

योजना का सार

प्रेस इन इंडिया रिपोर्ट

संदर्भ

- भारतीय प्रिंट मीडिया उद्योग ने वैश्विक स्तर पर डिजिटल और सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म के उदय के बावजूद स्थिर वृद्धि और लचीलापन दिखाया है।
- प्रेस रजिस्ट्रार जनरल की वार्षिक रिपोर्ट 'प्रेस इन इंडिया' पंजीकृत समाचार-पत्रों और पत्रिकाओं पर व्यापक डाटा प्रदान करती है, जो भारत के प्रकाशन क्षेत्र की विविधता और भाषायी बहुलता को दर्शाती है।

रिपोर्ट के प्रमुख निष्कर्ष

प्रकाशनों में वृद्धि

- वर्ष 2017 में 1.18 लाख पंजीकृत प्रकाशनों से वर्ष 2022-23 में 1.48 लाख तक, प्रिंट मीडिया क्षेत्र अनुकूलनशीलता और निरंतर मांग को प्रदर्शित करता है। अकेले वर्ष 2022-23 में 2,318 नई पत्रिकाएँ पंजीकृत की गईं।

भाषा वितरण

- हिंदी वर्ष 2022-23 तक 57,000 से अधिक पत्रिकाओं और सबसे अधिक प्रसार (20 करोड़) के साथ प्रिंट मीडिया परिदृश्य पर हावी है।
- अंग्रेजी संख्या में दूसरे स्थान पर बनी हुई है (20,000 पत्रिकाएँ) लेकिन डिजिटल बदलावों के कारण प्रसार में थोड़ी गिरावट देखी गई है।
- मराठी, उर्दू, तेलुगू, गुजराती और मलयालम जैसी क्षेत्रीय भाषाओं में भी प्रचलन में उल्लेखनीय वृद्धि देखी गई है, जो राज्यों में मज़बूत पाठक संख्या व साक्षर सूचित जनता का संकेत है।

क्षेत्रीय रुझान

- उत्तर प्रदेश पंजीकृत पत्रिकाओं (~21,660) की संख्या में सबसे आगे है, इसके बाद महाराष्ट्र (~20,488) का स्थान है।
- इन राज्यों में वार्षिक विवरण दाखिल करने में अनुपालन की दर भी उच्च है, जो एक मजबूत प्रिंट मीडिया पारिस्थितिकी तंत्र को दर्शाता है।

चुनौतियाँ

- हालाँकि कुछ पत्रिकाओं ने परिचालन बंद कर दिया है। (2022-23 में 34)] पिछले वर्षों की तुलना में गिरावट न्यूनतम है, जो वित्तीय चुनौतियों और दर्शकों की बदलती प्राथमिकताओं के बीच लचीलेपन का संकेत देती है।

नए प्रकाशन

- शीर्षक आवेदन उच्च बने हुए हैं, वर्ष 2022-23 में 14,000 से अधिक आवेदन और लगभग 4,772 नए शीर्षक स्वीकृत हुए, जो प्रिंट मीडिया में चल रही गतिशीलता व उद्यमशीलता की रुचि को दर्शाता है।

भारतीय मीडिया और मनोरंजन उद्योग

संदर्भ

- भारत का मीडिया और मनोरंजन (M&E) उद्योग दुनिया भर में सबसे तेजी से बढ़ने वाले उद्योगों में से एक है, जो किफायती इंटरनेट, बढ़ती आय और तेजी से डिजिटल स्वरूप अपनाने से प्रेरित है। वर्तमान में इसमें प्रति उपयोगकर्ता औसत राजस्व (ARPU) में वृद्धि और सामग्री की मात्रा में विस्तार देखा जा रहा है।
- FICCI-EY रिपोर्ट के अनुसार, भारत का विज्ञापन से जी.डी.पी. अनुपात वर्ष 2025 तक 0.38% (2019) से बढ़कर 0.4% होने की उम्मीद है।

उद्योग का आकार और विकास अनुमान

- वर्ष 2026 तक 3.08 ट्रिलियन रुपए (2024 में 2.55 ट्रिलियन रुपए से) तक पहुँचने के लिए 10% चक्रवृद्धि वार्षिक वृद्धि दर (CAGR) पर बढ़ने का अनुमान है।
- पारंपरिक मीडिया (टीवी, प्रिंट, रेडियो आदि) ने वर्ष 2023 के राजस्व में 57% का योगदान दिया; प्रिंट मीडिया के FY25 (ICRA) में 8-10% बढ़ने की उम्मीद है।
- वीडियो बाजार (टी.वी. + डिजिटल) वर्ष 2028 तक 13 बिलियन डॉलर (2023) से बढ़कर 17 बिलियन डॉलर (मीडिया पार्टनर्स एशिया) होने का अनुमान है।

मुख्य बिंदु एवं डिजिटल उभार

विज्ञापन

- वर्ष 2024 में विज्ञापन बाजार 330 बिलियन रुपए हो गया है, जिसमें टी.वी. और डिजिटल विज्ञापन प्रत्येक 38% योगदान है।
- विज्ञापन खर्च में भारत वैश्विक स्तर पर 80वां स्थान पर है और शीर्ष 10 बाजारों में सबसे तेजी से बढ़ रहा है।

ओ.टी.टी. और वीडियो स्ट्रीमिंग

- 14.1% की सी.ए.जी.आर. से बढ़ते हुए इस खंड के वर्ष 2026 तक 21,032 करोड़ रुपए तक पहुँचने की उम्मीद है।
- वर्ष 2023 में भारत में 481.1 मिलियन उपयोगकर्ता थे, जिनमें 138.2 मिलियन सशुल्क ग्राहक और 130.2 मिलियन सदस्यता वीडियो ऑन डिमांड (SVOD) खाते (2022) शामिल थे।
- भारतीय ओ.टी.टी. प्लेटफॉर्म पर अंतर्राष्ट्रीय उपयोगकर्ताओं से राजस्व दो वर्षों में 194% बढ़ा है।

AVGC सेक्टर (एनिमेशन, VFX, गेमिंग, कॉमिक्स)

- यह सेक्टर ~9% सी.ए.जी.आर. से बढ़ने की उम्मीद है, जो वर्ष 2024 तक 3 लाख करोड़ रुपए तक पहुँच गया है।
- अकेले एनिमेशन और VFX के 1.3 बिलियन डॉलर (2023) से बढ़कर 2.2 बिलियन डॉलर (2026) (CII GT रिपोर्ट) होने का अनुमान है, जिससे M&E उद्योग में उनकी हिस्सेदारी 5% से बढ़कर 6% हो जाएगी।

ऑनलाइन गेमिंग

- चौथा सबसे बड़ा M&E सेगमेंट भारत का ऑनलाइन गेमिंग बाज़ार वर्ष 2025 तक 7 बिलियन अमेरिकी डॉलर तक पहुँचने का अनुमान है।
- देश में वर्ष 2023 में 455 मिलियन गेमर्स थे, जो वर्ष 2024 में बढ़कर 491 मिलियन हो गए हैं, जिसमें 90 मिलियन भुगतान करने वाले उपयोगकर्ता हैं।
- वित्त वर्ष 24 में राजस्व 3.8 बिलियन अमेरिकी डॉलर रहा, जो 23% की वार्षिक वृद्धि दर्शाता है। वित्त वर्ष 24 की पहली तिमाही में मोबाइल गेमिंग समय में 20% की वृद्धि हुई।

डिजिटल मीडिया

- वर्ष 2024 में 10.07 बिलियन अमेरिकी डॉलर का राजस्व उत्पन्न करने का अनुमान है।

स्मार्ट टी.वी. और शॉर्ट-फॉर्म वीडियो

- भारत में वर्ष 2025 तक 40-50 मिलियन कनेक्टेड स्मार्ट टी.वी. होने की उम्मीद है।
- लगभग 600-650 मिलियन उपयोगकर्ता 55-60 मिनट के औसत दैनिक देखने के समय के साथ छोटे वीडियो का उपभोग कर रहे हैं।

म्यूज़िक स्ट्रीमिंग

- 180 मिलियन डॉलर (2019) से बढ़कर 445 मिलियन डॉलर (2026) होने की उम्मीद है।
- भारत में वर्ष 2023 में 185 मिलियन श्रोता थे, लेकिन केवल 7.5 मिलियन ही सशुल्क ग्राहक थे।
- प्रमुख प्लेटफॉर्म में गाना (30%) स्पॉटिफाई (26%) जियोसावन (24%) और विंक (15%) शामिल हैं।

डी.टी.एच. सेवाएँ

- 2.8% की सी.ए.जी.आर. पर 6.48 बिलियन डॉलर (2023) से बढ़कर 7.59 बिलियन डॉलर (2029) होने का अनुमान है।

निवेश और विकास

- **एफ.डी.आई. प्रवाह** : अप्रैल 2000 से सितंबर 2024 तक सूचना और प्रसारण क्षेत्र में कुल 99,096 करोड़ रुपए।
- **निजी इक्विटी/उद्यम पूंजी निवेश** : वर्ष 2023 में सालाना आधार पर 84% घटकर 575 मिलियन डॉलर रह गया।

सरकारी पहल

- भारत सरकार ने मीडिया और मनोरंजन (M&E) उद्योग के संरचित व नैतिक विकास का समर्थन करने के लिए कई विनियामक एवं संस्थागत कदम उठाए हैं जो निम्नलिखित हैं-

एफ.एम. और रेडियो विस्तार

- प्रधानमंत्री ने 91 स्थानों पर 100W एफ.एम. ट्रांसमीटर चालू किए (अप्रैल 2023)। ए.आई.आर. की पहुँच 615 ट्रांसमीटरों तक बढ़ गई है जो 73.5% आबादी को कवर करती है।

अंतर्राष्ट्रीय प्रचार

- भारत ने फ्राँस में एनेसी इंटरनेशनल एनिमेशन फेस्टिवल (जून 2023) में अपनी AVGC क्षमताओं का प्रदर्शन किया।

नियामक सुधार

- ट्राई प्रसारण क्षेत्र के सुधारों को उत्प्रेरित करने के लिए सूचना और प्रसारण मंत्रालय (MIB) को अपनी सिफारिशों को तेज़ी से आगे बढ़ाने की कोशिश कर रहा है।
- केबल टेलीविज़न नेटवर्क (संशोधन) नियम, 2021 ने टीवी सामग्री के संबंध में नागरिकों के लिए तीन-स्तरीय शिकायत निवारण तंत्र की शुरुआत की।
- सूचना प्रौद्योगिकी (मध्यवर्ती दिशा-निर्देश और डिजिटल मीडिया आचार संहिता) नियम, 2021, 25 फरवरी, 2021 को अधिसूचित डिजिटल मीडिया के लिए एक प्रगतिशील नियामक संरचना की स्थापना की, जिसमें तीन-स्तरीय शिकायत निवारण प्रणाली के माध्यम से समाचार प्रकाशक और ओ.टी.टी. प्लेटफॉर्म शामिल हैं।

संस्थागत विकास

- सरकार मुंबई में एनिमेशन, विज़ुअल इफेक्ट्स, गेमिंग और कॉमिक्स (AVGC) के लिए एक राष्ट्रीय उत्कृष्टता केंद्र स्थापित करने के लिए काम कर रही है। यह घोषणा नवंबर 2021 में दोहराई गई।
- भारतीय प्रसारण फाउंडेशन (IBF) ने मई 2021 में अपने अधिदेश का विस्तार करते हुए डिजिटल और OTT प्लेटफॉर्म को शामिल किया, जिसका नाम बदलकर भारतीय प्रसारण और डिजिटल फाउंडेशन (IBDF) कर दिया गया।
- IBDF को वर्ष 2021 के IT नियमों के तहत एक स्व-नियामक निकाय (SRB) स्थापित करने का भी काम सौंपा गया है।

अंतर्राष्ट्रीय सहयोग

- भारत और कनाडा ने एक ऑडियो-विज़ुअल सह-निर्माण समझौते पर हस्ताक्षर किए, जिससे दोनों देशों के निर्माता रचनात्मक सामग्री व सांस्कृतिक आदान-प्रदान पर सहयोग कर सकेंगे।
- प्रसार भारती और सार्वजनिक सेवा मीडिया मालदीव ने प्रसारण में क्षमता निर्माण के लिए फरवरी 2021 में एक सहयोग समझौते पर हस्ताक्षर किए।

ओ.टी.टी. और डिजिटल प्लेटफॉर्म के लिए समर्थन

- नेटफ्लिक्स, अमेज़ॅन प्राइम वीडियो, डिज़नी + हॉटस्टार, जी5 और वूट जैसे ओ.टी.टी. प्लेटफॉर्म ने फरवरी 2021 में IMAI की डिजिटल एंटरटेनमेंट कमेटी द्वारा अंतिम रूप दिए गए एक स्व-नियमन कोड का समर्थन किया है, जो जिम्मेदार सामग्री निर्माण की नींव रखता है।

सामग्री निरीक्षण विस्तार

- नवंबर 2020 में, डिजिटल प्लेटफॉर्म पर ओ.टी.टी. प्लेटफॉर्म, फिल्में, वेब सीरीज़, समाचार व करेंट अफेयर्स को सूचना और प्रसारण मंत्रालय के दायरे में लाया गया।

फिल्मांकन में आसानी

- राष्ट्रीय फिल्म विकास निगम के तहत फिल्म सुविधा कार्यालय (FFO) ने रेल मंत्रालय के साथ साझेदारी में रेलवे स्थानों पर फिल्मांकन के लिए अनुमति प्रक्रियाओं को सरल बनाने के लिए एकल-खिड़की मंजूरी प्रणाली शुरू की।

आगे की राह

- **डिजिटल अपनाना :** 5G की शुरुआत और आगामी 6G योजना, विशेष रूप से ग्रामीण क्षेत्रों में कंटेंट की खपत में क्रांतिकारी बदलाव लाने के लिए तैयार है जिससे विज्ञापनदाताओं और कंटेंट निर्माताओं के लिए नए बाज़ार खुलेंगे।
- **खुदरा और ई-कॉमर्स विज्ञापन :** खाद्य और पेय पदार्थों में नए खिलाड़ियों के प्रवेश, ई-कॉमर्स के उपयोग में वृद्धि और घरेलू फर्मों द्वारा खोजपूर्ण अभियानों से खुदरा विज्ञापनों में वृद्धि को बढ़ावा मिलने की संभावना है।
- **ग्रामीण विस्तार :** जैसे-जैसे शहरी बाज़ार संतृप्त होते जा रहे हैं, ग्रामीण भारत मीडिया और मनोरंजन विकास के लिए अगले मोर्चे के रूप में उभर रहा है जिसे बढ़ती आय, इंटरनेट की पहुँच और डिजिटल साक्षरता का समर्थन प्राप्त है।