



# मीडिया और मनोरंजन परिदृश्य & मीडिया और सूचना साक्षरता की आवश्यकता

डॉ. नमित वी. सिंह

न्यू मीडिया संचार विभाग

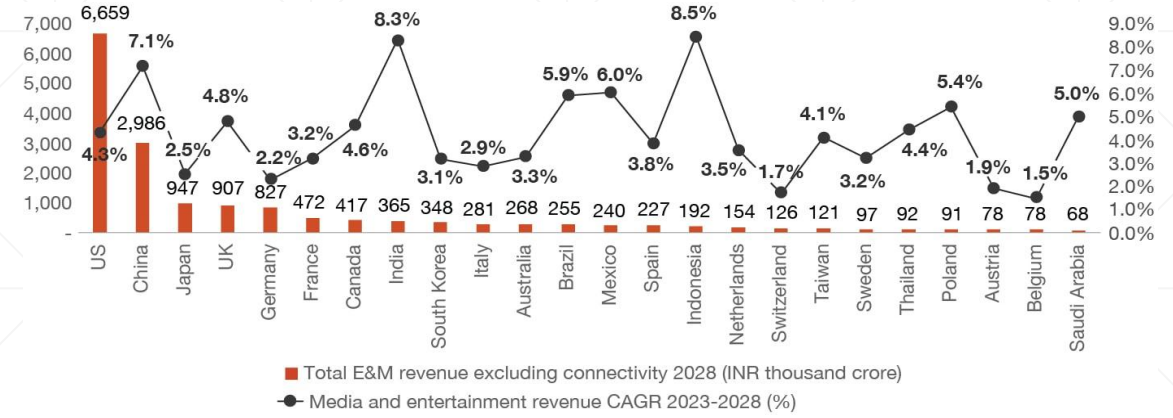
आईआईएमसी -नई दिल्ली

## विषयः

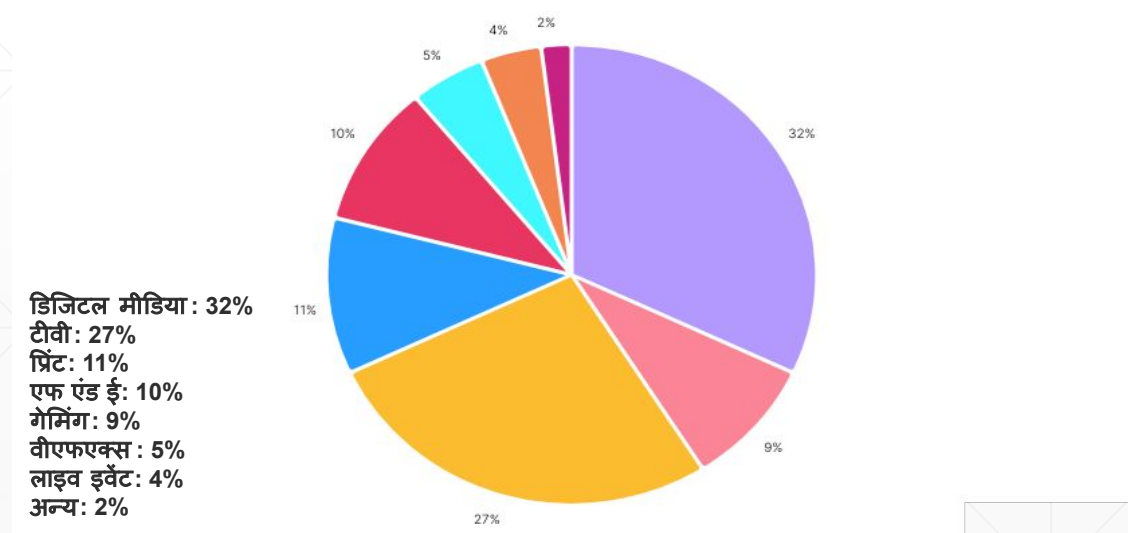
1. मीडिया और मनोरंजन
  2. भारतीय निर्माता अर्थव्यवस्था
  3. भारत में ओटीटी का उदय
  4. एल्गोरिदमिक मनोरंजन
  5. एआई और रचनात्मक अर्थव्यवस्था
  6. ग्लोबलाइज़ेशन और ग्लोकलाइज़ेशन
  7. सॉफ्ट पावर और डिजिटल कूटनीति
  8. मीडिया और सूचना साक्षरता की आवश्यकता
-

# भारतीय मीडिया और मनोरंजन परिदृश्य :

- भारत उन शीर्ष दस देशों में से एक है जो मीडिया और मनोरंजन के माध्यम से उच्च राजस्व अर्जित कर रहा है।
- दुनिया भर में मीडिया और मनोरंजन उद्योग रचनात्मक अर्थव्यवस्था के लिए महत्वपूर्ण है।
- मोबाइल मीडिया और निजीकरण में बढ़ती वृद्धि के कारण देखी जाएगी ।
- मीडिया और रचनात्मक उद्योग का वैश्विक स्तर पर 7.5% की चक्रवृद्धि वार्षिक वृद्धि दर से 2871.79 बिलियन डॉलर तक बढ़ने का अनुमान है, तथा इसके 3825.97 बिलियन डॉलर तक पहुंचने की उम्मीद है।
- डिजिटल मीडिया: कुल एम एंड ई राजस्व हिस्सेदारी का 32%; गेमिंग: कुल एम एंड ई राजस्व हिस्सेदारी का 9%; टेलीविजन: कुल एम एंड ई राजस्व हिस्सेदारी का 27% तक गिर गया; प्रिंट: कुल एम एंड ई राजस्व हिस्सेदारी का केवल 11%।



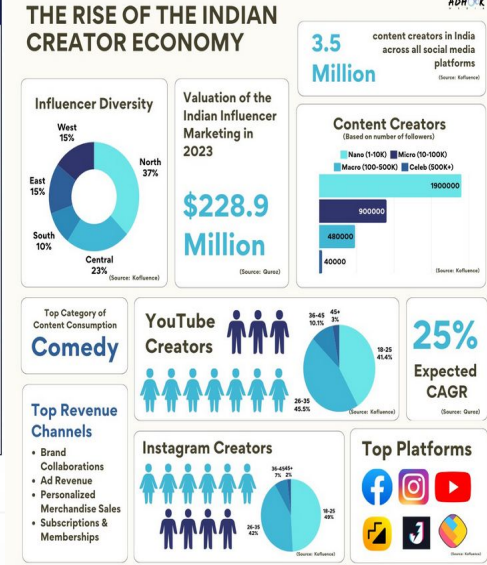
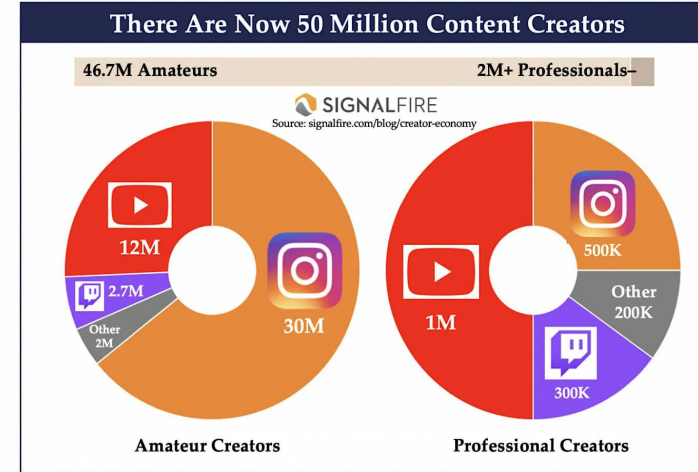
■ Digital media   
 ■ Gaming   
 ■ Television   
 ■ Print   
 ■ Film & Entertainment   
 ■ Animation & VFX   
 ■ Live events   
 ■ Others



# भारतीय निर्माता अर्थव्यवस्था

नैनो-क्रिएटर्स के पास बहुमत (10,000 फॉलोअर्स) है। सबसे कम हिस्सा सेलिब्रिटी क्रिएटर्स का है।

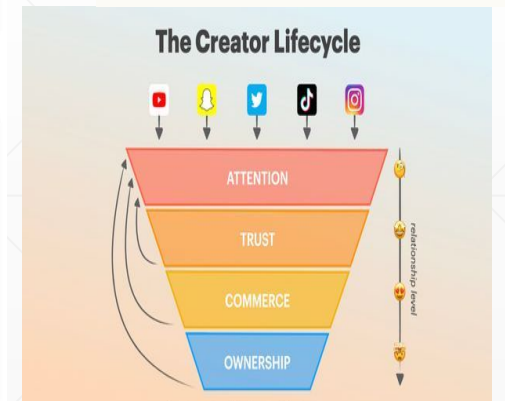
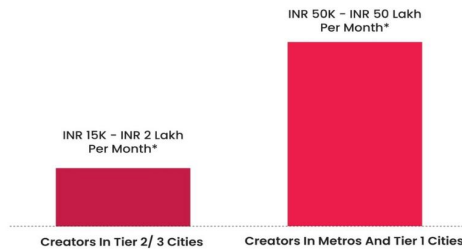
- क्रिएटर इकोनॉमी डिजिटल इकोसिस्टम को सुदृढ़ करता है जहाँ व्यक्तिगत क्रिएटर जैसे यूट्यूबर्स, टिकटॉकर्स और डिजिटल आर्टिस्ट सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म (कंटेंट क्रिएशन, पर्सनल ब्रांडिंग, कम्युनिटी एंगेजमेंट)।
- बोस्टन कंसल्टिंग ग्रुप ने 2025 में इस बात पर प्रकाश डाला है कि भारत के निर्माता वर्तमान में प्रतिवर्ष 350 बिलियन डालर से अधिक उपभोक्ता खर्च को प्रभावित करते हैं।
- 37% क्रिएटर सामग्री उत्तर भारत से है। दूसरे स्थान पर (23%) मध्य भारत से है।
- कॉमेडी ही कुंजी है। इन्फोटेनमेंट और एडुटेनमेंट के लिए आदर्श शैली।
- ब्रांड सहयोग और प्रायोजित, प्लेटफॉर्मों से विज्ञापन-शेयर राजस्व, व्यक्तिगत माल की बिक्री और प्रशंसक सदस्यता और सदस्यता।
- 18 से 25 वर्ष और 26 से 35 वर्ष के युवा ज्यादातर कंटेंट निर्माण के व्यवसाय में हैं।



## India's Creator Economy

Estimated Number Of Creators: 100 Mn+

## What Creators Earn In India

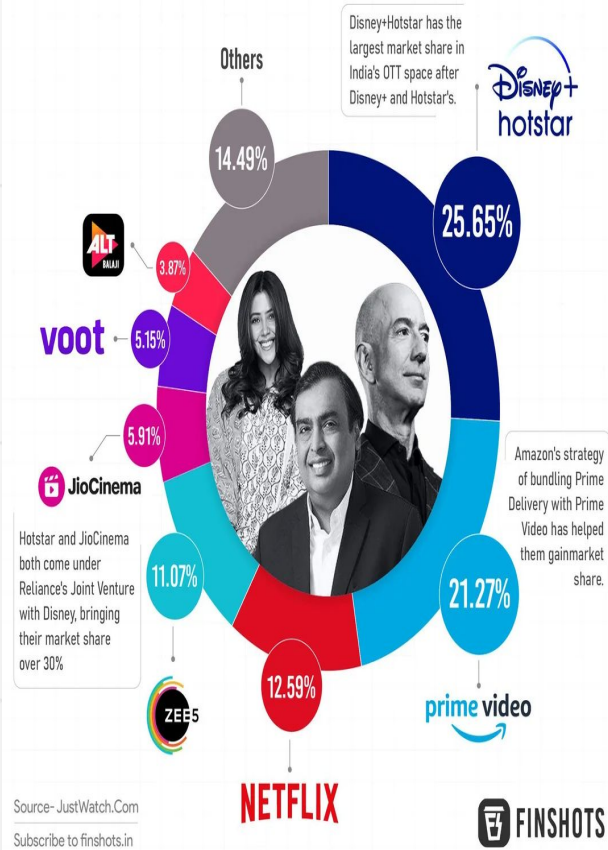


# भारत में ओटीटी का उदय

- ओटीटी (ओवर-द-टॉप) से तात्पर्य वीडियो और ऑडियो जैसी स्ट्रीमिंग मीडिया सेवाओं से है, जो प्रसारण प्रदाताओं को दरकिनार करते हुए सीधे इंटरनेट पर दर्शकों तक पहुंचाई जाती हैं।
- ओटीटी में वृद्धि 2016 से देखी जा रही है जब हॉटस्टार, नेटफ्लिक्स और प्राइम जैसे प्लेटफॉर्म बाजार में आए।
- 2019-जियो क्रांति: प्रतिस्पर्धी कीमतों पर हाई-स्पीड डेटा।
- 2020-21: कोविड महामारी और ओटीटी निर्भरता।
- 2022-25: बड़ी तकनीक कंपनियों द्वारा नए प्लेटफॉर्म का शुभारंभ और खेल आयोजनों की स्ट्रीमिंग। दूसरे शब्दों में, स्मार्ट एकीकरण का अगला चरण।

## OTT MARKET SHARE IN INDIA

India's OTT markets have multiple players and are fragmented.  
OTT in India has been popularised through bundling with telecom and other services.



- **ओटीटी बाजार:**  
2023 से 20.9% की वृद्धि (पीडब्ल्यूसी)-  
17,496 करोड़ रुपये
- **ओटीटी प्लेटफॉर्म:**  
लगभग 57, लगभग 10.1 करोड़ ग्राहक।
- **भारतीय ओटीटी उपयोगकर्ता -आधार:**  
601 मिलियन ग्राहक
- **प्रमुख ओटीटी:**  
कुल हिस्सेदारी का 38% हिस्सा YouTube के पास है

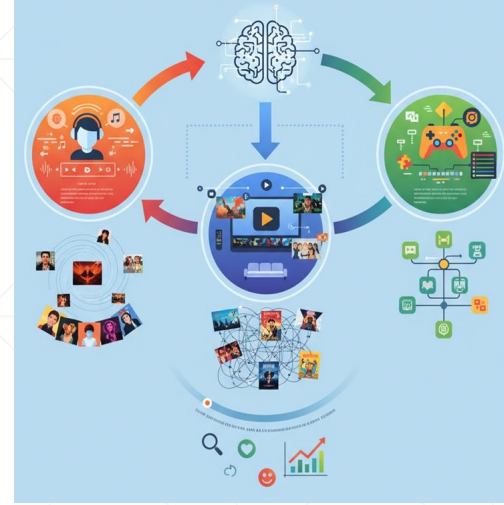
### यह उछाल क्यों?

- स्मार्टफोन का प्रवेश (55% और बढ़ रहा है)
- सदस्यता और विज्ञापन-आधारित मॉडल
- विविध सामग्री विकल्प
- स्थानीय सामग्री का उदय
- कनेक्टेड टीवी का विकास (वर्ष-दर-वर्ष 87% वृद्धि)

सदस्यता थकान, विशिष्ट सामग्री की चोरी, बढ़ती लागत, मूल्य संवेदनशीलता और प्लेटफार्मों के दीर्घकालिक समरूपीकरण के मामले में समस्याएं उभर सकती हैं।

# एल्गोरिदमिक मनोरंजन

- निजीकरण की पेशकश करने वाली एल्गोरिदमिक सिफारिशों तक एक गतिशील बदलाव हुआ है।
- इसे "एल्गोरिदमिक वर्नाक्यूलरिज्म" कहा जाता है। एल्गोरिदम भाषा संबंधी प्राथमिकताओं और स्थानीय सांस्कृतिक संकेतकों को ठीक से समायोजित करते हैं।
- "एल्गोरिदमिक वर्नाक्यूलरिज्म" रचनाकारों और सेवा प्रदाताओं को टियर 2 और 3 शहरों और ग्रामीण मनोरंजन अर्थव्यवस्थाओं को प्रभावी ढंग से सेवा प्रदान करने की अनुमति दे रहा है।
- वे विशेष रूप से ओटीटी और सोशल मीडिया के लिए वास्तविक समय की सामग्री के द्वारपाल की भूमिका भी निभा रहे हैं।
- हाइपर-पर्सनलाइजेशन की प्रक्रिया को बढ़ाने में एल्गोरिदम भी मौलिक रहे हैं। इसने चयनात्मक अवधारण के आधार पर जनसंस्कृति को धारणाओं को और भी नए सिरे से परिभाषित किया है।
- "व्यक्तिगत जनसंचार माध्यम" की एक नई अवधारणा आकार लेने लगी है।
- यहां तक कि विषय-वस्तु और प्रशंसक संस्कृति की वायरलिटी भी एल्गोरिदम द्वारा संचालित होती है।



## SOCIAL MEDIA PLATFORM ALGORITHMS



Engagement Algorithm



Interest Algorithm



Recommendation Algorithm



Relevance Algorithm

# एआई और रचनात्मक अर्थव्यवस्था

- एआई के मामले में, भारत में रचनात्मक अर्थव्यवस्था में भाषाई विभाजन को पाटने के लिए इसका उपयोग शुरू हो गया है।
- वेवएक्स प्लेटफॉर्म के अंतर्गत "कला सेतु" और "भाषा सेतु" जैसी पहलों का उद्देश्य भारत की सांस्कृतिक जटिलता को संबोधित करने के लिए उपकरण बनाना है।
- आदर्श आउटपुट के लिए विषय-वस्तु के विचार, दर्शकों के पूर्वानुमान और सांस्कृतिक वस्तुओं की पैकेजिंग के लिए पूर्वानुमानात्मक विश्लेषण और एआई-आधारित अनुशंसाओं को प्रोत्साहित किया जा रहा है।
- भारतीय रचनात्मक अर्थव्यवस्था में जनरेटिव एआई का मूल्य 85.35 बिलियन रुपये (2024-25) है और 2030 तक इसके 671 बिलियन रुपये तक बढ़ने की उम्मीद है (ग्लोबल न्यूज़वायर, 2025)।
- जनरेटिव एआई के वर्तमान डेवलपर्स भारतीय दर्शकों के लिए कहानी कहने के नए तरीकों (छवि, वीडियो, डिजाइन) को सक्षम करके पारंपरिक माध्यमों से आगे बढ़ने पर ध्यान केंद्रित कर रहे हैं।
- यद्यपि एआई का लक्ष्य लागत कम करना है, फिर भी बौद्धिक संपदा, कॉपीराइट और श्रम के पुनर्गठन पर नैतिक चिंताएँ हैं।



- सृजनकर्ता-नेतृत्व वाली ज्ञान अर्थव्यवस्थाओं का उदय: स्वतंत्र शिक्षक, पत्रकार, विषय विशेषज्ञ, आदि।
- कहानी कहने, संगीत और प्रभावशाली सहयोग के तत्वों का आक्रामक रूप से उपयोग किया जा रहा है।
- समाचार व्याख्याकार + रील्स + इंटरैक्टिव सामग्री (क्विंट, प्रिंट, बीबीसी, आदि)।
- सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म, विशेषकर शॉर्ट्स, माइक्रो-लर्निंग हब के नए रूप हैं।
- शिक्षा + मनोरंजन मीडिया और मनोरंजन उद्योग में नया उभरता हुआ क्षेत्र है।

# ग्लोबलाइजेशन और ग्लोकलाइजेशन

- आई.सी.टी ने कहानी कहने में संकरता लाकर बहुसंस्कृतिवाद को आकार दिया। इसने विभिन्न सांस्कृतिक समुदायों को एक साथ फलने-फूलने का अवसर भी दिया।
- सांस्कृतिक परिवर्तन की यह प्रक्रिया एकतरफा नहीं थी; बल्कि वैश्विक प्रारूपों के भारतीयकरण का उल्टा प्रवाह था। उदाहरण के लिए, शाक-टक इंडिया, बिग ब्रदर-बिग बास, आदि।
- संकरण ने वैश्विक कहानी कहने की संरचनाओं को संरक्षित करने और उन्हें स्थानीय संस्कृतियों के साथ मिलाकर वैश्विक सामग्री प्रारूपों को आकार देने में मदद की है।
- मुंबई के अलावा हैदराबाद, चेन्नई, कोच्चि और कोलकाता जैसे शहर बहुसांस्कृतिक तरीके से मीडिया सामग्री के विकास के लिए क्षेत्रीय मीडिया केंद्र बन गए हैं।
- दूसरा दिलचस्प अवलोकन यह है कि किस प्रकार वैश्विक विषय-वस्तु को भारत में आयात किया जा रहा है तथा फिल्मों और संगीत के रूप में उसे स्थानीय कथाओं के साथ मिलाया जा रहा है।
- उदाहरण के लिए, भारत में महामारी के बाद तमिल, तेलुगु, मलयालम और बंगाली में क्षेत्रीय सिनेमा की मांग में वृद्धि हुई है।
- ज़िगरथंडा डबलएक्स जैसी वैश्विक हिट फिल्में दिखाती हैं कि कैसे स्थानीय कहानियां प्रतिरोध, दोस्ती और न्याय जैसे सांवाभौमिक विषयों के माध्यम से अंतरराष्ट्रीय स्तर पर गूज सकती हैं।
- यहां तक कि भारतीय प्रवासी दर्शकों ने भी अपनी भाषाओं में विषय-वस्तु की मांग पैदा करना शुरू कर दिया है, जिससे वैश्विक मंचों को स्थानीय फिल्मों को प्राप्त करने और वैश्विक स्तर पर वितरित करने के लिए प्रोत्साहन मिल रहा है।
- 2022-24 के बीच, ओटीटी पर भारतीय फिल्मों ने लगभग 323 मिलियन डॉलर का राजस्व अर्जित किया है। इसके अलावा, प्राइम डे (2025) के दौरान, भारतीय भाषा की सामग्री 224 देशों और क्षेत्रों (ईटी, 2025) में देखी गई।
- इसका नवीनतम उदाहरण कंटारा चैप्टर 1 है, जिसने वैश्विक स्तर पर 590 करोड़ रुपये का राजस्व अर्जित किया है (ईटी, 2025)।





# मीडिया और सूचना साक्षरता की आवश्यकता

- एल्गोरिदम और सामग्री के निजीकरण के लिए मीडिया और सूचना साक्षरता।
  - इन्फोटेनमेंट और एडुटेनमेंट परतों की पहचान के लिए मीडिया और सूचना साक्षरता।
    - प्लेटफ़ॉर्म साक्षरता और व्यक्तिगत गोपनीयता
    - नैतिक उपभोग के लिए मीडिया और सूचना साक्षरता
  - गलत सूचना का मुकाबला करने के लिए मीडिया और सूचना साक्षरता महत्वपूर्ण है।
-