

ओटीटी (OTT) प्लेटफॉर्म के बढ़ते चलन को 'यूजेस एंड ग्रेटिफिकेशन' थ्योरी के संदर्भ में समझाए। ओटीटी (OTT) प्लेटफॉर्म—जैसे नेटफ्लिक्स, अमेज़न प्राइम और हॉटस्टार—के बढ़ते चलन को समझने के लिए 'यूजेस एंड ग्रेटिफिकेशन' (Uses and Gratification - U&G) थ्योरी एक बेहतरीन चश्मा है। पारंपरिक मीडिया (जैसे टीवी या रेडियो) में दर्शक 'पैसिव' (Passive) होता था, लेकिन यह थ्योरी मानती है कि ओटीटी के दौर में दर्शक 'एक्टिव' है। वह अपनी खास जरूरतों को पूरा करने के लिए जानबूझकर मीडिया चुनता है।

इसे मुख्य बिंदुओं में समझा जा सकता है:

1. संज्ञानात्मक आवश्यकताएं (Cognitive Needs) लोग जानकारी और ज्ञान हासिल करने के लिए ओटीटी का उपयोग करते हैं।

\* विविधता: ओटीटी पर डॉक्यूमेंट्रीज़ और ऐतिहासिक सीरीज़ की भरमार है।

\* नियंत्रण: दर्शक अपनी मर्जी से 'क्या' और 'कब' देखना है, यह तय करता है, जो उसे पारंपरिक टीवी के मुकाबले अधिक मानसिक संतुष्टि देता है।

2. भावनात्मक आवश्यकताएं (Affective Needs) यह भावनाओं, आनंद और खुशी से जुड़ी हैं।

\* व्यक्तिगत अनुभव: ओटीटी प्लेटफॉर्म एल्गोरिदम का उपयोग करके आपकी पसंद के हिसाब से सुझाव (Recommendations) देते हैं, जिससे दर्शक को लगता है कि यह कंटेंट 'सिर्फ उसके लिए' है।

\* इमर्सिव एक्सपीरियंस: बिना विज्ञापन (Ad-free) के देखने का अनुभव भावनात्मक जुड़ाव को गहरा करता है।

### 3. व्यक्तिगत पहचान (Personal Identity)

दर्शक अक्सर उन किरदारों या कहानियों को देखना पसंद करते हैं जिनसे वे खुद को जोड़ सकें।

\* प्रतिनिधित्व: ओटीटी पर अक्सर वे विषय दिखाए जाते हैं जो मुख्यधारा के सिनेमा में छूट जाते हैं। इससे दर्शकों को अपनी पहचान और मूल्यों को सुदृढ़ करने में मदद मिलती है।

### 4. सामाजिक एकीकरण (Social Integrative Needs)

समाज और दोस्तों के साथ जुड़े रहने की जरूरत।

\* चर्चा का विषय: "क्या तुमने वह सीरीज देखी?"— सोशल मीडिया और दोस्तों के बीच बातचीत का हिस्सा बनने के लिए लोग ट्रेंडी कंटेंट देखते हैं।

\* वर्चुअल कम्युनिटी: ओटीटी प्लेटफॉर्म ने वैश्विक स्तर पर एक ऐसी कम्युनिटी बनाई है जहाँ लोग एक ही शो पर पूरी दुनिया के साथ चर्चा कर सकते हैं।

### 5. तनाव से मुक्ति (Escapism / Tension Release)

दैनिक जीवन की भागदौड़ और तनाव से बचने के लिए ओटीटी एक 'एस्केप रूट' प्रदान करता है।

\* बिंज वॉचिंग (Binge-watching): एक के बाद एक एपिसोड देखना व्यक्ति को अपनी समस्याओं से कुछ समय के लिए पूरी तरह दूर ले जाता है, जो एक बड़ा 'ग्रेटिफिकेशन' (संतुष्टि) है।

निष्कर्ष:

'यूजेस एंड ग्रेटिफिकेशन' थ्योरी के अनुसार, ओटीटी इसलिए सफल नहीं है क्योंकि वह उपलब्ध है, बल्कि इसलिए सफल है क्योंकि वह दर्शकों की उन्मनोवैज्ञानिक और सामाजिक जरूरतों को पूरा करता है जिन्हें पारंपरिक टीवी पूरा करने में असमर्थ था। 'कंटेंट किंग' तो है ही, लेकिन 'दर्शक सर्वेसर्वा' है।