REVIEW OF RESEARCH
IMPACT FACTOR : 5.7631(UIF) UGC APPROVED JOURNAL NO. 48514 ISSN: 2249-894X
VOLUME - 8 | ISSUE - 7 | APRIL - 2019

भारतीय टेलीविजन चैनलों में बिजनेस चैनलों की स्थिति और संभावनाएं

डॉ. अमिता
असिस्टेंट प्रोफ़ेसर , पत्रकारिता एवं जनसम्प्रेषण विभाग
काशी हिन्दू विश्वविद्यालय, वाराणसी.

विशिष्ट शब्द: मीडिया, टेलीविजन, बिजनेस चैनल

भूमिका:

भारत में जब नब्बे के दशक के बाद सेटेलाईट चैनलों का आगमन हो रहा था उसी दौर में भारत में भूमंडलीकरण और नयी आर्थिक नीति भी साथ साथ आ रही थी. भारतीय टेलीविज़न के इतिहास का यह एक बहुत बड़ा आश्चर्यजनक तथ्य है कि इस बड़े आर्थिक परिवर्तन ने जहाँ टेलीविज़न चैनलों के अर्थशास्त्र और व्यापार में मूलभूत परिवर्तन लाया था वहीँ सन्देश के स्तर पर बिजनेस Genre का कोई चैनल नहीं आ पाया. हालाँकि बिजनेस से सम्बंधित ख़बरों को समाचार चैनलों के साथ संबद्ध कर प्रसारित किया जाता रहा. आज भारतीय टेलीविज़न पर कई चैनलों का प्रसारण होता है. इन चैनलों को हम विभिन्न वर्गों में बाँट सकते हैं जैसे – न्यूज, स्पोर्ट्स, फिल्म, एंटरटेनमेंट आदि.इन चैनलों में से बिजनेस चैनल का कोई अपना वर्ग नहीं है और तो और बिजनेस चैनलों की संख्यां 10 से भी कम हैं.इस तरह मीडिया की आर्थिक संरचना में गुणात्मक से लेकर मात्रात्मकबदलाव के अंतर्गतआर्थिक सन्देश के स्तर पर बहुत कम मात्रात्मक परिवर्तन देखने को मिलता है जिसके विकास पर ध्यान देने की आवश्यकता है. एक ओर 21 वीं सदी में भारत विश्व की आर्थिक शक्ति के रूप में उभर रहा है वहीँ दूसरी ओर विडम्बना है कि उसी देश में बिजनेस चैनल अपने शिशुवस्था में है. इस सन्दर्भ में यह प्रासंगिक हो जाता है कि बिजनेस चैनलों की स्थिति और संभावनाओं की तलाश की जाए. आज भारतीय टेलीविज़न की पहुँच 90% आबादी तक है. इतनी जनसंख्या तक आर्थिक, वाणिज्य-व्यापार से जुड़े संदेशों का 24x7 प्रसारण निश्चित रूप से दर्शकों को आर्थिक रूप से जागरूक, सशक्त और सबल बनाएगा.

वर्तमान समय में मीडिया एक बहुत बड़ा व्यवसाय बन चुका है. फिक्की रिपोर्ट 2017 के अनुसार 2016 में भारतीय मीडिया एवं मनोरंजनउद्योग का आकार 1262.1 बिलियन का है और यह 2015 की तुलना में 9.1 के दर से वृद्धि कर रहा है. 1262.1 बिलियन आकार के बड़े उद्योग में अकेले टेलीविजनउद्योग की भागीदारी 588.3 बिलियन की है. एक ओर टेलीविजन उद्योग का व्ययसाय 8.5[1]प्रतिशत दर से आगे बढ़ रहा है वहीं हम देखते हैं कि टेलीविजन चैनलों पर व्यासायिक चैनलों की उपस्थिति काफी कम है. वास्तव में टेलीविजन चैनलों के जरिये व्यवसाय बढ़ा है परन्तु स्वयं व्यवसायिक चैनल का विकास टेलीविजन पर नहीं हो रहा है. प्रस्तुत शोध पत्र "भारतीय टेलीविजन चैनलों में बिजनेस चैनलों की स्थिति और संभावनाएं" मे यह देखने का प्रयास है कि भारतीय टेलीविजन मीडिया में बिजनेस चैनल की वर्तमान स्थिति क्या है और भविष्य में इसकी क्या संभावनाएं हो सकती हैं!

अध्ययन का उद्देश्य:

1. भारतीय मीडिया में बिजनेस चैनलों की स्थिति की पड़ताल करना.
2. भारतीय टेलीविज़न चैनलों में बिजनेस चैनलों के प्रस्तुतीकरण का अध्ययन करना.
3. बिजनेस चैनलों की संभावनाओं का पता लगाना.
4. टेलीविज़न चैनलों के Genre की पड़ताल करना.

अध्ययन का काल:

प्रस्तुत शोध अध्ययन के लिए एक महीने 05 फ़रवरी 2018 से 07 मार्च 2018 तकके कार्यकर्मों को सैट टॉप बॉक्स के माध्यम से रिकॉर्डकिया गया है.

अध्ययन की सीमाएं:

प्रस्तुत शोध पत्र में राष्ट्रीय टेलीविजन बिजिनस चैनलों का अध्ययन किया गया है. क्षेत्रिय चैनलों का अध्ययन नहीं किया गया है. साथ ही उन बिजनेस चैनलों का अध्ययन किया गया है जिनका प्रसारण भारत में होता है.

शोध प्रविधि:

प्रस्तुत शोध पत्र "भारतीय टेलीविजन चैनलों में बिजनेस चैनलों की स्थिति और संभावनाएं" विश्लेषणात्मक और विवेचानात्मक प्रवृति का है. यह शोध गुणात्मक और मात्रात्मक दोनों है. आंकड़ों के संग्रह में प्राथमिक और द्वितीयक दोनों स्रोतों का प्रयोग किया गया है. प्राथमिक स्रोत के अंतर्गत शोधकर्ता द्वाराबिजनेस चैनलों का अवलोकन किया गया है. द्वितीयक स्रोत के अंतर्गत रिसर्च जर्नल, रिपोर्ट, पुस्तक, समाचारपत्र, वेबसाईट का उपयोग किया गया है. प्राथमिक स्रोत के आंकड़ों के अंतर्गत DTH सेवा द्वारा भारत में प्रसारित टेलीविजन चैनलों का अवलोकन किया गया है. शोधकर्ता द्वारा 05 फ़रवरी 2018 से 11 फ़रवरी 2018 तक प्रसारित बिजनेस चैनलों का अवलोकन किया गया है. इस समयावधि में 5 बिजनेस चैनलों के प्रतिदिन के कार्यक्रमों को सेट टॉप बॉक्स से रिकॉर्ड किया गया है.

विश्लेषण एवं विवेचना:

बिजनेस चैनल का अर्थ:

बिजनेस चैनल का तात्पर्य वैसे चैनलों से है जिनकी सन्देश सामग्री में आर्थिक संदेशों की प्रधानता होती है. दूसरे शब्दों में बिजनेस चैनल पर वैश्विक से लेकरक्षेत्रीय वाणिज्य-व्यापार की ख़बरों के अंतर्गत मुख्य रूप से शेयर बाजार से सम्बंधित ख़बरों के साथ-साथ अन्य आर्थिक ख़बरों जैसे- आर्थिक नीतियाँ, आर्थिक समझौते, रियल स्टेट, टैक्स, निवेश सलाह आदि का प्रसारण किया जाता है.

टेलीविजन और बिजनेस चैनल:

भारत में टेलीविजन कार्यक्रमों के प्रसारण में प्रमुख रूप से एंटरटेनमेंट, न्यूज, स्पोर्ट्स, म्यूजिक, कार्टून, मूवीज, फ़ूड, शौपिंग, नॉलेज, लाइफस्टाइल, धार्मिक आदि genre शामिल हैं. इनमें से एक प्रमुख genre बिज़नस चैनलों का भी है. परन्तु बिजनेस चैनलों का अलग से कोई मुख्य वर्गीकरण नहीं किया है अपितु इसे न्यूज चैनलों के उपवर्गीकरण के अंतर्गत प्रसारित किया जाता है. वास्तव में इंडियन बिजनेस चैनलों में से अधिकतर चैनल राष्ट्रीय चैनल हैं परन्तु भारतीय टेलीविज़न इंटरनेशनल बिजनेस चैनलों को भी प्रसारित करता है जैसे- Bloomberg, Euronews आदि.

SL. NO.	Business News Channel own by Indian Company	Business News Channel own by Foreign Company but broadcast in India
1	CNBC AAWAAZ	Bloomberg
2	CNBC TV18	Euronews
3	ZEE BUSINESS	BNN
4	NDTV Profit	
5	ET NOW	
6.	BTVI	

BARC (Broadcast Audience Research Council) भारतीय टेलीविजन के दर्शक संख्यां को मापने वाली एक समिति है जिसके अनुसार 10 मार्च 2018 से 16 मार्च 2018 तक की साप्ताहिक अवधि में बिजनेस चैनलों का वरीयता क्रम निम्नलिखित है –

English Business News (Top 4 channels)[2]

Rank	Channel Name
1	CNBC TV 18
2	ET Now
3	BTVI
4	CNBC TV 18 Prime HD

Hindi Business News (Top 2 Channels)[3]

Rank	Channel Name
1	CNBC Awaaz
2	Zee Business

बिजिनस चैनल का स्वरुप:

प्राइम टाइम:

साधारणतः भारतीय मनोरंजन एवं न्यूज चैनलों का प्राइम टाइम 8 बजे रात्री से 11 बजे रात्री तक होता है परन्तु बिजनेस चैनलों का प्राइम टाइम ठीक इसके उलट है. बिजनेस चैनलों का प्राइम टाइम सुबह 8 बजे से लेकर शाम 4 बजे तक माना जाता है. इसकी प्रमुख वजह भारतीय शेयर बाजार है जिसके व्यापार का समय सुबह 9 बजे से लेकर अपराहन 3:30 होता है. इस दौरान शेयर बाजार से जुड़ा प्रत्येक व्यक्ति और निवेशकबाजार पर नजर बनाये रखता है. इसलिए इस महत्वपूर्ण समय मेंबिजनेस चैनल पल-पल निफ्टी और सेंसेक्स में हुए उतार-चड़ाव को दर्शाते रहते हैं और विभिन्न स्टॉक की अद्यतन जानकारी प्रसारित करते रहते हैं.

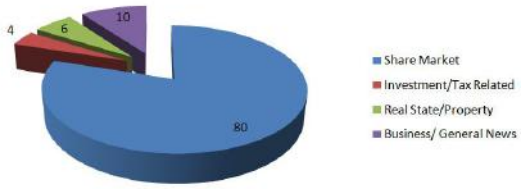
सन्देश के स्तर पर:

दिन भर शेयर बाजार की स्थिति का अद्यतन विस्तृत रिपोर्ट का प्रसारण एक सामान्य विशेषता है. बिजनेस चैनलों की खबरों में आर्थिक परिवर्तन, वित्त, निवेश सलाह, स्थानीय बाजार आदि शामिल हैं. वे बाजार की स्थितियों का विश्लेषण और व्याख्या भी करते हैं. बिजनेस चैनल विभिन्न विषयों के विशेषज्ञों द्वारा बहस, परिचर्चा सत्र का भी प्रसारण करते हैं. भारतीय बिजनेस चैनल लाइव बहस या चर्चा को प्रसारित करते समय दर्शकों को कॉल करने की सुविधा भी देते हैं ताकि वे सीधे व्यापार विशेषज्ञों के साथ बातचीत कर सके और अपनी समस्या का समाधान प्राप्त कर सके. शेयरों की कीमतों को पूरे दिन चैनलों पर दिखाया जाता है. इसके अलावा प्रमुखतः बाजार पर केन्द्रित बिजनेस चैनल कई समाचार कार्यक्रमों का भी प्रसारण करते हैं.[4]

06 प्रमुख बिजनेस चैनलों पर प्रकाशित विभिन्न संदेशों का प्रतिशत

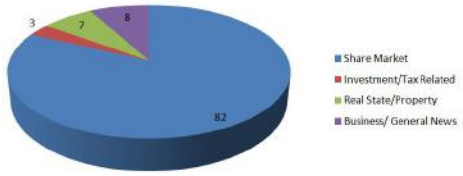
sl	Business Channel	Share Market	Investment/Tax Related	Real State/ Property	Business/ General News
1	CNBC AAWAAZ	80	4	6	10
2	CNBC TV18	82	3	7	8
3	ZEE BUSINESS	80	4	7	9
4	NDTV Profit	78	3	5	14
5	ET NOW	79	4	5	12
6.	BTVI	78	3	6	13

CNBC AAWAAZ चैनल पर प्रसारित संदेशों का प्रतिशत



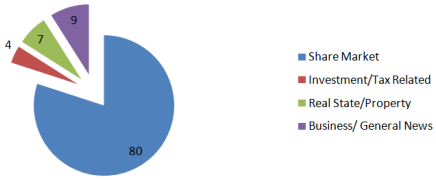
CNBC AAWAAZ चैनल पर प्रसारितसंदेशो में शेयर बाजार की खबरों का प्रतिशत सबसे अधिक 80 प्रतिशत है. इसके बाद बिजनेस/जनरल न्यूज की खबरें प्रसारित की जाती है जिसका प्रतिशत 10 है. रियल स्टेट/प्रॉपर्टी का प्रतिशत 6 है और इन्वेस्टमेंट/टैक्स रिलेटेड ख़बरों का प्रतिशत सबसे कम 4 है.

CNBC TV18 चैनल पर प्रसारित संदेशों का प्रतिशत



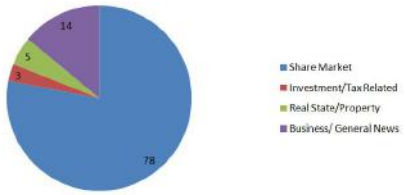
CNBC TV18 चैनल पर प्रसारित संदेशो में शेयर बाजार की खबरों का प्रतिशत सबसे अधिक 82 प्रतिशत है. इसके बाद बिजनेस/जनरल न्यूज की खबरें प्रसारित की जाती है जिसका प्रतिशत 8 है. रियल स्टेट/प्रॉपर्टी का प्रतिशत 7 है और इन्वेस्टमेंट/टैक्स रिलेटेड ख़बरों का प्रतिशत सबसे कम 3 है.

ZEE BUSINESS चैनल पर प्रसारित संदेशों का प्रतिशत



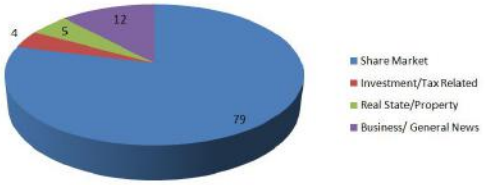
ZEE BUSINESS चैनल पर प्रसारित संदेशो में शेयर बाजार की खबरों का प्रतिशत सबसे अधिक 80 प्रतिशत है.9 प्रतिशत बिजनेस/जनरल न्यूज की खबरें प्रसारित की जाती है. रियल स्टेट/प्रॉपर्टी का प्रतिशत 7 है और इन्वेस्टमेंट/टैक्स रिलेटेड ख़बरों का प्रतिशत सबसे कम 4 है.

NDTV Profit चैनल पर प्रसारित संदेशों का प्रतिशत



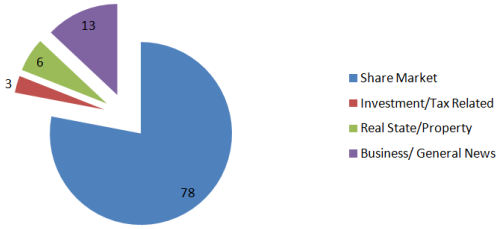
NDTV Profit चैनल पर प्रसारित संदेशो में शेयर बाजार की खबरों का प्रतिशत सबसे अधिक 78 प्रतिशत है.इसके उपरान्त बिजनेस/जनरल न्यूज की खबरें प्रसारितकिये जाने का प्रतिशत 14 है. रियल स्टेट/प्रॉपर्टी का प्रतिशत 5 है और इन्वेस्टमेंट/टैक्स रिलेटेड ख़बरों का प्रतिशत सबसे कम 3 है.

ET NOW चैनल पर प्रसारित संदेशों का प्रतिशत



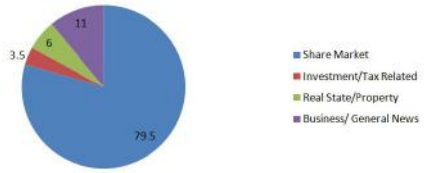
ET NOW चैनल पर प्रसारित संदेशो में शेयर बाजार की खबरों का प्रतिशत सबसे अधिक 79 प्रतिशत है. इसके बाद 12 प्रतिशत खबरें बिजनेस/जनरल न्यूज से संबंधित प्रसारित की जाती है. रियल स्टेट/प्रॉपर्टी का प्रतिशत 5 है और इन्वेस्टमेंट/टैक्स रिलेटेड ख़बरों का प्रतिशत सबसे कम 4 है.

BTVI चैनल पर प्रसारित संदेशों का प्रतिशत



BTVI चैनल पर प्रसारित संदेशो में शेयर बाजार की खबरों का प्रतिशत सबसे अधिक 78 प्रतिशत है.बिजनेस/जनरल न्यूज की ख़बरों का प्रतिशत 13 है. रियल स्टेट/प्रॉपर्टी का प्रतिशत 6 है और इन्वेस्टमेंट/टैक्स रिलेटेड ख़बरों का प्रतिशत सबसे कम 3 है.

सभी बिजनेस चैनलों पर प्रकाशित विभिन्न संदेशों का प्रतिशत



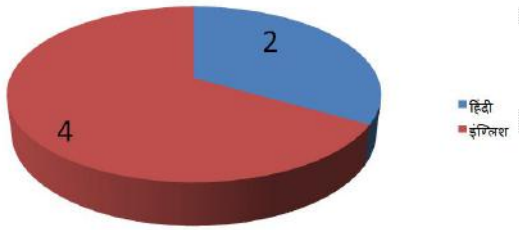
उपर्युक्त ग्राफ से स्पष्ट है कि बिजनेस चैनलों की विषय-वस्तु में शेयर बाजार की खबरें सबसे अधिक प्रसारित की जाती है. शेयर बाजार की ख़बरों का प्रतिशत 79.5 है जो यह दर्शाता है कि बिजनेस चैनल अपनी विषय-वस्तु के लिए शेयर बाजार पर अत्यधिक निर्भर है. वहीँ दूसरे स्थान पर बिजनेस/जनरल न्यूज की ख़बरों का स्थान आता है जिसका प्रतिशत 11 है. रियल स्टेट/प्रॉपर्टी और इन्वेस्टमेंट/टैक्स रिलेटेड खबरों के प्रसारित होने का प्रतिशत क्रमशः 6 और 3.5 है.

भाषा के स्तर पर:

टेलीविजन चैनलों का अवलोकन करने से यह पता चलता है कि बिजनेस चैनलों में ज्यादातर चैनल की प्रसारण भाषा इंग्लिश है. हिंदी में प्रसारित चैनल काफी कम है. क्षेत्रीय भाषाओं में प्रसारण नगण्य है.

Sl. no.	Business Channel	Language
1.	CNBC AAWAAZ	Hindi
2.	CNBC TV18	English
3.	ZEE BUSINESS	Hindi
4.	NDTV Profit	English
5.	ET NOW	English
6.	BTVI (Bloomberg TV India)	English

बिजिनेस चैनलों की भाषा का माध्यम



अध्ययन से स्पष्ट है कि बिजनेस चैनलों की भाषा के माध्यम के स्तर पर अंग्रेजी का बोलबाला है. 6 प्रमुख बिजनेस चैनलों में 4 चैनल CNBC TV18, NDTV Profit, ET NOW और BTVI अंग्रेजी भाषा में प्रसारित होती है. हिंदी भाषा में केवल 2 बिजनेस चैनल CNBC AAWAAZऔर ZEE BUSINESS प्रसारित हो रहे हैं.शोध से यह पता चलता है कि बिजनेस चैनलों में हिंदी के विकास की अपार संभावनाएं विधमान है.

चैनल से बिजनेस बनाम बिजनेस का चैनल

वर्तमान में सूचना एवं प्रसारण मंत्रालय, भारत सरकार के अनुसार भारत में तक़रीबन 800 से ज्यादा टेलीविज़न चैनलों का प्रसारण किया जाता है.[5]परन्तु इतने चैनलों के बीच में बिजनेस चैनलों की संख्या काफी कम है.टेलीविजनउद्योग का आकार 588.3 बिलियन का है.टेलीविज़न उधोग विभिन्न genre के चैनलों से बिजनेस तो कर रहा है पर स्वयं बिजनेस चैनल न के बराबर होना एक आश्चर्यजनक तथ्य है. इसके पीछे के कारणों की पड़ताल की जाए तो यह तथ्य उभरकर सामने आता है कि मुख्यधारा के मीडिया ने शुरू सेही सन्देश प्रस्तुतीकरण में मनोरंजन, सिनेमा, राजनीतिक, अपराध, खेल को अधिक स्थान दिया है. आर्थिक सन्देश या खबरों की प्रस्तुति तुलनात्मक रूप से कम रही है. उदाहरण के लिए जहाँ लगभग 30 खेल चैनल है उसकी तुलना में बिजनेस चैनल काफी कम हैं.बिजनेस चैनल का अपना अलग वर्ग भी नहीं है इसे मुख्यतः न्यूज चैनल वर्ग के अंतर्गत ही रखा गया है.

संभावनाएं और भविष्य:

बिजनेस चैनलों की संख्यां कम होने के बावजूद इस क्षेत्र में विकास की अपार संभावनाएं मौजूद हैं. आर्थिक दृष्टि से देखें तो भारत दुनिया में तेजी से उभरता एक आर्थिक शक्ति देश बनरहा है. विश्व बैंक की रिपोर्ट के मुताबिक़ सन 2018 में भारतीय अर्थव्यवस्था दुनिया की छठी बड़ी अर्थव्यवस्थाबन चुकी है.[6]जनसंख्याँ की दृष्टि से चीन केबाद भारत दुनिया का सबसे बड़ा बाजार है. भारत दुनिया की सबसे बड़ी युवा आबादी वाला देश है.सरकारी क्षेत्र की तुलना में भारत में औधोगिक और सेवा क्षेत्र में नौकरी के ज्यादा अवसर हैं.गैर सरकारी क्षेत्र या निजी क्षेत्र में कामकाजी वर्गों की संख्यां अधिक है.बिजनेस चैनलों को बढ़ावा देकर इससे एक बड़ी आबादी को आकर्षित किया जा सकता है. विगत वर्षों में भारत में प्रति व्यक्ति आय में भी बढ़ोत्तरी हुई है जिससे लोगपैसेनिवेश करने के सही तरीके से अवगत हो पायेंगे. आज मीडिया की पहुँच गाँव-गाँव में हो गयी है. भारत की 68.84%[7] आबादी गाँव में निवास करती है. इतनी बड़ी आबादी को खेती से इतर अन्य क्षेत्रों के व्यवसाय में

संलग्न होने के लिए प्रेरित किया जा सकेगा. महिलाओं के लिए अलग बिजनेस चैनल खोला जा सकता है जहाँ ग्रामीण महिला और घरेलू महिलाओं को केन्द्रित कर उनके आर्थिक सशक्तिकरण पर जोर दिया जा सकता है.

तकनीकी दृष्टि से देखें तो आनेवाले दिनों में IPTV (Internet Protocol Television) के बढ़ते प्रयोग से बिज़नस चैनल के विकास की अपार संभावनाएं हैं. यधपि टेलीविज़न देखने के लिए एक निश्चित स्थान और समय की बाध्यता होती है तथापि मीडिया कन्वर्जेन्स ने सारे माध्यम को एक प्लेटफ़ॉर्म ला खड़ा कर दिया है. आज टेलीविजन, टीवी सेट के अलावा ऑनलाइन विधमान है जहाँ मोबाइल फोन या कंप्यूटर के जरिये इसे एप्स या वेबसाइट के माध्यम से आसानी से देखा जा सकता है. टेलीविज़न चैनलों के लाइव स्ट्रीमिंग तथा ऑनलाइन उपस्थिति ने इसके उपभोग को सर्वसुलभ बना दिया है.

निष्कर्ष :

उपर्युक्त अध्ययन से यह पता चलता है कि 800 टेलीविज़न चैनलों से समृद्ध भारतीय मीडिया उधोग में बिजनेस चैनलों के बारे में अभी बहुत कुछ किया जाना शेष है. विश्व के प्रमुख बिजनेस चैनलCNBC, Sky News Business Channel, Fox Business Network, Business News Network आदिकी तर्ज पर यधपि भारत में कुछ बिजनेस चैनलों के आगमन नेइसकी आधारशिला रखी है तथापि टेलीविजन चैनलों में बिजनेस चैनलों का अपना एक Genre (वर्ग) स्थापित करने तक का सफ़र बाकी है. मौजूदा बिजनेस चैनलों की विषय-वस्तु में शेयर बाजार का अत्यधिक बोलबाला नजर आता है जिसके अनुपात को कम किया जा सकता है क्योंकि भारत जैसे जनसंख्याँ वाले देश में कुछ ही लोग शेयर बाजार में पैसा निवेश करते हैं. विषय-वस्तु के अंतर्गत अर्थव्यवस्था के अन्य पहलुओं पर ध्यान देने की आवश्यकता है जिससे ग्रामीण से लेकर शहरी दर्शक तथा उच्च आय से लेकर मध्यम या निम्न आय वर्ग के दर्शकों को आर्थिक रूप से सबल बनने की दिशा में मदद मिल सकेगी और बिजनेस चैनल का अपना एक बहुत बड़ा दर्शक वर्ग तैयार हो सकेगा.

सन्दर्भ सूची:

[1]*KPMG* India, *Media* for the *masses*: *The promise unfolds*, FICCI, Indian *Media and Entertainment* industry report 2017, pg. 02

[2]BARC, Weekly Data, http://www.barcindia.co.in/statistic.aspx, accessed March 26, 2018

[3]Ibid

[4]**Indian Business TV Channels,** IndiaNetzone, https://www.indianetzone.com/39/indian_business_tv_channels.htm, accessed March 28, 2018

[5]http://www.indiantelevision.com,http://www.indiantelevision.com/regulators/ib-ministry/total-of-television-channels-in-india-rises-to-892-with-three-cleared-in-june-160709 accessed March 29, 2018

[6] bbc.com, https://www.bbc.com/hindi/international-46619958 accessed March 26, 2018

[7] Census of India 2011, http://censusindia.gov.inaccessed March 30, 2018