मीडिया ब्यूरो*, जानें, MIB ने डिजिटल मीडिया कोड के तहत कितनी OTT शिकायतों का किया समाधान, 2023
12. निहार रंजन सक्सेना, *न्यूज़ नेशन*, OTT बदल रहा दर्शकों के मनोरंजन की मानसिकता, समझें बॉलीवुड के इस संकट को, 2022
13. मनोज डोगरा, *पंजाब केसरी*, सोशल मीडिया समस्या या समाधान, यह आप पर निर्भर, 2021
14. *अमर उजाला* OTT: 'जुगाड़ स्टार्टअप' की वजह से ओटीटी प्लेटफॉर्म को रहा बड़ा नुकसान, आधे से कम दामों पर दे रहे सब्सक्रिप्शन, 2022