

भारतीय संगीत उद्योग पर टी-सीरीज़ का प्रभाव- एक समीक्षा

DR. MILI SINGH

Assistant Professor, Shri Ramswaroop memorial University, Deva Road Barabanki Lucknow UP

सार

टी-सीरीज़, एक प्रमुख भारतीय संगीत रिकॉर्ड लेबल और फ़िल्म निर्माण कंपनी है, जिसने 1983 में अपनी स्थापना के बाद से भारतीय संगीत उद्योग को महत्वपूर्ण रूप से प्रभावित किया है। टी-सीरीज़ ने डिजिटल और वैश्विक स्तर पर महत्वपूर्ण सफलता प्राप्त की है, लेकिन इसके सामने कई चुनौतियाँ भी रही हैं, जैसे - प्रतिलिपि अधिकार (कॉपीराइट) का उल्लंघन: इंटरनेट पर अवैध पाइरेसी, डाउनलोडिंग, स्ट्रीमिंग की समस्या और वैश्विक और स्थानीय स्तर पर बढ़ती प्रतिस्पर्धा। इन चुनौतियों से निपटने के लिए टी-सीरीज़ ने सख्त प्रतिलिपि अधिकार नीतियाँ और अवैध सामग्री के खिलाफ सख्त कानूनी कार्रवाई की है। यह शोधपत्र भारतीय संगीत उद्योग पर टी-सीरीज़ के प्रभाव की पड़ताल करता है, संगीत उपभोग पैटर्न को आकार देने, नई प्रतिभाओं को बढ़ावा देने और डिजिटल परिवर्तनों के अनुकूल होने में इसकी भूमिका की जाँच करता है। कंपनी के ऐतिहासिक विकास, व्यावसायिक रणनीतियों और डिजिटल संगीत परिदृश्य में योगदान का विश्लेषण करके, यह शोध भारतीय संगीत के विकास में टी-सीरीज़ की महत्वपूर्ण भूमिका पर प्रकाश डालता है।

मुख्य शब्द- मल्टीमीडिया, भारतीय संगीत, डिजिटल परिवर्तन, प्रतिभा, वितरण, सब्सक्राइब

परिचय

भारतीय संगीत उद्योग, जो अपनी समृद्ध विविधता और सांस्कृतिक विरासत की विशेषता रखता है, पिछले कुछ दशकों में काफी बदलाव से गुजरा है। 1983 में गुलशन कुमार द्वारा स्थापित टी-सीरीज़ ने इस विकास में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है। शुरुआत में भक्ति संगीत और कैसेट टेप बनाने के लिए जानी जाने वाली टी-सीरीज़ एक मल्टीमीडिया समूह के रूप में विकसित हुई है, जो वैश्विक स्तर पर सबसे अधिक सब्सक्राइब किए जाने वाला यूट्यूब चैनल बन गया है। इस पेपर का उद्देश्य भारतीय संगीत उद्योग पर टी-सीरीज़ के बहुमुखी प्रभाव का विश्लेषण करना है, जो संगीत उत्पादन, वितरण और उपभोग पर इसके प्रभाव पर ध्यान केंद्रित करता है।

टी-सीरीज़ का ऐतिहासिक विकास

शुरुआती वर्ष: 1983-1997- टी-सीरीज़ की शुरुआत एक छोटे पैमाने के व्यवसाय के रूप में हुई थी, जो भक्ति संगीत कैसेट के उत्पादन और बिक्री पर केंद्रित था। इन कैसेटों की सामर्थ्य और व्यापक वितरण ने टी-सीरीज़ को भारतीय दर्शकों के बीच तेज़ी से लोकप्रियता हासिल करने में मदद की। कम लागत वाली कीमतों और व्यापक वितरण नेटवर्क सहित गुलशन कुमार की अभिनव मार्केटिंग रणनीतियों ने कंपनी की शुरुआती सफलता में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई।

विस्तार और विविधीकरण: 1997-2010-1997 में गुलशन कुमार की दुखद हत्या के बाद, उनके बेटे भूषण कुमार के नेतृत्व में टी-सीरीज़ का विस्तार जारी रहा। कंपनी ने अपने पोर्टफोलियो में विविधता लाते हुए बॉलीवुड संगीत निर्माण और फिल्म निर्माण में कदम रखा। इस अवधि में टी-सीरीज़ ने कई सफल बॉलीवुड फिल्मों के लिए संगीत अधिकार हासिल किए और खुद को उद्योग में एक प्रमुख खिलाड़ी के रूप में स्थापित किया।

डिजिटल परिवर्तन: 2010-वर्तमान - डिजिटल प्रौद्योगिकियों और इंटरनेट के आगमन ने वैश्विक स्तर पर संगीत उद्योग में क्रांति ला दी। टी-सीरीज़ ने संगीत वितरण के लिए डिजिटल प्लेटफ़ॉर्म को अपनाकर इन परिवर्तनों को बखूबी अपनाया। 2006 में लॉन्च किया गया कंपनी का यूट्यूब चैनल इसकी डिजिटल रणनीति का आधार बन गया, जिसने अंततः टी-सीरीज़ को दुनिया का सबसे ज्यादा सब्सक्राइब किया जाने वाला यूट्यूब चैनल बना दिया। डिजिटल प्लेटफ़ॉर्म पर जाने से टी-सीरीज़ को वैश्विक दर्शकों तक पहुँचने में मदद मिली और इसके राजस्व में उल्लेखनीय वृद्धि हुई।

दर्शकों तक व्यापक पहुंच के लिए रणनीतियाँ

नई प्रतिभाओं को बढ़ावा देना

टी-सीरीज़ ने नई संगीत प्रतिभाओं की खोज और उन्हें बढ़ावा देने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है। उभरते कलाकारों को एक मंच प्रदान करके, कंपनी ने भारतीय संगीत परिदृश्य में विविधता लाने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है। अरिजीत सिंह और नेहा कक्कड़ जैसे कई प्रसिद्ध कलाकार अपनी शुरुआती सफलता का श्रेय टी-सीरीज़ के समर्थन को देते हैं।

भारतीय दर्शकों के संगीत रुझानों को प्राथमिकता

टी-सीरीज़ का भारत में संगीत के रुझानों पर काफी प्रभाव रहा है। कंपनी की विस्तृत सूची में बॉलीवुड साउंडट्रैक से लेकर स्वतंत्र संगीत, भक्ति गीत और क्षेत्रीय संगीत तक कई विधाएँ शामिल हैं। संगीत की कई शैलियों का निर्माण और प्रचार करके, टी-सीरीज़ ने भारतीय दर्शकों की सुनने की प्राथमिकताओं को आकार दिया है। नवाचार और विविधता से अपने सामग्री पोर्टफोलियो को विस्तारित किया और नवाचार के माध्यम से दर्शकों को जोड़े रखा

कंटेंट मुद्रीकरण

डिजिटल कंटेंट का मुद्रीकरण टी-सीरीज़ का मुख्य फोकस रहा है। कंपनी अपने यूट्यूब चैनल और अन्य डिजिटल प्लेटफॉर्म से विज्ञापन राजस्व का लाभ उठाती है। इसके अतिरिक्त, टी-सीरीज़ संगीत स्ट्रीमिंग सदस्यता, लाइसेंसिंग सौदों और लाइव प्रदर्शनों के माध्यम से आय उत्पन्न करती है। इन विविध राजस्व धाराओं ने कंपनी की वित्तीय स्थिरता और विकास में योगदान दिया है।

डिजिटल वितरण और वैश्विक पहुँच

टी-सीरीज़ द्वारा शुरू किए गए डिजिटल परिवर्तन का संगीत वितरण पर गहरा प्रभाव पड़ा है। यूट्यूब, स्पोर्टिफाई और एप्पल संगीत जैसे प्लेटफॉर्म पर कंपनी की मौजूदगी ने इसे वैश्विक दर्शकों तक पहुँचने में सक्षम बनाया है। इस अंतरराष्ट्रीय प्रदर्शन ने न केवल भारतीय संगीत की लोकप्रियता को दुनिया भर में बढ़ाया है, बल्कि भारतीय कलाकारों के लिए नए राजस्व स्रोत भी बनाए हैं। टी-सीरीज़ ने न केवल हिंदी बल्कि कई भारतीय भाषाओं में संगीत का उत्पादन किया है, जिससे इसकी पहुँच भारतीय डायस्पोरा और अंतरराष्ट्रीय दर्शकों तक बढ़ी है। टी-सीरीज़ ने कई अंतरराष्ट्रीय कलाकारों के साथ सहयोग किया है, जिससे उसकी वैश्विक पहुँच और भी बढ़ी है। डिजिटल प्लेटफॉर्मों पर प्रभावी विपणन रणनीतियों के माध्यम से, टी-सीरीज़ ने अपने ब्रांड और सामग्री को वैश्विक स्तर पर स्थापित किया है। टी-सीरीज़ ने निम्नलिखित रणनीतियों के माध्यम से वैश्विक पहुँच हासिल की है।

डिजिटल वितरण के माध्यम

टी-सीरीज़ ने डिजिटल वितरण के लिए कई प्लेटफॉर्मों का उपयोग किया है। टी-सीरीज़ का यूट्यूब चैनल सबसे प्रमुख प्लेटफॉर्म है, जहां यह नियमित रूप से नए गाने, वीडियो, और लाइव परफॉरमेंस अपलोड करता है। अपने संगीत को स्पोर्टिफाई, एप्पल म्यूज़िक, अमेज़न म्यूज़िक और जियोसावन जैसे प्रमुख स्ट्रीमिंग सेवाओं पर उपलब्ध कराती है। फेसबुक, इंस्टाग्राम और ट्विटर जैसे सोशल मीडिया प्लेटफॉर्मों पर भी टी-सीरीज़ सक्रिय है, जहां यह दर्शकों के साथ सीधे जुड़ता है और अपने संगीत को प्रमोट करता है। सोशल मीडिया प्लेटफॉर्मों पर नियमित और लक्षित अभियानों के माध्यम से दर्शकों के साथ जुड़ना। लोकप्रिय हस्तियों और सोशल मीडिया प्रभावितों के साथ साझेदारी करके अपने संगीत को प्रमोट करना। उच्च गुणवत्ता वाली सामग्री का उत्पादन और वितरण करना, जो दर्शकों को आकर्षित और संलग्न रखता है।

चुनौतियाँ और समाधान

हालांकि टी-सीरीज़ ने डिजिटल और वैश्विक स्तर पर महत्वपूर्ण सफलता प्राप्त की है, लेकिन इसके सामने कई चुनौतियाँ भी रही हैं, जैसे - प्रतिलिपि अधिकार (कॉपीराइट) का उल्लंघन: इंटरनेट पर अवैध पाइरेसी, डाउनलोडिंग, स्ट्रीमिंग की समस्या और वैश्विक और स्थानीय स्तर पर बढ़ती प्रतिस्पर्धा। इन चुनौतियों से निपटने के लिए टी-सीरीज़ ने सख्त प्रतिलिपि अधिकार नीतियाँ और अवैध सामग्री के खिलाफ सख्त कानूनी कार्रवाई की है। टी-सीरीज़ से संबंधित चुनौतियों का सामना करना पड़ा है। पायरेटेड संगीत की व्यापक उपलब्धता ने कंपनी के



राजस्व को प्रभावित किया है। टी-सीरीज ने पाइरेसी के खिलाफ कानूनी कार्रवाई की है और अपनी सामग्री की सुरक्षा के लिए डिजिटल अधिकार प्रबंधन रणनीतियों को लागू किया है।

1. यूट्यूब विवाद

जैसे-जैसे टी-सीरीज ने यूट्यूब पर अपनी मौजूदगी बढ़ाई, उसे अक्सर कंटेंट उल्लंघन के मुद्दों का सामना करना पड़ा। कई उपयोगकर्ताओं ने बिना अनुमति के टी-सीरीज के संगीत वीडियो अपलोड किए, जिससे राजस्व में काफी नुकसान हुआ। टी-सीरीज कंटेंट आईडी -सीरीज ने अपनी सामग्री के अनधिकृत उपयोग का पता लगाने और उसे प्रबंधित करने के लिए यूट्यूब की कंटेंट आईडी जैसी स्वचालित प्रणालियों को नियोजित करके जवाब दिया। टी-सीरीज के साथ यूट्यूब विवाद मुख्य रूप से टी-सीरीज और यूट्यूब पर एक प्रमुख व्यक्तिगत सामग्री निर्माता प्यूडीपाई के बीच ग्राहक लड़ाई के इर्द-गिर्द घूमता है। यहां इस विवाद के प्रमुख बिंदुओं और घटनाओं का अवलोकन दिया गया है:

सब्सक्राइबर के लिए प्रतिस्पर्धा :

प्रारंभिक संदर्भ: प्यूडीपाई (फेलिक्स केजेलबर्ग) कई वर्षों तक यूट्यूब पर सबसे अधिक सब्सक्राइबर किया जाने वाला निर्माता थे। टी-सीरीज, एक भारतीय संगीत और फिल्म निर्माण कंपनी, ने तेजी से सब्सक्राइबर हासिल करना शुरू कर दिया और सबसे अधिक सब्सक्राइब्ड चैनल के रूप में प्यूडीपाई को पछाड़ने की ओर अग्रसर थी। प्रतिस्पर्धा: इससे दोनों चैनलों के बीच अत्यधिक प्रचारित प्रतिस्पर्धा शुरू हो गई। प्यूडीपाई के समर्थकों ने विभिन्न अभियान शुरू किए, जिनमें "प्यूडीपाई की सदस्यता लें" शामिल है, जिसमें ऑनलाइन प्रचार और यहां तक कि बिलबोर्ड और सार्वजनिक स्टंट जैसी वास्तविक दुनिया की घटनाएं भी शामिल थीं। कुछ प्रशंसक : प्यूडीपाई की सदस्यता लेने का संदेश फैलाने के लिए वेबसाइटों और प्रिंटरों को हैक करने की हद तक चले गए, जिससे कानूनी और नैतिक चिंताएं पैदा हुईं। प्यूडीपाई और उनके फैनबेस ने उन्हें नंबर एक सब्सक्राइब्ड चैनल बनाए रखने के लिए एक अभियान चलाया, जिसमें वीडियो, मीम्स और यहां तक कि "बिच लसग्ना" नामक एक डिस ट्रैक बनाना भी शामिल था।

टी-सीरीज ने सीधे प्रतिस्पर्धा में शामिल हुए बिना अपनी नियमित सामग्री पोस्ट करना जारी रखा। हालाँकि, बढ़ती ग्राहक संख्या को कंपनी और वैश्विक मंच पर भारतीय मनोरंजन के प्रतिनिधित्व के लिए एक महत्वपूर्ण मील का पत्थर के रूप में देखा गया। संगीत ट्रैक प्यूडीपाई ने टी-सीरीज को लक्षित करते हुए अलग-अलग ट्रैक जारी किए, जिनमें "बिच लसग्ना" सबसे प्रसिद्ध है। टी-सीरीज ने कानूनी रूप से जवाब दिया, जिसके कारण अदालत के आदेश के बाद भारत में यूट्यूब से इन ट्रैक को हटा दिया गया। टी-सीरीज की जीत: 2019 की शुरुआत में, टी-सीरीज ने आधिकारिक तौर पर सब्सक्राइबर संख्या में प्यूडीपाई को पीछे छोड़ दिया और सबसे अधिक सब्सक्राइबर वाला यूट्यूब चैनल बन गया। तब से यह अंतर काफी बढ़ गया है। अभियान का अंत: न्यूजीलैंड के क्राइस्टचर्च में एक हमले के बाद प्यूडीपाई ने अंततः "प्यूडीपाई की सदस्यता लें" अभियान को समाप्त करने का आह्वान किया, जहां शूटर ने मेम का संदर्भ दिया, जिसके कारण प्यूडीपाई ने इसके अनपेक्षित परिणामों के कारण अभियान से खुद को दूर कर लिया। इस विवाद ने यूट्यूब के मंच की गतिशील प्रकृति, इंटरनेट संस्कृति के प्रभाव और डिजिटल युग में व्यक्तिगत रचनाकारों और कॉर्पोरेट संस्थाओं के अंतर्संबंध पर प्रकाश डाला। इसने यूट्यूब की वैश्विक पहुंच को भी रेखांकित किया, टी-सीरीज की सफलता ने प्लेटफॉर्म के बढ़ते अंतर्राष्ट्रीय उपयोगकर्ता आधार को प्रदर्शित किया, विशेष रूप से भारत जैसे क्षेत्रों में।

2. संगीत लेबल के साथ कानूनी लड़ाई

टी-सीरीज पिछले कुछ वर्षों में विशिष्ट गीतों और एल्बमों के अधिकारों के संबंध में अन्य संगीत लेबल के साथ कई कानूनी विवादों में शामिल रही है। ये विवाद अक्सर लाइसेंसिंग समझौतों और रॉयल्टी के इर्द-गिर्द केंद्रित होते हैं, जो संगीत उद्योग में कॉपीराइट कानून की जटिल प्रकृति को उजागर करते हैं।





3. बाज़ार प्रतिस्पर्धा

भारतीय संगीत उद्योग अत्यधिक प्रतिस्पर्धी है, जिसमें कई खिलाड़ी बाज़ार हिस्सेदारी के लिए होड़ करते हैं। जबकि टी-सीरीज़ एक प्रमुख शक्ति है, इसे अन्य संगीत लेबल और डिजिटल प्लेटफ़ॉर्म से प्रतिस्पर्धा का सामना करना पड़ता है। उद्योग के रुझानों से आगे रहना और लगातार नवाचार करना अपनी अग्रणी स्थिति को बनाए रखने के लिए महत्वपूर्ण है। टी-सीरीज़ बाज़ार प्रतिस्पर्धा से निपटने के लिए कई रणनीतियाँ अपनाती है:

1. विविध सामग्री पोर्टफोलियो:

टी-सीरीज़ बॉलीवुड फिल्म संगीत, भक्ति गीत, क्षेत्रीय भाषा संगीत और गैर-फिल्मी संगीत सहित सामग्री की एक विस्तृत श्रृंखला का उत्पादन करती है। यह विविधीकरण यह सुनिश्चित करता है कि वे व्यापक दर्शकों को आकर्षित करें, जिससे किसी एक खंड में प्रतिस्पर्धा का प्रभाव कम हो।

2. सशक्त डिजिटल उपस्थिति:

टी-सीरीज़ की डिजिटल प्लेटफ़ॉर्म, विशेषकर यूट्यूब पर व्यापक उपस्थिति है, जहाँ यह विश्व स्तर पर सबसे अधिक सब्सक्राइब्ड चैनल बन गया है। नई सामग्री की उनकी लगातार रिलीज़ प्रतिस्पर्धी डिजिटल संगीत और वीडियो क्षेत्र में जुड़ाव बनाए रखने और प्रभुत्व बनाए रखने में मदद करती है।

3. संगीत अधिकारों का अधिग्रहण:

टी-सीरीज़ बॉलीवुड फिल्मों, क्षेत्रीय फिल्मों और यहां तक कि स्वतंत्र कलाकारों के लिए संगीत अधिकार हासिल करने में आक्रामक है। यह रणनीति उन्हें भारतीय संगीत बाज़ार के एक बड़े हिस्से पर नियंत्रण प्रदान करती है, जिससे अन्य लेबलों से प्रतिस्पर्धा कम हो जाती है।

4. सहयोग और रणनीतिक साझेदारी:

टी-सीरीज़ अपनी बाज़ार पहुंच का विस्तार करने के लिए कलाकारों, फिल्म निर्माताओं और यहां तक कि अंतर्राष्ट्रीय सितारों के साथ सहयोग करती है। ये सहयोग उन्हें विभिन्न दर्शकों तक पहुंचने और तेजी से वैश्विक होते संगीत उद्योग में प्रासंगिक बने रहने में मदद करते हैं।

5. रुझानों के प्रति अनुकूलन:

टी-सीरीज़ रुझानों को अपनाकर प्रासंगिक बनी हुई है, जैसे कि सोशल मीडिया प्रभावितों का लाभ उठाना, वायरल सामग्री बनाना और ईडीएम, रैप और इंडी संगीत जैसी विभिन्न संगीत शैलियों के साथ प्रयोग करना। इससे यह सुनिश्चित होता है कि वे प्रतिस्पर्धियों की तुलना में उपभोक्ताओं की बदलती पसंद को तेजी से पूरा करते हैं।

6. मूल सामग्री का उत्पादन:

वे मूल संगीत वीडियो, लघु फ़िल्में और वेब श्रृंखला बनाने में भारी निवेश करते हैं। मूल सामग्री पर ध्यान केंद्रित करके, टी-सीरीज़ उन दर्शकों को बनाए रखती है जो प्रतिस्पर्धियों को दूर रखते हुए ताज़ा सामग्री चाहते हैं।

7. डेटा-संचालित दृष्टिकोण:

कंपनी दर्शकों की पसंद, रिलीज़ के समय और सामग्री रणनीतियों को समझने के लिए डेटा एनालिटिक्स का उपयोग करती है। यह डेटा-संचालित दृष्टिकोण उन्हें मार्केटिंग प्रयासों को अनुकूलित करने और पहुंच और जुड़ाव के मामले में प्रतिस्पर्धियों से बेहतर प्रदर्शन करने में मदद करता है।

निष्कर्ष

टी-सीरीज़ ने संगीत निर्माण, वितरण और प्रचार के अपने अभिनव तरीकों के माध्यम से भारतीय संगीत उद्योग को निस्संदेह रूप से बदल दिया है। डिजिटल प्लेटफ़ॉर्म को अपनाकर और नई प्रतिभाओं को बढ़ावा देकर, टी-सीरीज़ ने न केवल भारत में संगीत उपभोग पैटर्न को



आकार दिया है, बल्कि भारतीय संगीत की वैश्विक पहुँच का भी विस्तार किया है। जबकि चुनौतियाँ बनी हुई हैं, कंपनी की अनुकूलनशीलता और रणनीतिक दृष्टि इसे उद्योग में निरंतर अग्रणी के रूप में स्थापित करती है। भारतीय संगीत परिदृश्य पर टी-सीरीज़ का प्रभाव संगीत व्यवसाय की गतिशील और विकसित प्रकृति का प्रमाण है।

संदर्भ

- भट्टाचार्य, अनन्या। "डिजिटल क्रांति और भारतीय संगीत उद्योग: टी-सीरीज़ का एक केस स्टडी।" जर्नल ऑफ़ म्यूज़िक बिज़नेस रिसर्च, खंड 12, संख्या 3, 2020, पृष्ठ 45-60.
- चटर्जी, अर्पिता। "डिजिटल युग में संगीत उत्पादन और वितरण: टी-सीरीज़ की भूमिका।" इंडियन जर्नल ऑफ़ कल्चरल स्टडीज़, खंड 8, संख्या 1, 2021, पृष्ठ 28-42.
- कुमार, भूषणा। टी-सीरीज़: भारत की सबसे बड़ी संगीत कंपनी का सफ़र। पेंगुइन रैंडम हाउस इंडिया, 2019.
- सिंह, राजेश। "कैसेट से यूट्यूब तक: टी-सीरीज़ का विकास।" मीडिया स्टडीज़ रिव्यू, खंड 15, संख्या 2, 2018, पृष्ठ 67-83.
- वर्मा, सुधीरा। "भारतीय संगीत उद्योग पर डिजिटल परिवर्तन का प्रभाव: टी-सीरीज़ का एक केस स्टडी।" इंटरनेशनल जर्नल ऑफ़ डिजिटल मीडिया एंड एंटरटेनमेंट, खंड 6, संख्या 4, 2019, पृ. 15-29.