PIB Headquarters

ಟೆಲಿವಿಶನ್ ಕ್ರಾಂತಿಯ ಪಯಣ

Posted On: 08 AUG 2017 4:29PM by PIB Bengaluru

ವಿಶ್ವದ ಮೊದಲ ಟೆಲಿವಿಶನ್ ಸೇವೆಯನ್ನು 1936 ರಲ್ಲಿ ಬ್ರಿಟಿಶ್ ಬ್ರಾಡ್ ಕಾಸ್ಟಿಂಗ್ ಕಾರ್ಪೋರೇಶನ್ (ಬಿಬಿಸಿ) ಆರಂಭಿಸಿದ ಸರಿಸುಮಾರು ಎರಡು ದಶಕಗಳ ಬಳಿಕ, ಭಾರತದಲ್ಲಿ 1959 ರಸೆಪ್ಟೆಂಬರ್ 15 ರಂದು ದಿಲ್ಲಿಯಲ್ಲಿ ಟೆಲಿವಿಶನ್ ಸೇವೆ ಆರಂಭಗೊಂಡಿತು. ಯುನೆಸ್ಕೋ ಸಹಾಯದಿಂದ ಇದನ್ನು ಆರಂಭ ಮಾಡಲಾಯಿತು. ಮೊದಲು ವಾರಕ್ಕೆರಡು ಬ

1961 ರಲ್ಲಿ ಶಾಲಾ ಶಿಕ್ಷಣ ಟೆಲಿವಿಶನ್ (ಎಸ್.ಟಿ.ವಿ) ಯೋಜನೆಯನ್ನು ಸೇರಿಸಿ ಪ್ರಸಾರವನ್ನು ವಿಸ್ತರಿಸಲಾಯಿತು. ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಮೊದಲ ಬಾರಿಗೆ ಟೆಲಿವಿಶನ್ ಸೇವೆಯ ಪ್ರಮುಖವಾದ ವಿಸ್ತರಣೆಆರಂಭಗೊಂದದ್ದು 1972 ರಲ್ಲಿ, ಮುಂಬಯಿಯಲ್ಲಿ ಎರಡನೇ ಟೆಲಿವಿಶನ್ ಕೇಂದ್ರ ಆರಂಭಗೊಂಡಾಗ. ಇದನ್ನು ಅನುಸರಿಸಿ ಶ್ರೀನಗರ ಮತ್ತು ಅಮೃತಸರಗಳಲ್ಲಿ 19

ಮೊದಲ 17 ವರ್ಷ ಟೆಲಿವಿಶನ್ ಪ್ರಸಾರ ನಿಂತು ನಿಂತು ವಿಸ್ತರಣೆಗೊಂಡಿತು ಮತ್ತು ಪ್ರಸಾರ ಕಪ್ಪು-ಬಿಳುಪಿನಲ್ಲಿತ್ತು.. 1976ರಲ್ಲಿ,
8 ಟೆಲಿವಿಶನ್ ಕೇಂದ್ರಗಳ ಜಾಲದ ಮೂಲಕ 75,000 ಚದರಕಿಲೋಮೀಟರ್ ವ್ಯಾಪ್ತಿಯಲ್ಲಿ ಹರಡಿರುವ 45 ಮಿಲಿಯನ್ ಜನರನ್ನು ಅದು ತಲುಪುತ್ತಿತ್ತು. ಆಕಾಶವಾಣಿಯ ಭಾಗವಾಗಿ ಇಂತಹ ವಿಸ್ತಾರವಾದ ಟೆಲಿವಿಶನ್ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಆಡಳಿತ ನಿರ್ವಹಣೆಯಲ್ಲಿಎದುರಾದ ಸಮಸ್ಯೆಗಳ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ, ಸರಕಾರವು ಮಾಹಿತಿ ಮತ್ತು ಪ್ರಸಾರ ಸಚಿವಾಲಯದ ಅಡಿಂ

1970ರ ಮಧ್ಯಭಾಗದಿಂದ ಭಾರತದ ಟೆಲಿವಿಶನ್ ಬೆಳವಣಿಗೆಯಲ್ಲಿ ಮೂರು ಜ್ವಲನ ಬಿಂದುಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸಬಹುದು.ಇವುಗಳಿಂದಾಗಿ ಟೆಲಿವಿಶನ್ ಅದ್ಭುತವಾಗಿ ಬೆಳವಣಿಗೆಯಾಯಿತು.
1975ರಆಗಸ್ಟ್ಮತ್ತು 1976 ರ ಜುಲೈ ತಿಂಗಳಲ್ಲಿ ನಡೆಸಲಾದ ಉಪಗ್ರಹ ಸೂಚಿತ ಟೆಲಿವಿಶನ್ ಪ್ರಯೋಗ (ಸೈಟ್) ಮೊದಲ ಜ್ವಲನ ಬಿಂದು. ಇದರಲ್ಲಿ 6 ರಾಜ್ಯಗಳ ಗ್ರಾಮಗಳಲ್ಲಿ ಶೈಕ್ಷಣಿಕಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳನ್ನು ಪ್ರಸಾರ ಮಾಡಲು ಇದರಡಿ ಉಪಗ್ರಹವನ್ನು ಬಳಕೆ ಮಾಡಲಾಯಿತು. ಇದರ ಉದ್ದೇಶ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗಾಗಿ ಟೆಲಿವಿಶನ್ ಅನ್ನು ಬಳಕೆ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವುದಾ
1982 ರಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯಾರಂಭ ಮಾಡಿತು. ಇದರಿಂದ ದೂರದರ್ಶನದ ಎಲ್ಲಾ ಪ್ರಾದೇಶಿಕ ಕೇಂದ್ರಗಳ ಜಾಲ ರೂಪಿಸುವುದಕ್ಕೆ ಸಾಧ್ಯವಾಯಿತು. ಇದೇಮೊದಲ ಬಾರಿಗೆ ದೂರದರ್ಶನಕ್ಕೆ “ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮ” ಎಂದು ದಿಲ್ಲಿಯಿಂದ ಇತರ ಎಲ್ಲಾ ಕೇಂದ್ರಗಳಿಗೆ ಸರಬರಾಜಾಗುವ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮವನ್ನು ಬಿತ್ತರಿಸಲು ಸಾಧ್ಯವಾಯಿತು.
1982ರನವೆಂಬರ್ ತಿಂಗಳಲ್ಲಿ ದೇಶವು ಏಶ್ಯನ್ ಗೇಮ್ಸ್ ಆತಿಥ್ಯ ವಹಿಸಿಕೊಂಡಿತು ಮತ್ತು ಸರಕಾರ ವರ್ಣ ಪ್ರಸಾರವನ್ನು ಈ ಕ್ರೀಡಾಕೂಟದ ಪ್ರಸಾರಕ್ಕಾಗಿ ಆರಂಭಿಸಿತು.

80’ರ ದಶಕ ದೂರದರ್ಶನದ ಶಕೆ. ಹಂ ಲೋಗ್ (1984), ಬುನಿಯಾದ್ (1986-87) ಪ್ರಸಾರವಾದವು. ಪುರಾಣಾಧಾರಿತ ಧಾರಾವಾಹಿ ರಾಮಾಯಣ (1997-98) ಮತ್ತು ಮಹಾಭಾರತ (1988-
89)ನ್ನು ಮಿಲಿಯಾಂತರ ಜನರು ದೂರದರ್ಶನದಲ್ಲಿ ವೀಕ್ಷಿಸಿದರು. ಇಂದು ಸುಮಾರು 1400 ಭೂಕೇಂದ್ರಿತ ಪ್ರಸಾರಕಗಳ ಜಾಲದ ಮೂಲಕ ಭಾರತದ ಜನಸಂಖ್ಯೆಯ 90%ಗೂ ಅಧಿಕ ಜನರುದೂರದರ್ಶನ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳನ್ನು ಪಡೆಯುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಮೂರನೇ ಪ್ರಬಲ ತಿರುವು ಲಭಿಸಿದ್ದು ’90ರ ದಶಕದ ಆದಿಯಲ್ಲಿ. ವಿದೇಶೀ ವಾಹಿನಿಗಳಾದ ಸಿಎನ್ ಎನ್

ಟ್ರಾಯ್ ಬಿಡುಗಡೆ ಮಾಡಿರುವ 2015-16 ನೇ ಸಾಲಿನ ವಾರ್ಷಿಕ ವರದಿ ನೋಡಿದರೆ, ಅದು ಭಾರತವು ಚೀನಾ ಬಳಿಕ ಎರಡನೇ ಅತಿ ದೊಡ್ಡ ಟಿ.ವಿ. ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಹೊಂದಿರುವುದನ್ನುಸ್ಪಷ್ಟಪಡಿಸುತ್ತದೆ. ಉದ್ಯಮ ವಲಯದ ಅಂದಾಜಿನ ಪ್ರಕಾರ,
2016ರ ಮಾರ್ಚ್ ಅಂತ್ಯದವರೆಗೆ ಇದ್ದ 2,841 ಮಿಲಿಯನ್ ಮನೆಗಳ ಪೈಕಿ ಸುಮಾರು 1,811 ಮಿಲಿಯನ್ ಮನೆಗಳುದೂರದರ್ಶನ ಜಾಲದ ಜತೆಗೆ ಕೇಬಲ್ ಟಿ.ವಿ. ಡಿಟಿಎಚ್, ಐಪಿಟಿವಿ ಮೂಲಕ ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳುತ್ತಿವೆ. ಪಾವತಿ ಮೂಲಕ ಟಿ.ವಿ. ಸೇವೆ ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳುತ್ತಿರುವ (ಪೇ ಟಿ.ವಿ.) ಲೋಕದಸಂಖ್ಯೆಯಲ್ಲಿ ಸುಮಾರು 1021 ಮಿಲಿಯ
88.64 ಮಿಲಿಯನ್ ನೊಂದಾಯಿತ ಡಿಟಿಎಚ್ ಚಂದಾದಾರರಾಗಿದ್ದಾರೆ.
(ಇದರಲ್ಲಿ 58.53 ಮಿಲಿಯನ್ಮಂದಿ ಸಕ್ರಿಯ ಚಂದಾದಾರರು) ಮತ್ತು ಸುಮಾರು ಅರ್ಧ ಮಿಲಿಯನ್ ಐಪಿಟಿವಿ ಚಂದಾದಾರರು. ದೂರದರ್ಶನದ ಭೂಮಿಯ ಮೇಲಿನ ಕೇಂದ್ರಗಳ ಟಿ.ವಿ. ಜಾಲ ಭೂಮಿಯ ಮೇಲಿನಪ್ರಸಾರಕಗಳ ಮೂಲಕ 92.62% ಜನರನ್ನು ತಲುಪುತ್ತಿದೆ.

ಇಲ್ಲಿ 48 ಶುಲ್ಕ ಆಧಾರಿತ ಪ್ರಸಾರಕರಿದ್ದಾರೆ. ಅಂದಾಜು 60,000 ಕೇಬಲ್ ಆಪರೇಟರ್ ಗಳು, 6,000 ಬಹು ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಆಪರೇಟರ್ ಗಳು, (ಎಂಎಸ್ ಓಗಳು), ಶುಲ್ಕ ಮೂಲಕಕಾರ್ಯಾಚರಿಸುವ 6 ಡಿಟಿಎಚ್ ಆಪರೇಟರುಗಳು,ಮತ್ತು ಇದರ ಜತೆಗೆ ಉಚಿತ ಡಿಟಿಎಚ್ ಸೇವೆ ಒದಗಿಸುವ ಸಾರ್ವಜನಿಕ ರಂಗದ ಪ್ರಸಾರಕ ದೂರದರ್ಶನವೂ ಇದೆ.
2015-16 ಹಣಕಾಸುವರ್ಷದ ಅಂತ್ಯದ ವೇಳೆಗೆ ಮಾಹಿತಿ ಮತ್ತು ಪ್ರಸಾರ ಮಂತ್ರಾಲಯದಲ್ಲಿ ನೊಂದಾಯಿತ 869 ಟಿ.ವಿ.ಚಾನೆಲುಗಳಲ್ಲಿ 205 ಸ್ಟಾಂಡರ್ಡ್ ಡೆಫಿನೇಶನ್ (ಎಸ್.ಡಿ) ಪಾವತಿ ವಾಹಿನಿಗಳು (ಇದರಲ್ಲಿ5 ಜಾಹೀರಾತುಗಳ ಉಚಿತ ವಾಹಿನಿಗಳೂ ಸೇರಿವೆ.) ಮತ್ತು 58 ಹೈ ಡೆಫಿನೇಶನ್ (ಎಚ್ ಡಿ.) ಶುಲ್ಕ ಪಾವತಿ ವಾಹಿನಿಗಳು.

2014-15ರಲ್ಲಿ 4,75,003 ಕೋಟಿ ರೂ.ಗಳಷ್ಟಿದ್ದ ಭಾರತೀಯ ಟೆಲಿವಿಶನ್ ಉದ್ಯಮ 2015-16 ರಲ್ಲಿ 5,42,003 ಕೋಟಿ ರೂ.ಗಳಿಗೆ ವೃದ್ದಿಯಾಗಿ ಸುಮಾರು ಶೇ.14.10ರಷ್ಟು ಬೆಳವಣಿಗೆ ದಾಖಲಿಸಿತು. ಚಂದಾದಾರಿಕೆ ಮೂಲಕ ಆದಾಯ ಉದ್ಯಮದ ಒಟ್ಟು ಆದಾಯದಲ್ಲಿ ಸಿಂಹಪಾಲು ಆಗಿದೆ. 2014-
15ರಲ್ಲಿ 3,20,003 ಕೋಟಿ ರೂ.ಗಳಷ್ಟಿದ್ದ ಚಂದಾದಾರಿಕೆ ಮೂಲದ ಆದಾಯ 2015-16 ರಲ್ಲಿ 3,61,003 ಕೋಟಿ ರೂ.ಗಳಿಗೆ ಏರಿದೆ. ಅದೇ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಜಾಹೀರಾತು ಮೂಲದ ಆದಾಯ 2014-15ರಲ್ಲಿ 1,55,003 ಕೋಟಿ ರೂ.ಗಳಷ್ಟಿದ್ದದ್ದು 2015-16ರಲ್ಲಿ 1,81,003
ಕೋ.ರೂ.ಗಳಿಗೆ ಏರಿದೆ. ಕಳೆದ ದಶಕ ಕೇಬಲ್ ಮತ್ತು ಉಪಗ್ರಹ ಟಿ.ವಿ.(ಸಿ.ಮತ್ತು ಎಸ್) ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಪ್ರಮುಖ ಬದಲಾವಣೆಗಳಿಗೆ ಸಾಕ್ಷಿಯಾಯಿತು. ಅತ್ಯಂತ ಪ್ರಮುಖ ಬೆಳವಣಿಗೆಎಂದರೆ ಭಾರತದ ಟಿ.ವಿ. ವಲಯದ ಡಿಜಿಟಲೀಕರಣ.

ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಟೆಲಿವಿಶನ್ ಭವಿಷ್ಯ

ಏಷ್ಯಾ ಫೆಸಿಫಿಕ್ ವಲಯದಲ್ಲಿ ಚಂದಾದಾರರ ಸಂಖ್ಯೆಯನ್ನು ಗಣನೆಗೆ ತೆಗೆದುಕೊಂಡರೆ ಭಾರತ ಅತಿ ಹೆಚ್ಚು ಸಂಖ್ಯೆಯ ಚಂದಾದಾರರು ಇರುವ ಎರಡನೇ ಅತಿದೊಡ್ಡ ಟೆಲಿವಿಶನ್ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಾಗಿದೆ. ಟೆಲಿವಿಶನ್ ಜಾಹೀರಾತಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ 2020 ರವರೆಗೆ ಎರಡಂಕಿಯ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ದಾಖಲಿಸುವ ಕೆಲವೇ ಕೆಲವು ರಾಷ್ಟ್ರಗಳಲ್ಲಿ ಭಾರತವು ಒಂದಾಗಿರಲಿದೆ. ಒಂ
2020ರವರೆಗೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿಮುಂಚೂಣಿ ಪಾತ್ರ ವಹಿಸಲಿದೆ. ಮಾತ್ರವಲ್ಲ ಡಿಜಿಟಲೀಕರಣದಿಂದ ಟೆಲಿವಿಶನ್ ವಾಹಿನಿಗಳ ಸಂಖ್ಯೆಯಲ್ಲಿ ಭಾರೀ ಹೆಚ್ಚಳವಾಗಿದ್ದು, ಸಂಖ್ಯೆ 800 ದಾಟಿದೆ. ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಟೆಲಿವಿಶನ್ ಪ್ರಸ್ತುತಶೇ.61ರಷ್ಟು ಜನರನ್ನು ತಲುಪುತ್ತಿದ್ದು, ಈ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳು ಇನ್ನೂ ಬೆಳವಣಿಗೆ ಮತ್ತು ವಿಸ್ತರಣೆಗೆ ಅವಕಾಶ ಇರುವುದನ್ನು ಹೇಳುತ್ತವೆ.

ಭಾರತೀಯ ಮಾಧ್ಯಮ ಮತ್ತು ಮನೋರಂಜನೆ (ಎಂ ಆಂಡ್ ಇ) ಉದ್ಯಮ ಹಾಲಿ ಶೇ.10.5ರಷ್ಟು ಒಟ್ಟು ವಾರ್ಷಿಕ ಬೆಳವಣಿಗೆ ದರದಿಂದ 2021ರ ವೇಳೆಗೆ 45.1 ಬಿಲಿಯನ್ ಡಾಲರ್ತಲುಪಲಿದೆ. ಪ್ರಸ್ಥುತ ಇದು 27.3 ಬಿಲಿಯನ್ ಡಾಲರಿನಷ್ಟಿದೆ ಎನ್ನುತ್ತದೆ ಪ್ರೈಸ್ ವಾಟರ್ ಹೌಸ್ ಕೂಪರ್ಸ್ (ಪಿಡಬ್ಲಿಯುಸಿ) ಎಂಬ ಸಲಹಾ ಸಂಸ್ಥೆಯು ಬಿಡುಗಡೆ ಮಾಡಿದ
’ಜಾಗತಿಕಮನೋರಂಜನೆ ಮತ್ತು ಮಾಧ್ಯಮ ಮುನ್ನೋಟ

****

(Release ID :169686)

(Release ID: 1498819) Visitor Counter : 4

This link will take you to a webpage outside this websiteinteractive page. Click OK to continue.Click Cancel to stop :   http://pib.nic.in/newsite/efeatures.aspx