



WRITERS CREW INTERNATIONAL RESEARCH

JOURNAL

भारतीय टेलीविजन और सिनेमा में बदलाव लाने वाले

एजेंट के रूप में नया मीडिया: शीर्ष प्लेटफॉर्मों का एक

अध्ययन

डॉ. कमल पाण्डेय

डैबहैंड असाइनमेंट वर्ल्ड प्राइवेट लिमिटेड के निदेशक

शैक्षिक सलाहकार

दिल्ली



सारांश

नया मीडिया एक नई दुनिया बना रहा है और हमारे दैनिक जीवन को बदल रहा है। इंटरनेट भारतीय सिनेमा को बहुत तेज़ी से बदल रहा है। कई नई तकनीकें हैं, जिनका उपयोग दर्शक अपने निजी गैजेट पर फ़िल्में और डॉक्यूमेंट्री देखने के लिए करते हैं। नेटफ्लिक्स, अमेज़न प्राइम, हॉटस्टार, ज़ी5 और ऑल्ट बालाजी, जियो टीवी कुछ ऐसे उदाहरण हैं, जो इंटरनेट के ज़रिए फ़िल्में और अन्य वीडियो सामग्री उपलब्ध करा रहे हैं। ये प्लेटफ़ॉर्म टेलीविज़न और सिनेमा का नया संगम हैं। कुछ नए उद्यम केवल इन इंटरनेट प्लेटफ़ॉर्म के लिए वीडियो सामग्री का उत्पादन कर रहे हैं। अब दर्शक इन नए मीडिया प्लेटफ़ॉर्म पर उचित मूल्य पर अपनी सुविधाजनक समय पर नई फ़िल्में, वेब सीरीज़, डॉक्यूमेंट्री, समाचार और लघु फ़िल्में देख सकते हैं। ये नए उद्यम भारतीय टेलीविज़न और सिनेमा को कई तरह से बदल रहे हैं। इस अध्ययन का उद्देश्य यह जानना है कि नए ऑनलाइन प्लेटफ़ॉर्म के कारण भारतीय टेलीविज़न और सिनेमा कैसे बदल रहे हैं और युवा वीडियो सामग्री देखने के लिए इन नए डिजिटल प्लेटफ़ॉर्म का उपयोग कैसे कर रहे हैं। यह अध्ययन युवाओं की वीडियो सामग्री देखने की आदतों का



5410online

विश्लेषण करता है और युवाओं में टेलीविज़न और सिनेमा देखने के रुझान में बदलाव का पता लगाने की कोशिश करता है। यह अध्ययन ऑनलाइन प्लेटफ़ॉर्म के माध्यम से युवाओं की वीडियो सामग्री देखने की आदतों को जानने के लिए सर्वेक्षण पद्धति पर आधारित है। अध्ययन से पता चलता है कि हॉटस्टार, नेटफ्लिक्स और जियो भारतीय ओटीटी सेवा बाजार में प्रमुख खिलाड़ी हैं। भारतीय दर्शक बिना कोई पैसा दिए इन एप्लिकेशन का इस्तेमाल करते हैं। ज्यादातर दर्शक रोजाना 2 घंटे तक इन एप्लिकेशन के जरिए कंटेंट देखते हैं। ज्यादातर दर्शक रात में स्ट्रीमिंग मीडिया पर कंटेंट देखते हैं। ओवर द टॉप एप्लिकेशन पर सबसे ज्यादा पसंद की जाने वाली सामग्री वेब सीरीज है। भारतीय आबादी इन प्लेटफार्मों पर वेब सीरीज देखना पसंद करती है। दूसरा पसंदीदा कार्यक्रम फिल्म है। हिंदी भारतीय दर्शकों की पसंदीदा भाषा है। ओवर द टॉप एप्लिकेशन के इस्तेमाल के पीछे सबसे बड़ा कारण मनोरंजन है। ज्यादातर भारतीय उपयोगकर्ता इन एप्लिकेशन पर फिल्में देखते हैं। एक्शन और कॉमेडी फिल्म की पसंदीदा शैली है। भारतीय दर्शक इन एप्लिकेशन पर नवीनतम फिल्में देखना पसंद करते हैं। लगभग सभी उत्तरदाता इस बात से सहमत हैं कि ओवर द टॉप एप्लिकेशन भारत में टेलीविज़न और फिल्म देखने की आदतों को बदल रहे हैं।



परिचय

21वीं सदी का यह दशक हमारे समाज के साथ-साथ अर्थव्यवस्था को भी बदल रहा है। भारत में तकनीकी विकास के कारण भारतीय सिनेमा में भी तेजी देखी जा रही है। तकनीक खासकर इंटरनेट और स्मार्टफोन भारतीय टेलीविजन और सिनेमा को बहुत तेजी से बदल रहे हैं। सोशल नेटवर्किंग साइट्स, नए डिजिटल प्लेटफॉर्म और वाईफाई स्टिक नई तकनीकें हैं जिनका इस्तेमाल भारतीय दर्शक फिल्मों, डॉक्यूमेंट्री और अन्य वीडियो कार्यक्रम देखने के लिए कर रहे हैं। 2010 में फिल्मों के सैटेलाइट और होम वीडियो राइट्स का चलन सामने आया है। इस दशक की शुरुआत में, फिल्मों का 60% रेवेन्यू फिल्मों की थिएटर स्क्रीनिंग से आ रहा था और इसका एक हिस्सा सीडी/डीवीडी रिलीज, डीटीएच राइट्स और अन्य विदेशी राइट्स जैसे अन्य स्रोतों से आता था। अब यह चलन बदल रहा है। भारत में 183 मिलियन टेलीविजन घराने हैं और 100 मिलियन से अधिक घरों में पे टेलीविजन है। 2017 में टेलीविजन देखने वाले घरों की कुल संख्या में 3.7 की वृद्धि हुई। ट्राई की 2017-2018 की रिपोर्ट के अनुसार, भारतीय टेलीविजन उद्योग 12.24 प्रतिशत की दर से बढ़ रहा है। 2018 में भारतीय टेलीविजन उद्योग का कुल राजस्व 734



541Online

बिलियन रुपये था, अनुमान है कि 2020 में यह 862 बिलियन तक पहुँच जाएगा (बिजनेस लाइन)। टेलीविजन उद्योग का कुल आकार 660007 करोड़ है, जो तेजी से बढ़ रहा है।

भारतीय सिनेमा को हिंदी सिनेमा यानी बॉलीवुड के नाम से जाना जाता है। भारतीय फिल्म उद्योग में बॉलीवुड का सबसे बड़ा योगदान है। राजस्व सृजन के मामले में दक्षिण भारतीय फिल्म उद्योग दूसरे स्थान पर है। बंगाली, मराठी, पंजाबी, भोजपुरी और गुजराती जैसी अन्य भाषा की फिल्मों भी देश के कई क्षेत्रों में लोकप्रिय हैं। फिल्म निर्माण के मामले में भारतीय फिल्म उद्योग सबसे बड़ा फिल्म उद्योग है। भारत में हर साल 900 से अधिक फिल्मों बनती हैं। ये कारक वैश्विक कॉर्पोरेट्स को निवेश और सहयोग के लिए आकर्षित करते हैं। भारत में टेलीविजन और सिनेमा उद्योग में अवसर और तकनीकी उन्नति राष्ट्रीय और अंतर्राष्ट्रीय खिलाड़ियों को इस क्षेत्र में निवेश करने के लिए आकर्षित कर रही है।

ये मीडिया दिग्गज टेलीविजन और सिनेमा उद्योग की नई तकनीकों में निवेश कर रहे हैं। ओवर द टॉप तकनीक उनमें से एक है। ओटीटी यानी ओवर द टॉप तकनीक जिसे वीडियो स्ट्रीमिंग के रूप में भी जाना जाता है। रिलायंस जियो द्वारा सस्ता डेटा पैक लॉन्च किए जाने के बाद ओवर द



5410online

टॉप एप्लिकेशन और कंटेंट की मांग में तेजी आई है। पिछले दो वर्षों में ही एक दर्जन से अधिक ओवर द टॉप सेवा प्रदाताओं ने अपनी सेवाएं शुरू की हैं। 4जी इंटरनेट की सस्ती और तेज सेवा और 400 मिलियन से अधिक स्मार्टफोन की मौजूदगी के कारण भारतीय मनोरंजन उद्योग तेजी से विकास कर रहा है। बिजनेस स्टैंडर्ड की एक रिपोर्ट के मुताबिक, 80 प्रतिशत से ज्यादा ऑनलाइन वीडियो स्मार्टफोन के जरिए देखे जा रहे हैं। नेटफ्लिक्स और अमेज़न भारत में ऑनलाइन स्ट्रीमिंग मीडिया में प्रमुख अंतरराष्ट्रीय खिलाड़ी हैं, दोनों ने इस देश में 2016 में अपना कारोबार शुरू किया है। ये अंतरराष्ट्रीय खिलाड़ी भारत में लगातार बढ़ रहे हैं। नेटफ्लिक्स ने एयरटेल के साथ सहयोग किया है जिसमें वे प्रत्येक एयरटेल पोस्टपेड कनेक्शन के साथ तीन महीने की मुफ्त सदस्यता दे रहे हैं। सितंबर, 2018 में, ट्विटर ने खेल, मनोरंजन और समाचार वीडियो सामग्री की वीडियो स्ट्रीमिंग की घोषणा की। ट्विटर ने वीडियो सामग्री की स्ट्रीमिंग के लिए 12 भारतीय कंपनियों के साथ सहयोग किया (आईबीएफई, 2018)। भारतीय ब्रांड इक्विटी फंड (आईबीईएफ) के अनुसार, भारतीय फिल्म उद्योग वित्त वर्ष 2018 में 158.90 अरब रुपये तक पहुंच गया। भारतीय और वैश्विक खिलाड़ी भारतीय बाजार में निवेश कर रहे हैं। हॉटस्टार, ज़ी5, जियो टीवी, ऑल्ट बालाजी और जियो सिनेमा स्वदेशी खिलाड़ी हैं जिन्होंने पिछले कुछ वर्षों में



541Online

अपना कारोबार शुरू किया है। हाल ही में दो दर्जन से अधिक ओटीटी सेवा प्रदाताओं ने भारत में अपना कारोबार शुरू किया है। सभी प्रमुख मीडिया खिलाड़ियों ने हमारे देश में अपना ओटीटी कारोबार शुरू कर दिया है। वायकॉम 18 (वूट), ज़ी (ज़ी5), बालाजी (ऑल्ट बालाजी), स्टार (हॉटस्टार) प्रमुख स्वदेशी खिलाड़ी हैं।

ये ऑनलाइन प्लेटफॉर्म फिल्मों की थिएटर परफॉर्मेंस और टेलीविज़न सेट पर वीडियो प्रोग्राम देखने की निर्भरता को कम कर रहे हैं। 4G सेवाओं की शुरुआत और स्मार्टफ़ोन का उपयोग फिल्म और टेलीविज़न निर्माताओं के लिए डिजिटल माध्यम के माध्यम से अपनी वीडियो सामग्री का मुद्राकरण करने के अवसर हैं। ये डिजिटल प्लेटफॉर्म अपनी सस्ती लागत और कम आवश्यकताओं के कारण निर्माता के जोखिम को कम कर रहे हैं। भारतीय आबादी द्वारा इन ओवर द टॉप एप्लिकेशन का उपयोग कैसे किया जा रहा है, यह अध्ययन इसी शोध प्रश्न पर आधारित है। यह अध्ययन भारतीय दर्शकों की ओवर द टॉप तकनीक के माध्यम से टेलीविज़न और सिनेमा देखने की आदतों का पता लगाता है। यह अध्ययन भारत में स्ट्रीमिंग मीडिया के भविष्य के प्रति भारतीय दर्शकों की धारणा का भी पता लगाता है।



541Online

अध्ययन के उद्देश्य इस अध्ययन के उद्देश्य हैं

1. ओवर द टॉप सेवाओं के कारण भारत में सिनेमा और टेलीविजन के मौजूदा रुझान को जानना।
2. भारतीय दर्शकों के बीच ऑनलाइन ओटीटी एप्लिकेशन देखने की आदतों को जानना।
3. ओवर द टॉप एप्लिकेशन के कारण भारतीय टेलीविजन और सिनेमा उद्योग में बदलाव के प्रति भारतीय दर्शकों की धारणा को जानना।

शोध पद्धति

यह अध्ययन सर्वेक्षण पद्धति पर आधारित है। डेटा संग्रह के लिए प्रश्नावली का उपयोग किया गया। भारतीय युवाओं की ऑनलाइन टेलीविजन और सिनेमा देखने की आदतों को जानने के लिए गूगल फॉर्म के माध्यम से ऑनलाइन सर्वेक्षण किया गया। डेटा संग्रह के लिए विभिन्न



541Online

विश्वविद्यालयों से कुल 100 उत्तरदाताओं को नमूने के रूप में चुना गया है। डेटा का विश्लेषण सरल प्रतिशत विश्लेषण के माध्यम से किया जाता है।

डेटा इंटरप्रिटेशन-

डेटा को गूगल फॉर्म के माध्यम से ऑनलाइन एकत्र किया गया था। कुछ प्रश्न क्लोज एंडेड और कुछ ओपन एंडेड थे। मूल रूप से भारतीय दर्शकों की देखने की आदतों और टेलीविजन और सिनेमा उद्योग में बदलाव और भारत में ओवर द टॉप एप्लीकेशन के भविष्य के बारे में उनकी धारणा जानने के लिए प्रश्न पूछे गए थे।

तालिका-1: पसंदीदा ओटीटी एप्लीकेशन



भारत में कुछ ऐसे एप्लिकेशन हैं जो शीर्ष तकनीक के माध्यम से वीडियो सामग्री प्रदान कर रहे हैं। भारतीय दर्शकों द्वारा कौन सा ओटीटी प्लेटफॉर्म सबसे ज्यादा पसंद किया जाता है? यह पहला सवाल है और डेटा संकेत दे रहा है कि हॉटस्टार भारतीय उपयोगकर्ताओं की शीर्ष पसंद पर है। लगभग 25 प्रतिशत दर्शक वीडियो सामग्री देखने के लिए हॉटस्टार का उपयोग कर रहे हैं। भारतीय दर्शकों के बीच ओटीटी के लिए दूसरी पसंद नेटफ्लिक्स और जियो टीवी है। लगभग 23 प्रतिशत दर्शक नेटफ्लिक्स का उपयोग करते हैं और यह प्रतिशत जियो टीवी एप्लिकेशन के साथ है। अमेज़न प्राइम को ओटीटी सामग्री के लिए 11 प्रतिशत भारतीय दर्शकों द्वारा पसंद किया जाता है। लगभग 8 प्रतिशत दर्शक ओटीटी सामग्री देखने के लिए वूट एप्लिकेशन को



541Online

पसंद करते हैं। अन्य एप्लिकेशन जैसे Zee5, Alt Balaji, Big Flix, Sony Liv और Eros Now के दर्शक बहुत कम हैं।

तालिका-2: ओटीटी देखने की अवधि

भारतीय उपयोगकर्ता ओवर द टॉप एप्लिकेशन पर कितना खर्च कर रहे हैं? जब यह सवाल पूछा गया तो लगभग 43 प्रतिशत उत्तरदाताओं ने कहा कि वे इस एप्लिकेशन का इस्तेमाल एक घंटे से भी कम समय के लिए करते हैं। लगभग 39 प्रतिशत दर्शक इन एप्लिकेशन का इस्तेमाल 1 से 2 घंटे तक करते हैं और लगभग 16 प्रतिशत उपयोगकर्ता इन एप्लिकेशन का इस्तेमाल 2 से 3 घंटे तक करते हैं। लगभग 2 प्रतिशत दर्शक इन एप्लिकेशन पर 3 से 4 घंटे तक कंटेंट देखते हैं।



कोई भी उत्तरदाता ऐसा नहीं है जो इन एप्लीकेशन का इस्तेमाल 4 घंटे से ज़्यादा समय तक करता हो।

तालिका-3: ओवर द टॉप (ओटीटी) देखने का समय

Timing	Percentage of Respondent
Day time	17
Evening	26
Early Night	30
Late Night	27

उपरोक्त तालिका के आंकड़ों के अनुसार, लगभग 30 प्रतिशत भारतीय दर्शक रात के शुरुआती समय में ओटीटी एप्लीकेशन पर कंटेंट देखते हैं। लगभग 27 प्रतिशत उपयोगकर्ता देर रात में इन एप्लीकेशन का उपयोग करते हैं। 26 प्रतिशत लोग शाम को इन एप्लीकेशन का उपयोग करते हैं और 17 प्रतिशत उपयोगकर्ता दिन में इन एप्लीकेशन का उपयोग करते हैं।

तालिका-4: ओवर द टॉप (ओटीटी) की मासिक लागत



किसी भी ओटीटी एप्लिकेशन का उपयोग करने के पीछे लागत एक महत्वपूर्ण कारक है और उपरोक्त तालिका यह संकेत दे रही है कि भारतीय दर्शक इन एप्लिकेशन के लिए भुगतान करने को तैयार नहीं हैं। लगभग 63 प्रतिशत उत्तरदाता बिना किसी शुल्क के इन एप्लिकेशन का उपयोग कर रहे हैं। वे इन एप्लिकेशन का मुफ्त उपयोग कर रहे हैं। लगभग 14 प्रतिशत दर्शक ओटीटी एप्लिकेशन के लिए प्रति माह 50 से 200 रुपये का भुगतान करते हैं। लगभग 10 प्रतिशत लोग इन एप्लिकेशन का उपयोग करने के लिए प्रति माह 50 रुपये से कम का भुगतान करते हैं। लगभग 7 प्रतिशत दर्शक इन एप्लिकेशन के लिए 201 से 400 रुपये का भुगतान करते हैं। लगभग 6 प्रतिशत लोग ओटीटी एप्लिकेशन का उपयोग करने के लिए प्रति माह 400 रुपये से अधिक का भुगतान कर रहे हैं।

तालिका-5: ओटीटी एप्लिकेशन पर पसंदीदा सामग्री



वेब सीरीज ओवर द टॉप एप्लीकेशन पर पसंदीदा कंटेंट है। 34 प्रतिशत दर्शक वेब सीरीज देखने के लिए ओवर द टॉप एप्लीकेशन का इस्तेमाल करते हैं। लगभग 16 प्रतिशत उपयोगकर्ता इन एप्लीकेशन का इस्तेमाल मूवी देखने के लिए कर रहे हैं और इतने ही प्रतिशत लोग न्यूज़ देखने के लिए भी इसका इस्तेमाल कर रहे हैं। इसका मतलब है कि भारतीय दर्शक वेब सीरीज, मूवी और न्यूज़ देखने के लिए ओवर द टॉप एप्लीकेशन का इस्तेमाल कर रहे हैं। इसलिए 13 प्रतिशत दर्शकों ने इन एप्लीकेशन पर रियलिटी शो देखना पसंद किया और 10 प्रतिशत दर्शक इन एप्लीकेशन का इस्तेमाल लाइव स्पोर्ट्स इवेंट देखने के लिए करते हैं। केवल 3 प्रतिशत दर्शकों ने डॉक्यूमेंट्री देखना पसंद किया और स्पोर्ट्स इवेंट की हाइलाइट्स भी यही पसंद की।



541Online

दर्शक विभिन्न उद्देश्यों के लिए ओटीटी एप्लिकेशन का उपयोग करते हैं। इस अध्ययन के आंकड़ों से पता चलता है कि ओवर द टॉप एप्लिकेशन के इस्तेमाल के पीछे सबसे बड़ा कारण मनोरंजन है। लगभग 26 प्रतिशत लोग मनोरंजन के उद्देश्य से इन एप्लिकेशन का इस्तेमाल करते हैं। इन एप्लिकेशन के इस्तेमाल के पीछे दूसरा कारण इसकी मोबिलिटी की विशेषता है। अधिकांश दर्शक इन एप्लिकेशन का इस्तेमाल स्मार्टफोन के जरिए करते हैं। मोबिलिटी के कारण उपयोगकर्ता इन एप्लिकेशन का इस्तेमाल अपने सुविधाजनक तरीके और समय पर कर पाते हैं। लगभग 20 प्रतिशत लोगों ने कहा कि वे इन एप्लिकेशन का इस्तेमाल इनकी मोबिलिटी की विशेषता के कारण करते हैं। अगला कारण सामग्री की प्रकृति है। चूंकि ये एप्लिकेशन मांग पर सामग्री प्रदान करते हैं, इसलिए दर्शक इन एप्लिकेशन का इस्तेमाल करते हैं। लगभग 18 प्रतिशत दर्शक इन एप्लिकेशन का इस्तेमाल इसलिए करते हैं क्योंकि वे अपने मनचाहे कार्यक्रम को अपनी सुविधा और समय पर देख सकते हैं। इन एप्लिकेशन के इस्तेमाल के पीछे सामग्री भी एक बड़ा कारण है। नौ प्रतिशत लोग भाषा और उपयोग में आसानी के कारण इन एप्लिकेशन का उपयोग करते हैं।



541Online

फिल्में प्रमुख वीडियो कार्यक्रम शैलियों में से एक हैं। भारतीय दर्शक ओवर द टॉप एप्लिकेशन पर फिल्में देखते हैं। लगभग 61 प्रतिशत लोग इन एप्लिकेशन पर फिल्में देखते हैं और 39 प्रतिशत दर्शक ओवर द टॉप एप्लिकेशन पर फिल्में नहीं देखते हैं। ओवर द टॉप एप्लिकेशन पर फिल्में देखने वाले दर्शक एक्शन, कॉमेडी, रोमांटिक और महाकाव्य फिल्में देखना पसंद करते हैं। 31 प्रतिशत फिल्म प्रेमी ओवर द टॉप एप्लिकेशन पर एक्शन फिल्में देखते हैं और लगभग 27 प्रतिशत लोग कॉमेडी फिल्में देखते हैं। रोमांटिक फिल्में भी भारतीय दर्शकों की पसंद हैं। लगभग 18 प्रतिशत लोग इन एप्लिकेशन पर रोमांटिक फिल्में देखना पसंद करते हैं। लगभग 12 प्रतिशत लोग ओवर द टॉप एप्लिकेशन पर महाकाव्य फिल्में देखते हैं। हॉरर (7 प्रतिशत) और संगीत (5 प्रतिशत) भी भारतीय दर्शकों की पसंद हैं। लगभग 63 प्रतिशत दर्शक स्ट्रीमिंग एप्लिकेशन पर नई नवीनतम फिल्में देखते हैं।

स्मार्टफोन की वजह से भारत में ओवर द टॉप एप्लीकेशन का भविष्य है। अधिकांश उत्तरदाताओं को लगता है कि भारत में ओवर द टॉप एप्लीकेशन का भविष्य उज्ज्वल है। लगभग 94 प्रतिशत उत्तरदाताओं ने कहा कि इस देश में इन एप्लीकेशन का भविष्य अच्छा है।



541Online

लगभग 6 प्रतिशत दर्शक ऐसा नहीं सोचते। उन्होंने कहा कि इस विकासशील देश में इन एप्लीकेशन का भविष्य अच्छा नहीं है। उत्तरदाताओं को जो लगता है कि भारत में इन एप्लीकेशन का भविष्य अच्छा है, उन्होंने कहा कि स्मार्टफोन की पहुंच जैसी तकनीकी प्रगति के कारण इन सेवाओं का भविष्य अच्छा है। लगभग 46 प्रतिशत लोग ऐसा सोचते हैं। लगभग 32 प्रतिशत उत्तरदाताओं ने कहा कि अंतर्राष्ट्रीय सहयोग और सामग्री के कारण इन एप्लीकेशन को अधिक लोकप्रियता मिलेगी और इन पहलों का भारत में उज्वल भविष्य है। 16 प्रतिशत दर्शकों को लगता है कि डिजिटल गुणवत्ता इन एप्लीकेशन को अधिक लोकप्रियता दिलाने में मदद करेगी

निष्कर्ष

अध्ययन से पता चलता है कि हॉटस्टार, नेटफ्लिक्स और जियो भारतीय ओटीटी सेवा बाजार में प्रमुख खिलाड़ी हैं। अमेज़न भी बाजार में प्रमुख खिलाड़ियों में से एक है लेकिन भारत में इसके दर्शकों की हिस्सेदारी कम है। भारतीय दर्शक बिना कोई पैसा दिए इन एप्लीकेशन का इस्तेमाल करते हैं। वे मुफ्त में स्ट्रीम सामग्री देखना पसंद करते हैं। अधिकांश दर्शक इन एप्लीकेशन के



5410online

माध्यम से रोजाना 2 घंटे तक की सामग्री देखते हैं। अधिकांश दर्शक रात में स्ट्रीमिंग मीडिया पर सामग्री देखते हैं। ओवर द टॉप एप्लिकेशन पर सबसे पसंदीदा सामग्री वेब सीरीज है। भारतीय आबादी इन प्लेटफार्मों पर वेब सीरीज देखना पसंद करती है। दूसरा पसंदीदा कार्यक्रम फिल्म है। भारतीय दर्शक इन एप्लिकेशन पर फिल्में देखना पसंद करते हैं। हिंदी भारतीय दर्शकों की पसंदीदा भाषा है, ज्यादातर लोग हिंदी भाषा में ओवर द टॉप एप्लिकेशन के जरिए वीडियो सामग्री देखते हैं। मनोरंजन ओवर द टॉप एप्लिकेशन के उपयोग के पीछे सबसे बड़ा कारण है।

लगभग सभी उत्तरदाता इस बात पर सहमत हैं कि ओवर द टॉप एप्लिकेशन भारत में टेलीविजन और फिल्म देखने के दृष्टिकोण को बदल रहे हैं। परिवर्तनों के पीछे सेवा की सुविधा, व्यक्तिगत माध्यम और अंतर्राष्ट्रीय सामग्री के दर्शन हैं। भारतीय टेलीविजन और सिनेमा उद्योग में बदलाव के प्रति भारतीय दर्शकों की राय सकारात्मक है। भारतीय दर्शकों का मानना है कि ये एप्लिकेशन भारतीय टेलीविजन और सिनेमा उद्योग को भारत में बदल रहे हैं और इन बदलावों के कारण माध्यम की सुविधा, सामग्री की गुणवत्ता, सामान्य माध्यम और नए प्रयोग हैं। अध्ययन से पता चलता है कि भारत में ओवर द टॉप एप्लिकेशन का भविष्य है। भारतीय दर्शकों का



541Online

मानना है कि इस देश में इन एप्लिकेशन का भविष्य अच्छा है और इसकी वजह प्रौद्योगिकी की पहुंच है, मीडिया दिग्गजों के बीच अंतर्राष्ट्रीय सहयोग और मीडिया की डिजिटल गुणवत्ता है। भारत में स्ट्रीमिंग मीडिया के अच्छे भविष्य के पीछे के मूल्य भी एक कारण हैं।

संदर्भ

1. बर्लिया, भारत. (02, अगस्त, 2018). भारत में 2018 में OOT किस तरह नवाचार को बढ़ावा देगा,

<https://www.indusnet.co.in/ott-will-drive-innovation-2018-india/> से लिया गया

2. अर्न्स्ट एंड यंग (n.d.). भारत में फिल्म उद्योग: नए क्षितिज, एलए फिल्म काउंसिल,

http://indiaainbusiness.nic.in/newdesign/upload/news/New_Horizons_Final.pdf से

लिया गया

3. एक्सचेंज4मीडिया (21, फरवरी, 2019) ट्राई की 2017-2018 की वार्षिक रिपोर्ट में भारत के

टेलीविजन उद्योग की 12.24% वृद्धि का खुलासा किया गया,



541Online

[https://www.exchange4media.com/media-tv-news/trais-annual-report-of-2017-201](https://www.exchange4media.com/media-tv-news/trais-annual-report-of-2017-2018-reveals-1224-growth-of-indias-television-industry-94851.html)

[8-reveals-1224-growth-of-indias-television-industry-94851.html](https://www.exchange4media.com/media-tv-news/trais-annual-report-of-2017-2018-reveals-1224-growth-of-indias-television-industry-94851.html) से लिया गया

4. फाइनेंशियल एक्सप्रेस ब्यूरो. (मार्च, 19, 2010). पाइरेसी, भारतीय फिल्म उद्योग के लिए एक

गंभीर

खतरा,<https://www.financialexpress.com/archive/piracy-a-serious-threat-to-indian-fi>

[lm-industry/592752/](https://www.financialexpress.com/archive/piracy-a-serious-threat-to-indian-film-industry/592752/) से लिया गया

5. आईबीएफई, (अक्टूबर, 2018)। मीडिया और मनोरंजन उद्योग,

<https://www.ibef.org/industry/media-entertainment-india.aspx> से लिया गया

6. मलिक युवराज (23 नवंबर, 2018)। नेटफ्लिक्स, अमेज़न भारत के प्रतिस्पर्धी वीडियो स्ट्रीमिंग

बाज़ार में प्रतिस्पर्धा कर रहे हैं, बिज़नेस स्टैंडर्ड,



541Online

https://www.business-standard.com/article/companies/global-giants-netflix-amazon-prime-grab-a-large-chunk-of-india-s-ott-space-118112201161_1.html से लिया गया

n-prime-grab-a-large-chunk-of-india-s-ott-space-118112201161_1.html से लिया गया

7. वेंकटसुब्रमण्यम के. (17 जुलाई, 2018)। भारतीय टेलीविजन उद्योग की गतिशीलता,

बिजनेसलाइन,

[https://www.thehindubusinessline.com/opinion/columns/statistal/the-dynamics-of](https://www.thehindubusinessline.com/opinion/columns/statistal/the-dynamics-of-the-indian-television-industry/article24445626.ece)

[-the-indian-television-industry/article24445626.ece](https://www.thehindubusinessline.com/opinion/columns/statistal/the-dynamics-of-the-indian-television-industry/article24445626.ece)