





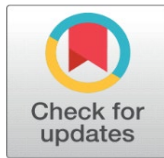
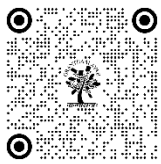
WEB SERIES CONTENT AND CHANGING LIFESTYLES OF THE AUDIENCES OF MADHYA PRADESH: AN ANALYTICAL STUDY

वेब सीरीज विषयवस्तु व मध्य प्रदेश के दर्शकों की बदलती जीवनशैली एक विश्लेषणात्मक अध्ययन

Manoj Patel ¹  , Dr. Shivendra Mishra ²  

¹ Research Scholar, Department of Journalism and Creative Studies, Jagran Lakecity University, Bhopal, India

² Assistant Professor, Department of Journalism and Creative Studies, Jagran Lakecity University, Bhopal, India



Received 04 September 2022

Accepted 05 October 2022

Published 21 October 2022

Corresponding Author

Manoj Patel, manojkpatel02@gmail.com

DOI

[10.29121/shodhkosh.v3.i2.2022.183](https://doi.org/10.29121/shodhkosh.v3.i2.2022.183)

Funding: This research received no specific grant from any funding agency in the public, commercial, or not-for-profit sectors.

Copyright: © 2022 The Author(s). This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

With the license CC-BY, authors retain the copyright, allowing anyone to download, reuse, re-print, modify, distribute, and/or copy their contribution. The work must be properly attributed to its author.



ABSTRACT

English: Presently digital media is one of the influential media of entertainment and hence the potential for its impact on the users is also high. With the easy availability of internet and cheap smart mobile phone market, the use of all the mediums of online media like social media, SVOD etc. is increasing continuously. Digital medium encourages users to make choices and take different decisions on many issues, and digital medium also has the ability to change their lifestyle. With the development of technology there has been a significant change in digital medium in which an OTT "web series" has an important place. The medium of web series can influence not only the way people interpret different aspects of life but also the tendency to use the medium and the watching pattern. Due to lack of regulation, there is more use of hate speech, pornography, which has a direct impact on the lifestyle of the audience. In the present study, we will try to know the various changes and effects in lifestyle from web series content on the audience of Madhya Pradesh as well as feedback related to web series and OTT platform. For this, will carry out analytical studies by involving regular audience of the OTT platform through schedule format in the study by applying Purposive Sampling techniques.

Hindi: वर्तमान में डिजिटल मीडिया मनोरंजन के प्रभावशाली माध्यम में से एक है और इसीलिए उपयोगकर्ताओं पर इसके प्रभाव की संभावना भी अधिक रहती है। इंटरनेट की सहज उपलब्धता एवं सस्ते स्मार्ट मोबाइल फ़ोन के बाज़ार से दर्शकों में ऑनलाइन मीडिया के सभी माध्यमों जैसे सोशल मीडिया, इत्यादि का उपयोग लगातार बढ़ता जा रहा है। डिजिटल माध्यम उपयोगकर्ताओं को कई मुद्दों पर चुनाव करने और अलग-अलग निर्णय लेने के लिए प्रोत्साहित करता है, और डिजिटल माध्यम उनके जीवन शैली में बदलाव करने की भी क्षमता रखता है, प्रौद्योगिकी के विकास के साथ ही डिजिटल माध्यम में एक महत्वपूर्ण बदलाव हुआ है जिसमें एक "वेब सीरीज" का महत्वपूर्ण स्थान है। वेब सीरीज माध्यम न केवल लोगों के जीवन के विभिन्न पहलुओं की व्याख्या करने के तरीके को प्रभावित कर सकता है बल्कि माध्यम को उपयोग की जाने की प्रवृत्ति और वाचिंग पैटर्न को भी प्रभावित कर सकता है। दर्शकों द्वारा क्राइम और ड्रामा शैली की वेब सीरीज को अधिक से अधिक पसंद किया जा रहा है, जिसमें नियमन ना होने के कारण अभद्र भाषा, अश्लील चित्रण का अधिक उपयोग होता है, जिसका सीधा प्रभाव दर्शकों की जीवन शैली पर पड़ता है। प्रस्तुत अध्ययन में मध्य प्रदेश के दर्शकों पर वेब सीरीज विषयवस्तु से जीवन शैली में होने वाले विभिन्न बदलावों और प्रभावों एवं साथ ही वेब सीरीज और ओटीटी प्लेटफार्म से सम्बंधित प्रतिक्रिया को जानने का प्रयास करेंगे। इस हेतु अनुसूची प्रारूप (Schedule) के माध्यम से ओटीटी प्लेटफार्म के नियमित दर्शकों को उद्देश्यपूर्ण नमूनाकरण Purposive Sampling तकनीक लागू करते हुए अध्ययन में शामिल कर विश्लेषणात्मक अध्ययन करेंगे।

Keywords: OTT Platform, Web Series, Digital Media, Lifestyle, Impact, ओटीटी प्लेटफार्म, वेब सीरीज, डिजिटल मीडिया, जीवन शैली, प्रभाव

1. प्रस्तावना

वर्तमान दुनिया में, अधिकांश लोग हमेशा अपने व्यक्तिगत दबावों से ध्यान हटाने के साधन के रूप में नई और दिलचस्प गतिविधियों की तलाश में रहते हैं। प्रौद्योगिकी के विकास के साथ, विशेष रूप से जन संचार के क्षेत्र में, लोग खुद को टीवी प्रोग्राम, ओटीटी प्लेटफार्म या वेब सीरीज की विभिन्न शैलियों की ओर आकर्षित होते हुए पाते हैं। पुरानी पीढ़ियों के समय की तुलना में आज टीवी प्रोग्राम/वेब सीरीज की संख्या बहुत बढ़ी है, पहले संचार के माध्यम के रूप में केवल एक रेडियो और फिर सिनेमा था, और इसलिए मनोरंजन के केवल के कुछ ही माध्यम थे। लेकिन आधुनिक दुनिया में डिजिटल कंटेंट और उसकी अत्यधिक पहुँच साथ ही नियमन की कमी एवं बिज वाचिंग और क्लिफहेंगर जैसी संकल्पना के बढ़ते चलन ने इस माध्यम को और अधिक प्रभावशाली बना दिया है। ओटीटी प्लेटफार्म एप्लीकेशन के आगमन के साथ ही, स्मार्टफोन और इंटरनेट के बढ़ते बाज़ार और पहुँच से अब यह कंटेंट कभी भी कहीं भी देखा जा सकता है। जिसमें दर्शकों द्वारा वेब सीरीज कंटेंट को सबसे अधिक पसंद किया जा रहा है।

वहीं इन वेब सीरीज प्रसारण में हिंसा, अश्लीलता और अभद्र भाषा की बढ़ती मात्रा दर्शक के मस्तिष्क और उसके व्यवहार को प्रभावित कर सकती है। युवाओं में आमतौर पर वही देखने और सीखने की प्रवृत्ति होती है जिसे वह बार-बार देखता है और इस तरह के स्पष्ट कंटेंट के संपर्क में आने से दर्शक विशेषकर युवा अधिक हिंसक, कामुक और कठोर हो सकता है।

जन संचार के माध्यम के रूप में वेब सीरीज वैश्वीकृत समाज में एक अत्यधिक महत्वपूर्ण स्थान ग्रहण कर रही है। वेब सीरीज एक वेब सीरीज स्क्रिप्टेड या गैर-स्क्रिप्टेड वीडियो की एक श्रृंखला है, जो आम तौर पर एपिसोड रूप में, इंटरनेट पर जारी की जाती है और ऑनलाइन वेब ओटीटी माध्यम का हिस्सा है, जो पहली बार 1990 के दशक के अंत में उभरा और 2000 के दशक की शुरुआत में अधिक प्रमुख हो गया। [Wikipedia \(2022\)](#)। ऐसे विभिन्न ओटीटी प्लेटफार्म उपलब्ध हैं जैसे नेटफ्लिक्स, अमेज़न प्राइम, हॉटस्टार, जी5, सोनी लिव, इत्यादि जो भारतीय फिल्मों के साथ-साथ विभिन्न भाषाओं में बनी दुनिया में बनी विभिन्न वेब सीरीज को दर्शकों को उपलब्ध करवाते हैं जिसका हिंदी में भी अनुवाद कर उपलब्ध कराया जाता है।

फेडरेशन ऑफ इंडियन चैंबर्स ऑफ कॉमर्स एंड इंडस्ट्रीज़ (FICCI) के अनुसार, भारतीय मनोरंजन उद्योग 1.82 ट्रिलियन का उद्योग है। यह विभिन्न डिजिटल क्षेत्रों के साथ-साथ रेडियो, टेलीविजन और प्रिंट उद्योग का गठन करता है। डिजिटलीकरण की प्रगति के साथ, उपभोक्ताओं की खपत का पैटर्न पूरी तरह से बदल गया है। बढ़ी हुई नेटवर्क गुणवत्ता, मजबूत इंटरनेट कनेक्टिविटी और सक्षम स्मार्टफोन के कारण भारतीय ग्राहकों के ओवर-द-टॉप प्लेटफार्म पर गिनती तेजी से बढ़ रही है। [FICCI \(2020\)](#)

2. कोविड और डिजिटल मीडिया

दुनिया भर में कोविड -19 महामारी के समय ने न केवल सार्वजनिक और निजी क्षेत्रों को धीमा कर दिया है, बल्कि दर्शकों के विशेष रूप से डिजिटल-आधारित उपभोग के उपभोग पैटर्न को भी बदल दिया है। [De et al. \(2020\)](#) डिजिटल-आधारित खपत का ऐसा ही एक महान आविष्कार है ओवर-द-टॉप प्लेटफार्म जिसने उपभोक्ता उपभोग श्रृंखला को संभव बनाया है इंडियन ब्रांड इक्विटी फाउंडेशन (IBEF) नाम के मीडिया और

एंटरटेनमेंट इंडस्ट्रीज़ के अनुसार, महामारी के समय यानी मार्च 2020 से जुलाई के बीच, ओवर-द-टॉप प्लेटफार्म के पेड सब्सक्राइबर में 30: की वृद्धि 22.2 मिलियन से 29 मिलियन तक देखी है। यह सब महामारी और लॉकडाउन के कारण है कि दर्शकों को कठिन समय के दौरान अपने घरों में वापस बैठने के लिए मजबूर होना पड़ा और बदले में उन्हें इसे डिजिटल प्लेटफार्म पर बिताने के लिए अधिकतम समय मिला। वही नवम्बर 2021 में प्रकाशित अंक में बताया गया की भारत के मीडिया एवं एंटरटेनमेंट इंडस्ट्री में डिजिटल मीडिया की हिस्सेदारी 2020 में 17 प्रतिशत थी जो 2023 में बढ़कर 19 प्रतिशत हो जाएगी। 'इंडिया: ऑनलाइन वीडियो ट्रेंड्स एंड ओमडिया कंज्यूमर के अनुसार ओमडिया द्वारा प्रकाशित रिसर्च हाइलाइट्स की रिपोर्ट (2021 में प्रकाशित), ओटीटी वीडियो सब्सक्रिप्शन के साथ भारतीय SVOD बाजार 2019 में 32 मिलियन से 2020 में 62 मिलियन तक पहुंच गया है। जिसके प्रमुख कारणों में से एक उपयोगकर्ताओं के बीच कंटेंट की बढ़ती मांग शामिल है और दूसरा किफायती सब्सक्रिप्शन पैकेज उपलब्ध होना है। [IBEF \(2021\)](#)

3. ऑनलाइन मीडिया और उसके प्रभाव

जैसे-जैसे तकनीक विकसित होती है और नया माध्यम सामने आता है, समाज को ऐसी तकनीक के अनुकूल होने की जरूरत होती है। इस मामले में अनुकूलन का मतलब ओटीटी प्लेटफार्म के विनियमन के तरीके को बदलना हो सकता है [Bimber \(1990\)](#)। ऑनलाइन टेक्नोलॉजी नियतिवाद परिवर्तन के लिए एक प्रमुख चालक के रूप में प्रौद्योगिकी को स्वीकार करता है, लेकिन अन्य कारकों की भूमिका को भी पहचानता है। प्रौद्योगिकी नियतिवाद की तीसरी लहर है जो 21वीं सदी में इंटरनेट के आने के साथ उभरी है जिसने जीवन की गति को बदल दिया है स मार्शल मैक्लुहान ने मीडिया ही संदेश है। के अपने प्रसिद्ध सिद्धांत से मीडिया नियतिवाद के सिद्धांत की स्थापना की। इसका मतलब यह है कि जिस तरह से हम जानकारी भेजते और प्राप्त करते हैं, वह सूचना से कहीं अधिक महत्वपूर्ण है। वह मीडिया को मानवीय संवेदनाओं और व्यक्तिगत ऊर्जाओं का विस्तार और सामाजिक वास्तविकताओं की हमारी धारणा को बदलने वाली ताकत मानते हैं। यह मैक्लुहान ही थे जिन्होंने पहली बार प्रौद्योगिकी के बारे में बात की थी और कहा था कि संचार में 'ग्लोबल विलेज' बनाने की क्षमता है [McLuhan \(1994\)](#).

Figure 1

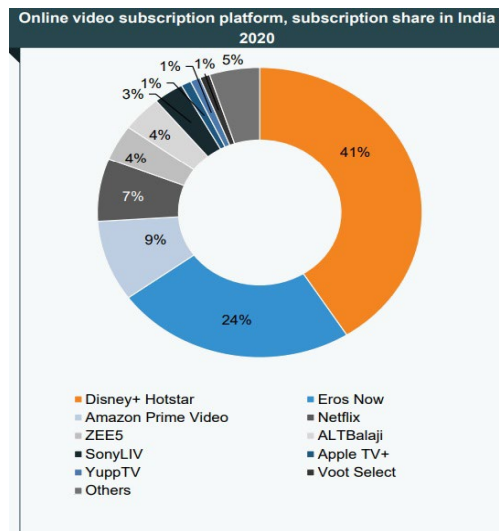


Figure 1 Online Video Subscription in India 2020

Source IBEF Report 2021

किसी भी मीडिया का प्रभाव वेब सीरीज न केवल उनके व्यवहार को आक्रामक बना सकती है बल्कि उनकी भाषा, व्यवहार और जीवन शैली में भी बढ़ा बदलाव कर सकती है। वहीं किसी भाषा का बदलना भी किसी भी संस्कृति के बदलाव का सबसे महत्वपूर्ण हिस्सा है। साथ ही युवाओं में धूम्रपान, शराब पीने की आदत भी तेजी से बढ़ रही है। अन्य शारीरिक गतिविधियों की तुलना में मनोरंजन के स्रोत के रूप में वेब सीरीज का अधिक उपयोग से मोटापा, मानसिक अवसाद, नेत्र विकार जैसे रोग आमतौर पर युवाओं में देखने को मिलते हैं। [Ahuja \(2020\)](#) ऐसे में वेब सीरीज कंटेंट के प्रसार और उसके प्रभाव को जानना अत्यधिक महत्वपूर्ण हो जाता है।

4. अध्ययन की प्रासंगिकता (RATIONALE OF THE STUDY)

तकनीक में बदलाव से समाज में बदलाव आता है। मोबाइल और इंटरनेट की बड़ी पहुंच के बाद, OTT मनोरंजन का नया माध्यम है। OTT जिसके माध्यम से सिनेमा और वेब सीरीज वीडियो कंटेंट का प्रमुखता से प्रदर्शन किया जाता है। आसानी से और कम दामों में इंटरनेट और मोबाइल की उपलब्धता और 2020 में कोविड महामारी में हुए लॉकडाउन ने OTT माध्यम पर उपलब्ध कंटेंट मनोरंजन का नया पर्याय बन गया है। ओटीटी प्लेटफार्म की दर्शकों की संख्या में वृद्धि में लॉकडाउन की प्रमुख भूमिका रही है। इसमें हम बड़े बजट के हिंदी या किसी अन्य भारतीय भाषा के सिनेमा, वेब सीरीज या विदेशी सिनेमा को सीधे अपने मोबाइल पर कहीं भी कभी भी और किसी भी समय देख सकते हैं। इस वजह से अब दर्शकों की देखने की आदतों में बदलाव नज़र आ रहा है। घर पर या सिनेमा हॉल में एक साथ बैठकर पारिवारिक मनोरंजन की अपेक्षा दर्शक अब ओटीटी पर एकांत में कंटेंट को देखना अधिक पसंद कर रहा है और आने वाले समय में भी यही प्रवृत्ति देखने को मिल सकती है [Exchange4Media \(2020\)](#)। जिससे उनकी जीवन शैली और अभिवृत्ति में बदलाव देखने को मिल रहे हैं। इससे पहले के शोध में टेलीविज़न और सिनेमा की विषयवस्तु और दर्शकों पर उसके प्रभावों की बात हुयी है। पर अब युवाओं का इसके प्रति विशेष मनोवेग बनने के बाद से ओटीटी वीडियो प्लेटफार्म मनोरंजन के एक नए माध्यम के रूप में हमारे बीच में स्थापित हो गया है। अतः इन आंकड़ों के महत्व को रेखांकित करते हुए ओटीटी प्लेटफार्म एवं वेब सीरीज की विषयवस्तु से दर्शकों की जीवनशैली में होने प्रभावों का विश्लेषणात्मक अध्ययन आवश्यक है।

5. साहित्य समीक्षा (LITERATURE REVIEW)

- Negi, Vidushi Prof. & (Dr.) Subhash Gupta. 2022. Impact of Over-the-Top (OTT) platform on the changing lifestyle of youth residing in Uttarakhand during Covid-19 pandemic lockdown. [Negi and Gupta \(2022\)](#)

प्रस्तुत अध्ययन लॉकडाउन के दौरान उत्तराखंड क्षेत्र में रहने वाले युवाओं की बदलती जीवनशैली पर ओटीटी प्लेटफार्म के प्रभाव को समझने की कोशिश कर रहा है। यह अध्ययन उत्तराखंड के कुमाऊं और गढ़वाल क्षेत्र में किया गया है जिसमें 500 उत्तरदाताओं को शामिल किया गया है स जिसके निष्कर्ष इस प्रकार हैं-

- 1) अध्ययन से पता चलता है कि ओटीटी प्लेटफार्म पर देखा गया कंटेंट महिला उत्तरदाताओं की तुलना में पुरुष उत्तरदाताओं के दिमाग को प्रभावित करने की संभावना 50% कम है। कोशिश कर रहा है।

यह अध्ययन उत्तराखंड के कुमाऊं और गढ़वाल क्षेत्र में किया गया है जिसमें 500 उत्तरदाताओं को शामिल किया गया है स जिसके निष्कर्ष इस प्रकार हैं-

- 2) अध्ययन से पताचला कि लॉकडाउन में ओटीटी की खपत बढ़ गई और इसका असर दर्शकों की बॉडी लैंग्वेज/हावभाव, धारणा/सोच में बदलाव, ट्रेसिंग सेंस, भाषा और बात करने के तरीके पर पड़ा।

- Debasis, Sombhushna, Ranjan, Binita, 2021. "IMPACT OF WEB SERIES IN OTT PLATFORM ON THE YOUTH IN BHUBANESWAR CITY". [Rout et al. \(2021\)](#)

प्रस्तुत शोध में वेब सीरीज का विवरण व युवाओं के नजरिए पर वेब सीरीज की विभिन्न विशेषताओं की छानबीन कर उपलब्ध किया गया है. इस अध्ययन का मुख्य उद्देश्य वेब सीरीज के प्रभाव और युवाओं पर उनके सामाजिक प्रभाव का निरीक्षण करना है जिसमें 100 उत्तरदाताओं से ऑनलाइन सर्वे के माध्यम जानकारी प्राप्त की गयी है जिसके निष्कर्ष इस प्रकार हैं -

- 1) भुवनेश्वर के युवाओं पर वेब सीरीज का बहुत बड़ा प्रभाव है। यह युवाओं का ध्यान आकर्षित करता है क्योंकि इसे ओटीटी पर प्रदर्शित किया जाता है।
- 2) यह देखा गया है कि अधिकांश युवा वेब सीरीज अंग्रेजी में देखते हैं और वे रोजाना 1 घंटे से 3 घंटे तक देखते हैं।

- Gupta, Pramit. 2021 "The factors effecting shift of Indian customers from tv series to web series- the future of Ott services in India". [Gupta \(2021\)](#)

इस शोध का उद्देश्य यह समझना और उन कारणों का विश्लेषण करना है कि क्यों भारतीय दर्शक पारंपरिक टीवी श्रृंखला से वेब श्रृंखला की ओर परिवर्तित हो रहे हैं। साथ ही इस शोध में वेब सीरीज को स्वीकार करने की दिशा में टेलीविज़न सीरीज के प्रतिस्थापन के रूप में भारत की वास्तविक स्थिति का भी पता लगाया गया है। शोध के निष्कर्ष इस प्रकार हैं -

- 1) मध्यम आयु वर्ग और वरिष्ठ आयु वर्ग में टीवी सीरीज को प्राथमिकता दी जाती है तो वहीं इसके विपरीत युवाओं में वेब सीरीज का खासा क्रेज है स वेब श्रृंखला का बेहतर कंटेंट और इसकी 24X7 उपलब्धता ने लोगों को वेब सीरीज की ओर स्थानांतरित करने के लिए प्रेरित किया है।
- 2) शोध के अनुसार वेब सीरीज का प्रचार मुख्य रूप से माउथ पब्लिसिटी माध्यम, YouTube विज्ञापन या ऑनलाइन के माध्यम से भी होता है।

- Gomathi, Christy, Dr. Vijaiatha. 2021. Viewer's perception towards 'Ott' platform during pandemic (with special reference to Coimbatore city). [Gomathi \(2021\)](#)

प्रस्तुत शोध में लॉकडाउन में ओटीटी वीडियो स्ट्रीमिंग सेवाओं की दर्शकों की संख्या बढ़ाने के प्रभाव का विश्लेषण करने की कोशिश की गयी है जिससे भारत में कंटेंट देखने के अनुभव के भविष्य का आकलन किया जा सके यह भारतीय लोगों का सिनेमा हॉल के प्रति दृष्टिकोण को फ्रेम करता है एवं देखने के अनुभव में बदलाव को चिह्नित करते हैं जिसके निष्कर्ष इस प्रकार हैं -

- 1) प्रस्तुत शोध में बताया गया है कि इंटरनेट और मोबाइल की पहुंच हर दिन बढ़ रही है। वर्तमान अध्ययन उपयोगकर्ताओं के प्रोफाइल और कंटेंट के लिए उसकी प्राथमिकताएं अलग हैं।
- 2) ओटीटी प्लेटफार्म में काफी निवेश हुआ है, पर यह कहना मुश्किल है कि ओटीटी प्लेटफार्म पारंपरिक टीवी सिस्टम की जगह ले लेंगे।

6. अध्ययन के उद्देश्य (RESEARCH OBJECTIVES)

वेब सीरीज की विषयवस्तु का विश्लेषण एवं इसको देखने की आदतों से जीवन शैली में होने वाले बदलावों एवं प्रभावों को जानने के उद्देश्य हेतु प्रस्तुत शोध का अध्ययन किया गया है स इस हेतु तीन उद्देश्यों का निर्माण किया गया है जो इस प्रकार हैं -

- 1) ओटीटी प्लेटफार्म के सन्दर्भ में दर्शकों की प्रतिक्रियाओं को जानना।
- 2) वेब सीरीज विषयवस्तु से दर्शकों की मीडिया को देखने की आदतों में होने वाले बदलावों को जानना।
- 3) माध्यम के रूप में वेब सीरीज द्वारा दर्शकों की जीवन शैली (Life Style) को प्रभावित करने वाले कारकों का विश्लेषण करना।

7. शोध प्रविधि (RESEARCH METHODOLOGY)

वेब सीरीज की विषयवस्तु का विश्लेषण एवं इसको देखने की आदतों से जीवन शैली में होने वाले बदलावों को जानने के उद्देश्य हेतु प्रस्तुत शोध का अध्ययन किया गया है। इस हेतु तीन उद्देश्यों का निर्माण किया गया था। उद्देश्यों की पूर्ति हेतु ओटीटी प्लेटफार्म पर वेब सीरीज के विभिन्न आयु, व्यवसाय, लिंग एवं क्षेत्र के दर्शकों पर वेब सीरीज की विषयवस्तु से जीवन शैली में होने बदलाव एवं प्रभाव का अध्ययन किया गया।

प्रस्तुत अध्ययन में भाग एक की प्रति पुष्टि हेतु 2011 की जनगणना के आधार पर मध्य प्रदेश के सबसे अधिक आबादी वाले चार जिलों का चयन किया गया (इंदौर, भोपाल, जबलपुर एवं सागर)। उद्देश्यपूर्ण नमूनाकरण (Purposive Sampling) लागू करते हुए चारों जिलों से अनुसूची तकनीक के माध्यम से 80 दर्शकों से डाटा एकत्रित किया गया। उक्त सभी उत्तरदाताओं में से 68 उत्तरदाताओं की अनुसूची को अध्ययन में शामिल किया गया स 12 उत्तरदाताओं द्वारा अधुरा डाटा प्रस्तुत किया गया जिसकी वजह से उन उत्तरदाताओं को अध्ययन में शामिल नहीं किया गया है।

Reliability and Validity

अनुसूची में शामिल 39 प्रश्नों की विश्वसनीयता और वैधता को Cronbach's Alpha Value के माध्यम से जांचा गया।

	N	%
Valid	68	100.0
Excluded	0	.0
Total	68	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure

Table 1

Table 1 Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.66	68

Cronbach's Alpha Value is 0.66 which is acceptable, hence the questionnaire is reliable.

8. विश्लेषण एवं व्याख्या (ANALYSIS AND INTERPRETATION)

यह अध्याय वर्तमान अध्ययन के विश्लेषण और व्याख्या से संबंधित है जिसमें वर्णनात्मक (Descriptive) शामिल हैं। वर्णनात्मक विश्लेषण (Descriptive Analysis) जिसमें आवृत्ति (Frequency) के आधार पर ओटीटी प्लेटफार्म एवं वेब सीरीज विषयवस्तु के सन्दर्भ में दर्शकों की प्रतिक्रिया का विश्लेषण किया गया है। वहीं significance differences से वेब सीरीज की विषयवस्तु के दर्शकों पर उनकी आयु, लिंग, शिक्षा एवं व्यवसाय के आधार पर जीवन शैली में होने वाले बदलावों की प्रतिपुष्टि का सांख्यिकी विश्लेषण कोरिलेशन (Correlation) के माध्यम से किया गया है। विश्लेषण को एक्सेल प्रारूप के साथ कोडिंग कर निष्पादित किया गया है और बाद की गणना SPSS सॉफ्टवेयर के माध्यम से की गयी है।

प्रस्तुत अध्ययन के इस भाग में आवृत्ति के आधार पर ओटीटी प्लेटफार्म एवं वेब सीरीज विषयवस्तु पर दर्शकों की प्रतिक्रिया का विश्लेषण किया गया है।

Table 2

Table 2 ऑनलाइन विषयवस्तु देखने के लिए वीडियो प्लेटफार्मकाप्रयोग		
Variables	Frequency	Percentage
नेटफ्लिक्स	10	14.7
अमेज़न	39	57.4
हॉटस्टार	17	25
जी-5	1	1.5
सोनी लिव	1	1.5
बालाजी	0	0
जिओ सिनेमा	0	0
वूट	0	0
Total	68	100

Figure 2

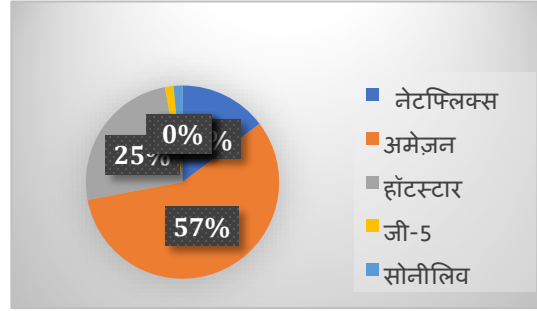


Figure 2 OTT Platform Viewership

ओटीटी प्लेटफार्म पर विषयवस्तु को देखने हेतु दर्शकों द्वारा सबसे अधिक प्रमुख ओटीटी प्लेटफार्म में से एक अमेज़न प्राइम वीडियो ओटीटी प्लेटफार्म का प्रयोग किया जाता है वहीं दर्शकों की दूसरी पसंद हॉटस्टार ओटीटी प्लेटफार्म है। इसके बाद नेटफ्लिक्स प्लेटफार्म का उपयोग किया जाता है।

Table 3

Table 3 ओटीटी प्लेटफार्म पर विषयवस्तु देखने का प्रमुख कारण		
Variables	Frequency	Percent
सूचना	4	5.9
मनोरंजन	52	76.5
एड्यूटेनमेंट	1	1.5
इंफोटेनमेंट	11	16.2
अन्य	0	0
Total	68	100

ओटीटी प्लेटफार्म जो आज मनोरंजन के सबसे बड़े माध्यमों में से एक बन गया है ऐसे में प्रस्तुत अध्ययन में भी विषयवस्तु देखने का सबसे प्रमुख कारण उत्तरदाताओं द्वारा मनोरंजन को माना गया है। वहीं इंफोटेनमेंट ओटीटी प्लेटफार्म देखने का दूसरा बड़ा कारण बना है। वहीं बहुत कम संख्या में ओटीटी प्लेटफार्म का उपयोग एड्यूटेनमेंट या फिर सूचना ग्रहण करने के लिए किया जाता है।

Table 4

Table 4 ओटीटी प्लेटफार्म में सबसे अधिक आकर्षितवस्तु		
Variables	Frequency	Percent
विषयवस्तु	31	45.6
समय की सुविधा	18	26.5
कम लागत	1	1.5
विज्ञापन ना होना	10	14.7
नियमन ना होना अन्य	8	11.8
अन्य	0	0
Total	68	100

टेलीविज़न और सिनेमा के बाद ओटीटी प्लेटफार्म एक ऐसा माध्यम बन गया है जो दर्शकों को मनोरंजन के लिए आकर्षित कर रहा है। इसके आकर्षण के विभिन्न कारण हैं जिसमें सबसे प्रमुख उसकी विषयवस्तु है जो

प्रस्तुत अध्ययन में भी दर्शकों की पहली पसंद है। वहीं उसको देखने हेतु समय की सुविधा और विज्ञापन का ना होना भी सबसे प्रमुख कारणों में से एक है।

Table 5

Table 5 ओटीटी प्लेटफार्म पर विषयवस्तु देखने हेतु वातावरण		
Variables	Frequency	Percent
एकांत में	51	75
परिवार के साथ	3	4.4
दोस्तों के साथ	11	16.2
अन्य	3	4.4
Total	68	100

ओटीटी प्लेटफार्म में उपलब्ध विषयवस्तु को देखने के वातावरण के लिए सबसे अधिक एकांत वातावरण का चयन दर्शकों द्वारा किया गया है जिससे उनके मीडिया उपभोग की आदतों में भी बदलाव हो रहे हैं। वहीं कुछ दर्शकों द्वारा दोस्तों के साथ बैठकर विषयवस्तु देखने की बात भी की गयी है।

Table 6

Table 6 ओटीटी प्लेटफार्म पर कंटेंट की शैली		
Variables	Frequency	Percent
क्राइम	16	23.5
हॉरर	12	17.6
कॉमेडी	14	20.6
ड्रामा	5	7.4
एक्शन	18	26.5
रोमांस	3	4.4
अन्य	0	0
Total	68	100

ओटीटी के सभी प्लेटफार्म पर विभिन्न शैली की विषयवस्तु उपलब्ध रहती है जिसमें दर्शकों द्वारा सबसे अधिक एक्शन शैली की विषयवस्तु दर्शकों द्वारा पसंद की गयी है। उसके बाद क्राइम और ड्रामा शैली की विषयवस्तु को दर्शकों द्वारा सभी अधिक देखा जा रहा है।

Table 7

Table 7 ओटीटी प्लेटफार्म पर विषयवस्तु के लिए फॉर्मेट		
Variables	Frequency	Percent
वेब सीरीज	48	70.6
फिल्म	20	29.4
डाक्यूमेंट्री	0	0
शोर्ट वीडियो	0	0
Total	68	100

ओटीटी के आने के साथ ही वेब सीरीज फॉर्मेट का भी आगमन हुआ जो मनोरंजन के लिए सबसे अधिक प्रचलित फॉर्मेट है। प्रस्तुत अध्ययन में भी दर्शकों द्वारा वेब सीरीज फॉर्मेट को ही सबसे अधिक पसंद किया गया है स उसके बाद फिल्म फॉर्मेट को दर्शकों द्वारा देखा जाता है।

Table 8

Table 8 वेब सीरीज पर व्यतीत होने वाला समय		
Variables	Frequency	Percent
½ से 1 घंटे	16	23.5
1 से 2 घंटे	21	30.9
2 से 3 घंटे	26	38.2
3 घंटे से अधिक	5	7.4
Total	68	100

वेबसीरीज फॉर्मेट जो ओटीटी प्लेटफार्म पर सबसे अधिक देखा जाने वाला फॉर्मेट है उसको देखने के लिए दर्शक लगभग प्रतिदिन 2 से 3 घंटा तक ओटीटी प्लेटफार्म पर व्यतीत करते हैं। जिससे दर्शकों का स्क्रीन टाइम भी काफी बढ़ गया है स कुछ दर्शक प्रतिदिन लगभग 1 से 2 घंटा प्रतिदिन इस पर व्यतीत करते हैं। वहीं कुछ दर्शकों द्वारा ओटीटी प्लेटफार्म का उपयोग सिर्फ आधे घंटे किया जा रहा है।

Table 9

Table 9 ओटीटी विषयवस्तु के लिए उपयोग होने वाले उपकरण		
Variables	Frequency	Percent
मोबाइल	55	80.9
टैब	0	0
लैपटॉप	9	13.2
डेस्कटॉप	1	1.5
टेलीविज़न	3	4.4
Total	68	100

लगातार सस्ती होती तकनीक और स्मार्ट मोबाइल के बढ़ते चलन ने वेब सीरीज विषयवस्तु की पहुँच को दर्शकों के लिए और आसन बना दिया है। प्रस्तुत अध्ययन में भी दर्शकों ने ओटीटी विषयवस्तु देखने के लिए सबसे अधिक उपयोग किये जाने वाला उपकरण मोबाइल को ही माना है। उसके बाद लैपटॉप और डेस्कटॉप को वेब सीरीज विषयवस्तु को देखने हेतु सबसे अधिक उपयोग किया जाता है।

Table 10

Table 10 ओटीटी के लिए उपयोग होने वाले उपकरण के कारण		
Variables	Frequency	Percent
पहुँच	4	5.9
उपलब्धता	26	38.2
सस्ता डाटा	7	10.3
सुविधाजनक	22	32.4
सुलभता	1	1.5
आदत	8	11.8
Total	68	100

हर व्यक्ति के पास कम से कम एक स्मार्ट मोबाइल फ़ोन की उपलब्धता है जिसकी वजह से इस इ-उपकरण को उपयोग करने की सबसे बड़ी वजह उसकी उपलब्धता को माना गया है। साथ ही यूजर फ्रेंडली होने के कारण इसको उपयोग करने की दूसरी सबसे बड़ी वजह इसका सुविधाजनक होना है।

Table 11

Table 11 ओटीटी विषयवस्तु को देखने हेतु उपयुक्त समय		
Variables	Frequency	Percent
सुबह	3	4.4
दोपहर	15	22.1
सायं	2	2.9
रात	48	70.6
Total	68	100

ओटीटी प्लेटफार्म पर विषयवस्तु देखने के लिए सबसे उपयुक्त समय दर्शकों द्वारा रात का समय चुना गया है। जिससे रात में नींद पूरी ना होने और फिर कार्य क्षमता में कमी आने की भी संभावनाएं रहती हैं। कुछ दर्शक ओटीटी विषयवस्तु दोपहर में भी देखना पसंद करते हैं।

Table 12

Table 12 ओटीटी विषयवस्तु देखने के समय का कारण		
Variables	Frequency	Percent
मन के अनुरूप	14	20.6
समय उपलब्धता	37	54.4
सुविधा	10	14.7
विषयवस्तु	7	10.3
अन्य	0	0
Total	68	100

ओटीटी विषयवस्तु को देखने के लिए चुने गए रात के समय का कारण दर्शकों द्वारा समय की उपलब्धता को बताया गया है। जबकि कुछ दर्शक मन के अनुरूप भी विषयवस्तु रात को देखना पसंद करते हैं वहीं रात में ओटीटी विषयवस्तु देखना दर्शकों के लिए सुविधाजनक भी होता है।

Table 13

Table 13 वेब सीरीज विषयवस्तु के लिए आकर्षित करने वाली बात		
Variables	Frequency	Percent
पात्र	10	14.7
स्टोरी	44	64.7
थीम	4	5.9
डायलॉग	5	7.4
जीवनवृत्ति	4	5.9
आपत्तिजनक विषयवस्तु	1	1.5
Total	68	100

किसी भी कहानी के लिए सबसे अधिक आवश्यक उसकी स्टोरी होती है। स्टोरी के आधार पर ही कहानी के पात्र, डायलॉग और थीम का निर्णय होता है। दर्शकों को भी वेब सीरीज विषयवस्तु में सबसे अधिक आकर्षित उसकी स्टोरी करती है। वहीं वेब सीरीज विषयवस्तु के पात्र और उसकी थीम दर्शकों की दूसरी पसंद है।

Table 14

Table 14 वेब सीरीज देखने हेतु प्रचार के माध्यम		
Variables	Frequency	Percent
स्वयं का अनुभव	28	41.2
दोस्तों की सलाह	16	23.5
विज्ञापन	22	32.4
अन्य	2	2.9
Total	68	100

वेब सीरीज की पहुँच और उसकी लोकप्रियता लगातार बढ़ती जा रही है ऐसे में उसके प्रचार की भी आवश्यकता काफी कम है। दर्शकों द्वारा भी स्वयं के अनुभव से ही वेब सीरीज देखने की बात मानी गयी है। वहीं विज्ञापन को देखने या दोस्तों की सलाह से भी कुछ दर्शक इसको देखने के लिए आकर्षित होते हैं।

Table 15

Table 15 बिज वाचिंग की प्रवृत्ति		
Variables	Frequency	Percent
हाँ	37	54.4
नहीं	11	16.2
कभी-कभी	20	29.4
Total	68	100

बिज वाचिंग के लगातार बढ़ते चलन ने भी दर्शकों को इसका आदि बना दिया है। जिससे उनके ऊपर मानसिक और व्यवहारपरक प्रभाव देखने को मिल सकते हैं। प्रस्तुत अध्ययन में भी आधे से अधिक दर्शकों ने बिज वाचिंग का अदि होने की बात को मन है वहीं कुछ दर्शक कभी-कभी बिज वाचिंग करते हैं।

Table 16

Table 16 बिज वाचिंग के कारण		
Variables	Frequency	Percent
क्लिफहेंगर (Cliffhanger)	17	25
एक साथ सभी एपिसोड उपलब्ध	29	42.6
समय की पाबंदी ना होना	10	14.7
सबसे पहले देखने की होड़	12	17.6
अन्य	0	0
Total	68	100

जिस प्रकार टेलीविज़न में एक धारावाहिक के प्रसारण का प्रतिदिन एक तय समय होता है यह पाबन्दी वेब सीरीज फॉर्मेट नहीं रहती है। इस फॉर्मेट में सभी एपिसोड एक साथ दर्शकों के लिए उपलब्ध कर दिए जाते हैं। यही अधिकतर दर्शकों के अनुसार बिज वाचिंग का सबसे बड़ा कारण है वेब सीरीज के सभी एपिसोड का एक साथ उपलब्ध होना। वहीं क्लिफहेंगर संकल्पना जिसमें हर एपिसोड का नाटकीय या रोमांचक अंत किया जाता है जिसके कारण दर्शक एक ही बैठक में जल्द से जल्द एक वेब सीरीज को पूरा देखने की होड़ ने भी बिज वाचिंग को बढ़ावा दिया है। जिससे उसके मानसिक और व्यवहारिक प्रभाव भी दर्शकों पर देखने को मिलते हैं।

Table 17

Table 17 वेब सीरीज विषयवस्तु से जीवन में होने वाले बदलाव एवं प्रभाव						
प्र.क्र.	प्रश्न (पूर्णतः सहमत, सहमत, तटस्थ, असहमत, पूर्णतः असहमत)	पू.स.	स.	त.	अ.	पू.अ.
1.	वेबसीरीज में आपत्तिजनक विषयवस्तु की अधिकता है।	8	12	9	34	5
2.	वेबसीरीज में उपलब्ध विषयवस्तु पूरे परिवार के साथ बैठ कर देख सकते हैं।	10	27	10	20	1
3.	हिंसात्मक व अश्लील दृश्य वेब कंटेंट की विषयवस्तु का अनिवार्य हिस्सा हैं।	6	15	4	19	24
4.	वेब सीरीज में हिंसात्मक दृश्य देखने के बाद आपके मन में इस तरह के कार्य करने की प्रवृत्ति जागृत होती है।	3	24	2	18	21
5.	वेब सीरीज में अल्कोहल या स्मोकिंग दृश्य देखने के बाद आपके मन में इस तरह के कार्य करने की प्रवृत्ति जागृत होती है।	14	25	7	16	6
6.	वेब सीरीज में नारी को वस्तु के रूप में प्रस्तुत किया जाता है।	23	34	2	8	1
7.	वेब सीरीज के माध्यम से समलैंगिकता का सामान्यीकरण किया जा रहा है।	24	30	9	2	3
8.	वेब सीरीज विषयवस्तु में आपत्तिजनक दृश्य व भाषा का प्रयोग होता है।	18	26	8	12	4
9.	वेब सीरीज देखने से भाषा शैली प्रभावित होती है।	18	24	8	12	6
10.	वेब सीरीज विषयवस्तु देखने से हमारे खान-पान सम्बन्धी व्यवहार पर प्रभाव पड़ता है।	13	35	12	6	2
11.	वेब सीरीज विषयवस्तु हमारी परिवर्तित वेशभूषा (पश्चिमी) के करक हैं।	31	27	3	4	3
12.	वेब सीरीज विषयवस्तु में पूर्व वैवाहिक, विवाहोत्तर सम्बंध, लीव-इन सम्बन्धों का सामान्यीकरण किया जा रहा है।	15	21	7	15	10
13.	वेब सीरीज देखने के दौरान अगर कोई व्यवधान होता है तो उसके कारण मन में क्रोध या चिढ़ का आभास होता है।	22	23	2	12	9
14.	वेब सीरीज देखने के कारण किसी निर्धारित आवश्यक कार्य को लंबित किया है।	10	44	4	5	4
15.	नींद में कमी	19	35	3	10	1
16.	अकेलापन/डिप्रेशन	4	14	11	31	8
17.	रात में देर तक जागना	22	42	2	2	0
18.	कार्य क्षमता में कमी	11	38	4	14	1
19.	रिश्तों में तनाव	2	14	12	31	9
20.	समाज विरोधी व्यवहार	4	7	12	30	15
21.	कामुक व्यवहार में वृद्धि	11	28	4	16	9

9. निष्कर्ष

- 1) निष्कर्ष से यह स्पष्ट होता है कि युवा आयु वर्ग ओटीटी प्लेटफार्म को मनोरंजन के नए माध्यम के रूप में स्वीकार कर रहा है। परन्तु वेब सीरीज जैसी विषयवस्तु को एक बार में पूरा देखने (बिज वाचिंग) के कारण रात में देर तक जागकर एकांत में विषयवस्तु देखने से दर्शकों की, विशेषकर युवाओं की जीवन शैली और व्यवहार में बड़े बदलाव देखने को मिल रहे हैं जैसे उनकी नींद एवं कार्य क्षमता में कमी होना, कामुक व्यवहार में वृद्धि होना इत्यादि शामिल हैं।
- 2) ओटीटी प्लेटफार्म और उसकी विषयवस्तु की प्रतिक्रिया पर दर्शकों ने अमेज़न ओटीटी प्लेटफार्म को सबसे अधिक पसंद किया एवं वेब सीरीज फॉर्मेट को सबसे अधिक देखने की बात को स्वीकारा।

समय की बात करें तो अधिकतर दर्शक लगभग 2-3 घंटा प्रतिदिन ओटीटी देखने में व्यतीत करते हैं तो वहीं इसको देखने का समय रात का होता है और ओटीटी में प्रस्तुत विषयवस्तु को वह परिवार या दोस्तों बजाय एकांत में देखना पसंद करते हैं।

- 3) ओटीटी विषयवस्तु देखने के लिए मोबाइल उपकरण का उपयोग सबसे अधिक दर्शकों द्वारा किया जाता है जो दर्शकों के लिए काफी सुविधाजनक भी होता है। वेब सीरीज विषयवस्तु में सबसे अधिक स्टोरी और पात्र के आधार पर उसको पसंद किया जाता है तो वहीं विज्ञापन उसकी पहुँच का सबसे बड़ा कारण है। साथ ही ओटीटी प्लेटफार्म पर वेब सीरीज के सभी एपिसोड एक साथ उपलब्ध होने के कारण बिज वाचिंग की प्रवृत्ति तेजी से दर्शकों में बढ़ रही है।
- 4) वेब सीरीज विषयवस्तु में कामुक कंटेंट, कलुषित भाषा शैली और स्मॉकिंग/अल्कोहल के सेवन के दृश्यों का दृश्यांकन वेब सीरीज के मुख्य कलाकार के ऊपर ही दृश्यांकित किया गया है जिससे उसको आत्मसात करने की आशंका और अधिक बढ़ जाती है। समलैंगिकता और विवाह पूर्व संबंधों का सामान्यीकरण करने की बात को दर्शकों ने स्वीकार किया। वेब सीरीज विषयवस्तु के कारण खान-पान में बदलाव और उनके पहनावे में बदलाव व प्रभाव की बात को दर्शकों ने अस्वीकार किया। परन्तु वेब सीरीज विषयवस्तु के कारण कामुक व्यवहार में वृद्धि और रिश्तों में तनाव जैसे प्रभाव को कहीं ना कहीं सही साबित किया है जो मीडिया के व्यापक प्रभाव में से एक है।
- 5) ओटीटी प्लेटफार्म के इन्टरनेट से सीधे मोबाइल पर उपलब्ध होने से दर्शकों के कंटेंट देखने की प्रवृत्ति में भी बदलाव आ रहा है स पहले जहाँ घर पर एक टीवी हुआ करता था जिसमें पूरा परिवार बैठकर कंटेंट देखते थे वहीं अब घर के हर सदस्यों के पास एक-एक मोबाइल है जिसे वह एकांत में देखना पसंद कर रहा है स जिससे उनके बीच संवाद तो कम हुआ ही परन्तु उनके व्यवहार में भी बदलाव देखने को मिल रहे हैं जिसमें चिड़चिड़ापन व मानसिक रूप से परेशान होना शामिल है।

10. अध्ययन की सीमाएं (LIMITATIONS OF THE STUDY)

इस अध्ययन में दो ओटीटी प्लेटफार्म के वेब सीरीज वर्ग का विश्लेषण किया गया है। जिससे अन्य ओटीटी प्लेटफार्म की विषयवस्तु के प्रभाव इस अध्ययन में शामिल नहीं हो पायेंगे। अन्य शैली जैसे कॉमेडी, एक्शन, हॉरर इत्यादि को इस अध्ययन में शामिल नहीं किया गया है ओटीटी प्लेटफार्म के प्रति दर्शकों प्रभाव के अध्ययन हेतु राज्य के सिर्फ चार जिलों को सैंपलिंग के रूप में शामिल किया गया है स हालांकि शीर्षक में राज्य को कवर किया गया है स्थान की आसान पहचान के लिए अनुसंधान केवल मध्य प्रदेश के चार जिलों तक सीमित है। ऐसे में परिणाम मध्य प्रदेश के अन्य हिस्सों या भारत के सभी दर्शकों के विचारों को प्रतिबिंबित नहीं कर सकेंगे।

CONFLICT OF INTERESTS

None.

ACKNOWLEDGMENTS

None.

REFERENCES

- Ahuja, R., (2020). A Study of Effects of Web Series and Streaming. *International Journal of Creative Research Thoughts*, 8(9).
- Anon, (n.d.). [Online].
- Bimber, B., (1990). Karl Marx and the Three Faces of Technological Determinism. *Social Studies of Science*, 20(2), 333- 351. <http://www.jstor.org/stable/285094>.
- De', R., Pandey, N., & Pal, A. (2020). Impact of Digital Surge During Covid-19 Pandemic : A Viewpoint on Research and Practice. *International Journal of Information Management*, 55. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102171>.
- Exchange4Media (2020). [Online]. [Accessed 10 Feb 2021].
- FICCI (2020). Ficci Frames 2020 : How Ott Transformed into a Mainstream Media Platform from a Niche Platform, Delhi : Financial Express.
- Gomathi, V. C. (2021). Viewer'S Perception Towards 'OTT' Platform During Pandemic (With Reference To Coimbatore City). *International Journal of Creative Research Thoughts (IJCRT)*, 9(8), 593-603.
- Gupta, P. (2021). The Factors Effecting Shift of Indian Customers from Tv Series to Web Series- The Future of Ott Services in India. *EPRA International Journal of Multidisciplinary Research (IJMR)*, 7(2). <https://ssrn.com/abstract=4146870>.
- IBEF (2021). Media And Entertainment, India : Sutherland Global Services Private Limited.
- LawInsider (2018). [Online]. [Accessed 18 Jan 2022].
- Madnani, D., Fernandes, S., and Madnani, N. (2020). Analysing the Impact of COVID-19 on Over-The-Top Media Platforms in India. *International Journal of Pervasive Computing and Communications*, 16(5), 457-475. <https://doi.org/10.1108/IJPC-07-2020-0083>
- McLuhan, M. (1994). *Understanding Media : The Extensions of Man*. London : The MIT Press.
- Negi, V., and Gupta, S. G (2022). Impact of Over-the-Top (OTT) Platform on the Changing Lifestyle of Youth Residing in Uttarakhand During Covid-19 Pandemic Lockdown. *Journal of Positive School Psychology*, 6(4).
- Rout, D., Mishra, S. J., Kantha, R., and Majhi, B. (2021). Impact of Web Series in Ott Platform on the Youth on Bhubaneswar City, 6(11), 8-13.
- Sequence and Scene Definition (n.d.).
- Wikipedia (2022, june 29). In Wikipedia.