

सवाल मनोरंजन की 'मात्रा' का नहीं 'स्वरूप' का है

राजा दुबे*

इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के रूप में टीवी प्रसारण का इतिहास दूरदर्शन के एकाधिकार वाले युग से केबल प्रसारण के पड़ाव को पार करके 'डायरेक्ट टू होम' यानी डी.टी.एच. प्रसारण तक पसरा है। अब तो डी.टी.एच. भी छोटी-छोटी छतरियों (रिसेप्शन डिस्क) से इन-बिल्ट रिसेप्शन की टेक्नोलॉजी तक आ गया है। दूरदर्शन वाले जमाने से आज के डी.टी.एच. वाले समय तक प्रसारण ने लक्ष्यों को लेकर तो एक ही जुमला प्रचलन में था कि "टीवी इन्फोटेनमेन्ट का माध्यम है" इन्फोटेनमेन्ट यानी 'इन्फार्मेशन' और 'इंटरटेनमेंट' का मिलीजुली 'डिश'। अब इस 'डिश' में कितनी सूचना हो और कितना मनोरंजन, यह एक अलग मुद्दा था मगर इस 'डिश' में मनोरंजन का जो स्वाद था, वह सिर चढ़कर बोला और आज तो सवाल प्रसारण में मनोरंजन की 'मात्रा' का नहीं मनोरंजन के 'स्वरूप' का है। जो कुछ आज टीवी पर मनोरंजन के नाम पर दिखाया जा रहा है उसमें मन से जुड़ा 'रंजन' तत्व कम और 'रंज' (दुःख) वाला तत्व ज्यादा नजर आता है।

दर्शक की ताकत?

सच तो यह है कि बदलते समय के साथ इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के विभिन्न स्वरूपों में टेक्नोलॉजी के संदर्भ में इतना बदलाव आया कि टीवी प्रसारण में से सूचना वाले हिस्से की भागीदारी तो लगातार कम हुई क्योंकि सूचना के लिए 'इंटरनेट' टीवी के विकल्प के रूप में सूचना संसार के साथ सामने आया मगर मनोरंजन के लिये आज भी टीवी प्रसारण ही सुलभ और सर्वमान्य साधन है। मोबाइल यद्यपि 'थ्री-जी' टेक्नोलॉजी के साथ आने वाले समय में मनोरंजन का लगभग इतना ही सशक्त और मान्य माध्यम होगा। मगर आज तो 'जो भी है और जैसा भी है' वाले अंदाज में टीवी प्रसारण ही अपनी शर्तों पर मनोरंजन की खेप घर-घर में भिजवा रहा है। आज बहस का मुद्दा यह नहीं है कि टीवी प्रसारण का मनोरंजन का स्तर क्या है? आज बहस का मुद्दा यह है कि क्या टीवी देखने वाले टी.आर.पी. के छद्म का

पर्दाफाश कर सच्चे अर्थों में मनोरंजक प्रसारण के लिए दबाव बना सकते हैं?

टीवी प्रसारण में इन दिनों भी जो दर्शक दूरदर्शन के राष्ट्रीय प्रसारण के लोकप्रिय कार्यक्रम 'चित्रहार' को देखते हैं उन्हें इन दिनों इस कार्यक्रम में एक मुख्यशीर्ष (स्लग) चस्पा नजर आयेगा कि "टीवी पर फिल्मी गीतों पर आधारित सबसे पहला कार्यक्रम"। निश्चित तौर पर 'चित्रहार' इस विशेषण का अधिकारी तो है ही कि यह टीवी प्रसारण का पहला मनोरंजक और लोकप्रिय कार्यक्रम था। आज भी 'चित्रहार' अपने बाद आने वाले फिल्मी गीतों पर आधारित कार्यक्रमों "रंगोली" और "सतरंगी" के साथ मनोरंजन की जरूरतों को पूरा करने में काफी हद तक समक्ष साबित हो रहा है। दूरदर्शन के अलावा दीगर चैनल पर भी फिल्मी गानों पर आधारित कार्यक्रम मनोरंजन के अच्छे माध्यम तो हैं मगर अपवाद स्वरूप चैनल जैसे सेट मेक्स और 'ईटीवी' पर पुराने सदाबहार फिल्मी गानों के कार्यक्रमों को छोड़कर बाकी कार्यक्रम खानापूर्ति भर होते हैं और कुछ समय बाद ही खीज पैदा करने वाले हो जाते हैं।

टीवी प्रसारण में सामाजिक प्रतिबद्धता के प्रति आरंभ से ही बड़ा आग्रह रहा है और सामाजिक सरोकारों को लेकर हर प्रसारणकर्ता पर दबाव भी रहा है मगर मनोरंजन के साथ सामाजिक सरोकारों के निर्वाह में आरम्भिक दौर में केवल दूरदर्शन को ही सफलता मिली है और उसका श्रेय उस लेखन, निर्देशन और निर्माण की तिकड़ी को दिया जाना चाहिए जिसने एन.सी.सिप्पी, मनोहरश्याम जोशी, श्याम बेनेगल और चन्द्रप्रकाश द्विवेदी के साथ 'हमलोग', 'बुनियाद', 'भारत एक खोज' और 'चाणक्य' के माध्यम से दर्शकों को बाँधे रखने में सफलता पाई। सामाजिक सरोकार के साथ ये सभी धारावाहिक मनोरंजन की शर्त को भी पूरी करते थे। इस दौर में वैसे मनोरंजन के लिए दूरदर्शन पर शरदजोशी के लेखन वाला 'ये जो है जिंदगी' और अंजू मेहन्डू का 'इधर उधर' ने भी खूब धूम मचाई थी।

*संयुक्त संचालक, जनसम्पर्क विभाग, मध्यप्रदेश

हास्य धारावाहिकों का दौर

हास्य धारावाहिकों ने लंबे समय तक मनोरंजन का सारा बीड़ा उठा रखा था और 'लॉफ्टर चैलेंज' के प्रवेश के पहले तक इनका अच्छा बोलबाला था। बावजूद इसके कि इसमें सामाजिक सरोकार का तड़का नहीं था और ज्यादातर एपीसोड्स में तो तर्क को ताक में रखना ही बेहतर होता था मगर वे मनोरंजन की कसौटी पर खरे साबित होते रहे। इस प्रकार के कॉमेडी कार्यक्रम की लम्बी फेहरिशत है मगर केशव कुलकर्णी और कोकिला कुलकर्णी बनाम दिलरूबा प्रेमाशालिनी वाला 'श्रीमान श्रीमती,' विनोद मीरा मोहन के दफ्तरी त्रिकोण वाला "यस बॉस" और "साराभाई वर्सेस सारा भाई" भी मनोरंजन की कसौटी पर तो खरा उतरता है। गुजराती परिवारिक पृष्ठभूमि में हास्य और व्यंग्य के जरिये मनोरंजन की तलाश में सफलता तो 'खिचड़ी' और 'जयंती बेन..'। को भी मिली थी।

लॉफ्टर की घुसपैठ

मनोरंजन के इस निर्मल आनंद में द्विअर्थी सम्वादों और फूहड़ता का प्रवेश करवाया लॉफ्टर चैलेंज के नाम से प्रकाशित होने वाले धारावाहिकों ने। जहाँ पर किस्सागोई अथवा चुटकुले थे वहाँ तो मनोरंजन के लिए अश्लीलता का भी निहायत बेशर्मी से उपयोग हुआ। वहाँ जहाँ ऐसे धारावाहिकों में दो-दो के समूह में कॉमेडी करनी थी वहाँ मनोरंजन तो था मगर छोटे-छोटे बच्चों से भी फूहड़ संवाद बुलवाकर आस्वाद को कसैला बना दिया। इन तमाम धारावाहिकों में निर्णायक बनाम प्रतिनिधि श्रोता बनाम सेलेब्रिटी भी बाजवक्त मनोरंजन का सबब बनते हैं मगर इन किसी भी कॉमेडी शो की कोई स्थाई छाप देखने वालों के मन पर नहीं पड़ी। हाँ इन शो से व्यक्तिगत तौर पर कुछ कॉमोडियन ने जरूर अपनी पहचान बनाई मसलन राजू श्रीवास्तव या फिर सुनील पाल ने।

तरह-तरह के प्रयोग

टीवी प्रसारण में वस्तुतः विषय वैभिन्न के आधार पर कई धाराएं सीरियल के रूप में प्रवाहित हुईं, जिन्होंने दर्शकों के मनोरंजन

की कोशिश तो की मगर उन्हें सफलता कम ही मिली। धार्मिक धारावाहिकों ने भी दर्शकों का भरपूर मनोरंजन किया मगर वो सम्मोहन ज्यादा था मनोरंजन कम। फिर आया सास-बहू मार्का सीरियल का दौर और पार्वती और तुलसी ने रबर के मानिन्द खींचे गए धारावाहिकों में 'असंभव को संभव बनाने' की लेखक-निर्देशक-निर्माता की कोशिशों ने खास मनोरंजन किया। संयुक्त परिवारों की 'कभी खुशी कभी गम' वाली शैली वाले सीरियलों में भी मनोरंजन के पल तो आये मगर कुल मिलाकर यहाँ भी निर्माता-निर्देशक-लेखक की तिकड़ी सीरियल को लम्बा चलाने और उनकी टी.आर.पी बढ़ाने पर ही ज्यादा ध्यान देते रहे। इस प्रकार 'रामायण' से 'महाभारत' तक, 'क्योंकि सास भी -----' से 'कहानी घर-घर की' तक और 'बा, बहू और बेबी से जयंती बेन जोशी -----' तक मनोरंजन लक्ष्य तो था मगर 'बने रहने', 'टी.आर.पी. बनाये रखने' और 'दर्शकों की पसंद को तरहीज न देने' के दुराग्रह ने मनोरंजन को पीछे ढकेल दिया।

टीवी प्रसारण में मनोरंजन वाले तत्व को निरपेक्ष रूप से देखें तो एक अलग समीकरण बनता है। इन दिनों 'रियलिटी शो' को युवा वर्ग 'एडीक्शन' की हद तक पसंद करता है। जबकि बच्चे और भागमभाग से मुक्त होकर राहत तलाशते बूढ़े, कार्टूनस में ही अपना मनोरंजन तलाश लेते हैं। असल में मध्यमवर्गीय परिवार के दर्शकों ने तो 'देखभाई देख' या फिर 'तू तू - मैं मैं' को भी खूब पसंद किया था। इन दिनों भी टीवी चैनल्स पर एक ओर तो भरती के मनोरंजन कार्यक्रमों में 'सजन रे झूठ मत बोलो और' ये चन्दा कानून है'' प्रसारित हो रहे हैं तो दूसरी ओर शरद जोशी की कहानियों पर आधारित 'लापतागंज' भी अच्छा खासे मनोरंजन का माध्यम बना हुआ है। इन दिनों टीवी चैनल पर खालिस मनोरंजन करने वाले धारावाहिक तलाश करना तो उम्मीद से ज्यादा की अपेक्षा करना होगा फिर भी मनोरंजन के लिए छोटे परदे पर अवतरित होने वाले धारावाहिक में से कुछ-कुछ फूहड़ता और इंच दो इंच अश्लीलता को भुला दो तो मामला घोर नाउम्मीदी वाला नहीं है। वस्तुतः टीवी प्रसारण में मनोरंजन एक 'गतिशील वस्तु' के माफिक है जिसे दुराग्रहों के स्टिल कैमरे से नहीं खुले विचारों के मूवी कैमरे से पकड़ना होगा।

भारतीय सांस्कृतिक संदर्भ में सिनेमा शायद सबसे अधिक लोकप्रिय और सबसे अधिक शक्तिशाली संचार माध्यम है। हिन्दी फिल्मों में सुनिश्चित रूप से दूसरी भाषाओं की फिल्मों की तुलना में अधिक लोकप्रिय हैं।

प्रो. सी.बी. पीटर