

केबल टेलीविजन नेटवर्क में डीएस के कार्यान्वयन के संबंध में दिनांक 17.09.2012 को सांय 3.30 बजे आयोजित कार्य बल की 17वीं बैठक का कार्यवृत्त

भागीदारों का स्वागत करते हुए जेएस(बी) ने बैठक प्रस्तुतिकरण के साथ शुरू की जिसका संकेन्द्रण सार्वजनिक जागरूकता पहलों पर था। उन्होंने कार्य बल के सदस्यों को बताया कि टी.वी. चैनलों पर ब्लैक आउट विज्ञापन काफी सफल रहा और डीडी, सोनी, स्टार, जी, कलर, समाचार और क्षेत्रीय चैनलों सहित सभी प्रमुख चैनलों ने विज्ञापन दिया। उन्होंने यह भी सूचित किया कि प्रातः 8-9 के बीच 16 सितम्बर, 2012 को प्रत्येक महानगर में एक करोड़ सेलफोन को डिलीवर किया गया था। आकाशवाणी के एफएम रेनबो और गोल्ड चैनलों पर आठ स्पॉट/दिन भी प्रसारित किया गया था। निजी एफएम चैनलों पर महानगरों में सभी एफएम चैनलों पर 5 से 10 स्पॉट/दिन भी प्रसारित किया गया। उन्होंने सदस्यों को सूचित किया कि प्रसारकों और एमएसओ के बीच करार 70 प्रतिशत की सीमा तक पूरा हो चुका है, और एमएसओ और एलसीओ के बीच करार पूरा होने की प्रक्रिया में है। पैकेज दर की घोषणा के संबंध में उन्होंने कहा कि एमएसओ ने आश्वस्त किया है कि दरें 19 सितम्बर, 2012 तक घोषित की जानी चाहिए। उन्होंने चार महानगरों में एसटीबी लगाने की दर भी दी जहां मुंबई में 95 प्रतिशत लगाए गए हैं, कोलकाता में 67 प्रतिशत हो चुका है, दिल्ली में 53 प्रतिशत हो चुका है और चेन्नई में 49 प्रतिशत प्राप्त किया गया है। चार महानगरों में, जैसा कि सभी सदस्यों के साथ साझा किया गया है, एसटीबी लगाने के डाटा के ब्यौरे निम्नानुसार है :

मुंबई

कुल परिवार	26.65 लाख
टीवी प्रवेश	85%
टीवी वाले परिवार	22.74 लाख
डीटीएच अभिदाता	7.1 लाख
केबल वाले परिवार	15.64 लाख
घर में बहु टीवी के लिए 20 प्रतिशत और कार्यालयों में टीवी	3.13 लाख
कुल केबल अभिदाता	18.77 लाख
लगाए गए केबल एसटीबी	17.82 लाख (95%)
लगाए जाने वाले केबल एसटीबी	0.95 लाख (5%)

दिल्ली

कुल परिवार	33.41 लाख
टीवी प्रवेश	88%
टीवी वाले परिवार	29.39 लाख
डीटीएच अभिदाता	8.77 लाख
केबल वाले परिवार	20.62 लाख
घर में बहु टीवी के लिए 20 प्रतिशत और कार्यालयों में टीवी	4.12 लाख
कुल केबल अभिदाता	24.74 लाख
लगाए गए केबल एसटीबी	13.11 लाख (53%)
लगाए जाने वाले केबल एसटीबी	11.63 लाख (47%)

कोलकाता

कुल परिवार	32.63 लाख
टीवी प्रवेश	61%
टीवी वाले परिवार	19.90 लाख
डीटीएच अभिदाता	3.44 लाख
केबल वाले परिवार	16.46 लाख
घर में बहु टीवी के लिए 20 प्रतिशत और कार्यालयों में टीवी	3.29 लाख
कुल केबल अभिदाता	19.75 लाख
लगाए गए केबल एसटीबी	13.28 लाख (67%)
लगाए जाने वाले केबल एसटीबी	6.47 लाख (33%)

चेन्नई

कुल परिवार	11.07 लाख
टीवी प्रवेश	95%
टीवी वाले परिवार	10.56 लाख
डीटीएच अभिदाता	6.28 लाख
केबल वाले परिवार	4.28 लाख
घर में बहु टीवी के लिए 20 प्रतिशत और कार्यालयों में टीवी	0.86 लाख
कुल केबल अभिदाता	5.14 लाख
लगाए गए केबल एसटीबी	2.50 लाख (49%)
लगाए जाने वाले केबल एसटीबी	2.64 लाख (51%)

ब्लैक आउट विज्ञापन पर बोलते हुए, उन्होंने कहा कि कुछ चैनलों की पहचान की गई है जो ब्लैक आउट का विज्ञापन नहीं दिखा रहे और एनबीए और आईबीएफ को इन चैनलों से सूचना प्राप्त करने के लिए कहा गया है कि वे इन विज्ञापनों को क्यों नहीं दिखा रहे। उन्होंने कहा कि टीवी स्पाट के प्रस्तुतीकरण में कुछ अनुरूपता अपेक्षित है और इसे ईएमएमसी के माध्यम से मानीटर किया जा रहा है। उन्होंने कहा कि यह अपेक्षित है कि विज्ञापन का औसतन छह बार प्रसारण करने की जरूरत है और इस अनुरूपता को बनाए रखा जाना चाहिए। उन्होंने सूचित किया कि डीडी ने इस मानदण्ड का पालन किया है और इसे आठ बार दिखाया है और निजी चैनलों को भी समान रूप से न्यूनतम 6 बार ऐसा करना चाहिए। डाटा, जिस पर यह विश्लेषण किया गया था, के संबंध में उन्होंने सूचित किया कि जनगणना के आंकड़े डाटा का आधार थे और जनगणना आंकड़ों में अशुद्धि के मार्जिन को हिसाब में लिया जाता है। इसलिए, डाटा विश्वसनीय है और इनका प्रयोग सभी सरकारी नीतियों के लिए प्रयोग किया जाता है। उन्होंने कहा कि चार महानगरों में लगाने का डाटा रखने का प्रयोग महत्वपूर्ण था और यह सबके सामने शेष परिवारों को लाया है जहां लगाना अपेक्षित है और यह सबको इस कार्य को स्पष्ट रूप से बताता है जो प्राप्त किया जाना शेष है।

दिल्ली में लगाने की दर पर चर्चा करते हुए श्री अशोक मनसुखानी ने कहा कि लक्ष्य को प्राप्त करने के लिए कुछ और तेजी लाने की जरूरत है और उन्होंने बताया कि लगाने की दर 40,000 प्रति दिन होना अपेक्षित है जबकि वर्तमान में यह लगभग 10,000 प्रतिदिन है। इसलिए जब तक तेजी से एसटीबी नहीं लगाए जाते लक्ष्य प्राप्त नहीं किया जा सकेगा। जेएस(बी) ने यह भी सुझाव दिया कि कार्यबल के सदस्यों से फीडबैक अनिवार्य है और कार्यबल की प्रत्येक बैठक महत्वपूर्ण है क्योंकि हम चार महानगरों में डीएस के कार्यान्वयन के अंतिम चरण में पहुंच रहे हैं।

श्रीमती रूप शर्मा ने सदस्यों को संबोधित करते हुए कहा कि उपभोक्ता को पैकेज के मूल्यों की जानकारी नहीं है और अपने चयन में विकल्पों का प्रयोग करने में समर्थ नहीं होगा जो एक प्रकार से एकाधिकारिक स्थिति का सृजन करेगा। उन्होंने सुझाव दिया कि मंत्रालय और टीआरएआई को करारों की जांच करनी चाहिए क्योंकि करारों में राजस्व साझा करना है परन्तु वे पैकेज का मूल्य नहीं दर्शाते और यह महत्वपूर्ण है कि इसका समाधान किया जाना चाहिए। उपभोक्ता मंच के प्रतिनिधि ने पैकेज की दर को स्पष्ट रूप से परिभाषित करने की जरूरत पर बल दिया और घोषित किया कि उपभोक्ताओं को दरों की जानकारी के बिना लगाने में तेजी नहीं आएगी।

बैठक का समाहार करते हुए जेएस(बी) ने सदस्यों को बताया कि अक्टूबर के पहले सप्ताह में ब्लैक आउट विज्ञापन को सांय 7.58, 8.58 और 9.58 बजे पुनः चलाया जाएगा। उन्होंने कहा कि गिनती करने का टाइमर भी विकसित किया जा रहा है जो अक्टूबर से आगे चलेगा।

कार्यबल की 18वीं बैठक की तारीख और समय 1 अक्टूबर सांय 3.30 बजे होने की घोषणा की गई।

बैठक अध्यक्ष को धन्यवाद के साथ समाप्त हुई।