



REVIEW OF RESEARCH

ISSN: 2249-894X

IMPACT FACTOR : 5.7631 (UIF)

VOLUME - 13 | ISSUE - 8 | MAY - 2024



डिजिटल मीडिया के दौर में समाचार पत्रों की स्थिति

डॉ. आशीष रामबचन दुबे

सहायक प्रोफेसर, भारतीय जन संचार संस्थान पश्चिम क्षेत्रीय परिसर अमरावती, महाराष्ट्र.

सारांश

भारतीय पत्रकारिता का इतिहास उतार चढ़ाव भरा रहा है. 29 जनवरी 1780 को जेम्स अगस्टम हिक्की के 'कैलकटा जर्नल एडवाइजर' पत्र के साथ समाचार पत्र प्रकाशन का दौर शुरू हुआ. वर्ष 1826 में प्रकाशित अंग्रेजी अखबार 'बंगाल गजट' से भारतीय स्वामित्व वाले समाचार पत्र का दौर शुरू हुआ उस दौर में भारतीय समाचार पत्रों को कई चुनौतियों और संकटों का सामना करना पड़ा. ब्रिटिश हुकुमत के अमानवीय अत्याचार और कड़े कानून के बावजूद भारत में समाचार पत्रों का प्रकाशन होता रहा. देश के आजाद होने के बाद भारतीय समाचार पत्रों के समक्ष चुनौतियां, संकट और संघर्ष कम नहीं हुआ 90 के दशक में वैश्वीकरण और इंटरनेट ने



नई चुनौती और संकट को पैदा किया इन चुनौतियों के बावजूद भारत में समाचार पत्रों की स्थिति बेहतर बनी रही हालांकि भारत में समाचार पत्रों की स्थिति का अध्ययन करने और जानने के लिए पहला व्यवस्थित अध्ययन वर्ष 1952 में गठित पहले प्रेस आयोग के मार्फत हुआ. देश में सूचना और प्रौद्योगिकी के विकास तेजी से हो रहा है पिछले 10 वर्षों में इंटरनेट उपयोगकर्ताओं की संख्या लगातार बढ़ रही है वर्तमान में डिजिटल मीडिया डिजिटल मीडिया से मिल रही चुनौतियों को देखते हुए डिजिटल मीडिया के दौर में समाचार पत्रों की स्थिति को जानने के लिए अध्ययन करना आवश्यक प्रतीत होता है. हालांकि मीडिया विशेषज्ञ, शिक्षाविद् और वरिष्ठ पत्रकार लगातार दावा करते आ रहे हैं कि भारत में समाचार पत्रों का भविष्य उज्ज्वल है. इस अध्ययन के दौरान आम जनमानस के साथ ही पेशेवर पत्रकार और पत्रकारिता की नवागत पीढ़ी के मन में उठने वाले सवालों और जिज्ञासाओं का तथ्यों के संकलन और उनका विश्लेषण कर सटीक उत्तर खोजने का प्रयास किया गया.

बीज शब्द : भारत, डिजिटल मीडिया, इंटरनेट, पत्रकारिता, समाचार पत्र.

प्रस्तावना

भारत में प्राचीन काल से ही पत्रकारिता किसी न किसी रूप में देखने को मिलती है वर्तमान में पत्रकारिता अखबार और समाचार चैनलों और डिजिटल माध्यमों के जरिए देखने को मिल रही है. जबकि प्राचीन समय में समाचार पत्र जैसी कोई चीज नहीं थी. राज्य का प्रधान या शासन अपने आदेशों, निर्देश या सूचनाओं से अपनी प्रजा या जनता को अवगत कराने के लिए घोषणाओं का सहारा लेते थे शासन का कोई प्रतिनिधि जनता के बीच जाकर ढोल पीटकर लोगों को जमा करते थे. उन्हें शासक के फरमान से अवगत कराते थे कुछ पत्रकों का सहारा भी लेते थे. इसका सटिक उदाहरण सम्राट अशोक के शिलालेख है. मुगल काल के दौरान समाचार प्राप्ति के साधनों के क्षेत्र में एक नए युग का प्रारंभ हुआ 'वाक्यानवीस' के माध्यम से सूचनाएं जुटाते और उसे हस्तलिखित पत्र निकालने वालों को भेज देते थे इसी क्रम में आखरी मुगल शासक बहादुरशाह जफर के शासन काल में हस्तलिखित सिराज उल अखबार ' था.

आधुनिक काल में भारत में छापखाने की स्थापना होने से एक नए युग का सूत्रपात हुआ वर्ष 1557 से लेकर 1779 तक देश के विविध हिस्सों में छापखाने शुरू किए गए प्रिंटिंग प्रेस और समाचार पत्रों के महत्व से परिचित थे. इसके फलस्वरूप असंतुष्ट अंग्रेज अधिकारियों ने भारत में समाचार पत्रों के प्रकाशन करने का प्रयास किया. पहला प्रयास सन् 1768 में हुआ. किंतु यह विफल रहा दूसरा प्रयास 29 जनवरी 1780 में जेम्स अगस्टम हिक्की के 'कैलकटा जरनल एडवाइजर' पत्र के साथ सफल हुआ. इसी के साथ स्वतंत्रता संग्राम के दौरान आधुनिक पत्रकारिता का जन्म हुआ 'पत्रकारिता आधुनिकता की एक विशिष्ट उपलब्धि है.' (जोशी, 1991). 'भारत में पहला अखबार सन् 1780 में जेम्स अगस्टम हिक्की ने बंगाल गजट नाम से निकाला. (सिंह, 2017). हालांकि उस दौर में भारत की जनसंख्या के मुकाबले शिक्षित लोगों की संख्या कम थी. संसाधन भी पर्याप्त नहीं थे. गुलाम भारत के अधिकांश लोगों की आर्थिक स्थिति ठीक नहीं थी. लिहाजा उस दौर में समाचार पत्रों का प्रकाशन करना हर किसी के बस की बात नहीं थी. उससे भी कहीं अधिक उसे खरीदकर पढ़ना आम जनमानस के लिए संभव नहीं था. बावजूद इसके भारतीय समाचार पत्रों का लगातार प्रकाशन होता रहा. उसका प्रभाव भी जनमानस पर पड़ा. ऐसा कोई दशक नहीं होगा जब भारत में पत्रकारिता ने संकट, चुनौतियां और समस्याओं का सामना नहीं किया होगा.

आज का युग विज्ञान, सूचना और प्रौद्योगिकी का युग है जन संचार के लिहाज से पहले इंटरनेट और उसके बाद डिजिटल मीडिया का विकास हुआ. विश्व के दूसरे देशों के साथ ही भारत में इंटरनेट और डिजिटल मीडिया का विकास तेजी से हुआ उससे दुगुनी गति से विस्तार भी हुआ है. इस विकास ने पत्रकारिता और समाचार पत्र जगत में कई परिवर्तन लाए अखबार रंगीन हो गए, उसके बाद ले आउट और डिजाइन में परिवर्तन हुआ और अखबार आकर्षक बन गए. समय के साथ अखबार उत्पाद और समाचार पत्र संस्थान उद्योग और पत्रकार पेशेवर बन गए. बदलाव ने पत्रकारिता जगत के सामने चुनौतियां भी खड़ी कर दी है यह चुनौती है, अपने अस्तित्व को बचाने की.

दरअसल, इस उत्पाद के समक्ष इक्कीसवीं शताब्दी में बड़ी तेजी से भारत में डिजिटल मीडिया का विकास और विस्तार हो रहा है यह एक बड़ी चुनौती बनकर उभरा है. डिजिटल मीडिया और इंटरनेट से जुड़े क्लियों पर हुए विविध शोध अध्ययन में यह पाया गया है कि भारत में सर्वाधिक उपयोगकर्ता इंटरनेट का इस्तेमाल सोशल मीडिया के लिए करते हैं साल दर साल सोशल मीडिया उपयोगकर्ताओं की संख्या बढ़ रही है, ऐसे में भारत में समाचार पत्र के भविष्य को लेकर आशंका जताई जा रही है कि इंटरनेट और डिजिटल मीडिया के दौर में क्या भारत में समाचार पत्र बंद हो जाएंगे इस आशंका से पत्रकारिता की नई पीढ़ी डिजिटल मीडिया की ओर अधिक रुख कर रही है. युट्यूब पर समाचार देने वाले चैनल तेजी से शुरू हो रहे हैं इनमें अधिकांश बरसों तक किसी संस्थान में पत्रकारिता करने वाले मीडिया पेशेवर हैं. उससे पत्रकारिता की नवागत पीढ़ी की आशंकाओं को और बल मिल रहा है

शोध उद्देश्य

1. इंटरनेट और डिजिटल मीडिया के उपयोगकर्ताओं की संख्या का अध्ययन करना
2. डिजिटल मीडिया के प्रारंभ से लेकर अब तक समाचार पत्रों की स्थिति का अध्ययन करना.
3. प्राप्त तथ्यों के आधार पर समाचार पत्रों के भविष्य का अध्ययन करना.

शोध प्रविधि

'डिजिटल मीडिया के दौर में समाचार पत्रों की स्थिति' विषय पर अध्ययन करने के लिए विश्लेषणात्मक शोध प्रविधि का उपयोग किया जाएगा. शोध अध्ययन के लिए द्वितीयक डाटा का उपयोग किया जाएगा.

भारत में इंटरनेट और डिजिटल मीडिया का विकास

विश्व के दूसरे देशों के मुकाबले भारत में इंटरनेट देरी से पहुंचा विश्व के दूसरे देशों में इंटरनेट के हो रहे इस्तेमाल के बीच 90 के दशक में भारत में इंटरनेट के आगमन को लेकर चर्चाएं जारी थीं वास्तविक रूप से भारत में इंटरनेट सेवा की शुरुआत 15 अगस्त 1995 से हुई. विदेश संचार निगम ने देश का पहला इंटरनेट कनेक्शन दिया था जिसे चलाने के लिए एक लैंडलाइन फोन जरूरी था. वर्ष 1997 में भारत में टेलीफोन उपयोगकर्ताओं की संख्या 4.54 मिलियन थी. (कुमार, 2018). किंतु इंटरनेट की सुविधा कुछ ही लोगों के पास थी. इनमें विशेष रूप से शैक्षणिक संस्थान और सरकारी कार्यालयों और कुछ प्रतिष्ठित वर्ग का समावेश था उस समय किसी ने कल्पना नहीं की होगी कि महज 3 दशक से भी कम समय में भारत में इंटरनेट उपयोगकर्ताओं के मामले में भारत इतनी तेजी से गति करेगा. डब्ल्यूडब्ल्यूडब्ल्यू

अर्थात् वर्ल्ड वाइड वेब की शुरुआत वर्ष 1989 में शुरू हुई थी। वेब 1.0 का प्रारंभ स्टैटिक यानी स्थिर पेजों से हुई थी। 20वीं शताब्दी के अंत तक इसकी पहुंच भारत में भी तेजी से होने लगी

इक्कीसवीं शताब्दी के प्रारंभ में ही वेब 2.0 ने दस्तक दे दी। यह दौर यूजर जेनरेटेड कंटेंट का है अभी वेब 2.0 ही चलन में है। इंटरनेटलाइव स्टेटस की एक रिपोर्ट के मुताबिक वर्ष 2002 में भारत की जनसंख्या एक अरब 9 करोड़ 1 लाख 89 हजार 358 थी। इसमें इंटरनेट यूजर्स की संख्या 1 करोड़ 67 लाख 65 हजार 756 थी। जुलाई 2016 में भारत की जनसंख्या 1 अरब 32 करोड़ 68 लाख 1 हजार 576 थी। इसमें इंटरनेट यूजर्स की संख्या 46 करोड़ 21 लाख 24 हजार 989 थी। डाटा रिपोर्टल की रिपोर्ट के मुताबिक वर्ष 2024 के प्रारंभ में भारत में इंटरनेट यूजर्स की संख्या 751.5 मिलियन थी। जो कि कुल आबादी का 52.4 फीसदी से अधिक है। जनवरी 2024 तक इंटरनेट यूजर्स में से सोशल मीडिया प्लेटफार्म पर सक्रिय उपयोगकर्ताओं की संख्या 462 मिलियन से अधिक थी। पिछले पांच वर्षों से विश्व के साथ ही भारत में इंटरनेट के वेब 3.0 वर्जन की चर्चा हो रही है।

जनसत्ता अखबार में प्रकाशित एक रिपोर्ट के मुताबिक वेब 3.0 के आने से एक क्रांतिकारी बदलाव होगा। यह पहले के दो पीढ़ियों से बिल्कुल अलग होगा। यह भविष्य का इंटरनेट होगा। इस दावे के पीछे यह भी तर्क दिया जा रहा है कि वेब 3.0 में उपयोगकर्ताओं को वह सारे अधिकार प्राप्त होंगे जो अब तक नहीं मिल पाए हैं। इनमें डाटा का उपयोग, नियंत्रण और मालिकाना हक शामिल है। यह उन्नत तकनीक पर आधारित होगा। जोकि वेब 2.0 के मुकाबले कहीं अधिक सशक्त होगा। भारत में इंटरनेट यूजर्स की संख्या में तेजी आने के बाद डिजिटल मीडिया का विकास भी तेजी से हुआ है। कई नए हितधारक ऑनलाइन समाचार पोर्टल आदि इंटरनेट पर छा गए हैं

भारत में समाचार पत्रों का विकास

‘भारत में प्रारंभिक पत्रकारिता केवल प्रेसीडेंसी कस्बों—कलकत्ता, मद्रास तथा बंबई में स्थापित हुई। (शर्मा, 1978)। ‘ भारतीय पत्रकारिता की परंपरा का मूल या गुणसूत्र (डीएनए) राष्ट्रप्रेम रहा है। भारत में पत्रकारिता राष्ट्रवाद की अलख के साथ ही शुरू हुई। (शंकर, 2021)। भारत में समाचार पत्रों के विकास और इतिहास को पांच कालखंडों में बांटा जा सकता है इनमें पहला कालखंड 1780 से 1850 तक, दूसरा कालखंड 1851 से 1900 तक, तीसरा कालखंड 1901 से 1950 तक, चौथा कालखंड 1951 से 2000 तक और पांचवां कालखंड वर्ष 2001 से अब तक। इन पांचों कालखंडों में भारतीय पत्रकारिता और समाचार पत्र तथा पत्रकारिता ने काफी उतार-चढ़ाव और संघर्ष को देखा है 18वीं शताब्दी के अंत तक अनेक पत्र प्रेसीडेंसी कस्बों से प्रकाशित और एं ग्लोभल भारतीय प्रेस की नींव अच्छी तरह से जम गई। लेकिन ये पत्र भारतीय हितों की ओर कोई ध्यान नहीं देते थे। 19वीं शताब्दी के प्रारंभ में लार्ड वैलेस्ली का रुख प्रेस के प्रति कड़ा था। लिहाजा प्रथम दो दशक भारत में प्रेस के उद्भव व विकास में बाधक रहे। वर्ष 1818 का वर्ष पत्रकारिता के लिए सुनहरा रहा। इस वर्ष भारतीय भाषा में पहला अखबार ‘दिग्दर्शन’ प्रकाशित हुआ। वर्ष 1817 तक निकलने वाले अखबार अंग्रेजी भाषा में होते थे ‘दिग्दर्शन के पश्चात बंगाल से दो साप्ताहिक पत्र बंगाल की क्रांतिकारी भूमि से निकले ‘बंगाल गजट’ (बंगाली में) और सीरामपुर से ‘समाचार दर्पण’ जो साप्ताहिक पत्र था’। (नटराजन, 1955)।

भारतीय भाषाओं में पत्र शुरू करने का श्रेय राजा समोहन राय को जाता है। उन्होंने 1822 में ‘संवाद कौमदी’ नामक बंगला साप्ताहिक को आरंभ किया। 30 मई 1826 को युगलकिशोर शुक्ल ने कलकत्ता से हिंदी का पहला अखबार ‘उदन्त मार्तण्ड’ का प्रकाशन किया। हालांकि यह पत्र 1827 में बंद हो गया था वर्ष 1832 में मराठी का पहला अखबार ‘दर्पण’ का प्रकाशन बालशास्त्री जांभेकर ने महाराष्ट्र से निकाला। (लेले, 2009)। लार्ड विलियम बेंटिक के बंगाल के गवर्नर जनरल रहते हुए भारत में प्रेस का विकास तेजी से हुआ किंतु 1835 में प्रेस पर एक बार फिर कड़ाई किए जाने से पत्रकारिता के विकास में बधा निर्माण हुई। ‘सन 1839 तक केवल कलकत्ते में 26 यूरोपियन पत्र प्रकाशित होते थे। इनमें 9 दैनिक थे। इनके अतिरिक्त 9 पत्र भारतीय भाषा में प्रकाशित होते थे। बम्बई में 10 गोरों द्वारा तथा चार भारतीयों द्वारा और मद्रास में 9 गोरों द्वारा पत्र प्रकाशित हो रहे थे। (शर्मा, 1978)। ‘ उत्तर प्रदेश में परसियन तथा उर्दू प्रेस का विकास तेजी से हो रहा था। सन 1833 में मुंशी वाजिद अली ने ‘जूबदत्त—उल अखबार परसियन भाषा में आरंभ किया। (नटराजन, 1955)।

1857 की क्रांति के बाद ब्रिटिश शासन का रुख अखबारों को लेकर काफी कड़ा रहा। ‘1910 के प्रेस कानून से सभी समाचार पत्र प्रभावित हुए। ऐसा माना जाता है कि इस अधिनियम के अधीन 1000 प्रकाशनों पर मुकदमे चले और प्रथम 5 वर्ष में सरकार ने अखबारों से जमानत राशि और कुर्की के रूप में पांच लाख रुपए की राशि जमा करवाई। (टंडन, 2021)। समाचार पत्रों के विकास की दृष्टि से तीसरा काल खंड स्वतंत्रता संग्राम को पूरी तरह से समर्पित रहा इस कालखंड तक समाचार पत्र जनमानस में राष्ट्रीय आंदोलन और राष्ट्रीय चेतना तथा राष्ट्रीय भावना को जगाने का काम कर रहे थे। साथ ही सामाजिक सुधार की दृष्टि से भी अखबारों ने अपने कार्य को जारी रखा। विकास

यात्रा के चौथे और पांचवें कालखंडों की तुलना में भारतीय समाचार पत्रों को चौथे कालखंड में जून 1975 से वर्ष 1977 तक का समय अखबारों के कई समाचार पत्रों के लिए संघर्ष वाला रहा 'आपातकाल के दौरान 3801 समाचार पत्रों के डिक्लोरेशन जप्त कर लिए गए थे' (भगत, 2021).

चौथे कालखंड में ही भारत में 15 सितंबर 1959 को टेलीविजन समाचार बुलेटिन प्रसारित किया गया. देश में नियमित रूप से टेलीविजन पर समाचारों का प्रसारण 15 अगस्त 1965 से शुरू हुआ. 80 के दशक में टेलीविजन का विस्तार तेजी से हुआ 1990 में खाड़ी युद्ध के बाद केबल टीवी का विकास हुआ. वर्ष 1995 में इंटरनेट का विकास हुआ कई अखबारों ने वर्ष 1998 से 99 के मध्य इंटरनेट पर अपनी उपस्थिति दर्ज कराई. वर्ष 2000 में हिंदी अखबारों ने भी इंटरनेट पर अपनी मौजूदगी दर्ज कराई अंग्रेजी अखबार 'द हिंदू' ने ई-समाचार पत्र की सेवा शुरू की. राजस्थान पत्रिका ने वर्ष 2008 में अपनी वेबसाइट को इंटरएक्टिव बनाते हुए भारत में ईसमाचार पत्रों का दूसरी शुरुआत की

डिजिटल मीडिया का समाचार पत्रों पर प्रभाव

भारत में इंटरनेट उपयोगकर्ताओं की दिन ब दिन तेजी से बढ़ती संख्या और डिजिटल मीडिया के उपयोगकर्ताओं के बढ़ते ग्राफ को देखते हुए माना जा रहा था कि इसका सीधा असर भारतीय अखबारों पर होगा. इसके लिए पश्चिमी प्रिंट मीडिया का हवाला दिया जा रहा था. मोरडोर इंटेलेजेंस की प्रकाशित एक अध्ययन रिपोर्ट के मुताबिक उत्तरी अमेरिका, यूरोप, एशिया-प्रशांत, लैटिन अमेरिका और मध्य-पूर्व और अफ्रीका में डिजिटल क्रांति के बाद बड़े पैमाने पर समाचार पत्रों के सर्कुलेशन में गिरावट दर्ज की गई वर्ष 2000 में समाचार पत्रों की दैनिक प्रसार संख्या 60 मिलियन थी. वर्ष 2016 में यह संख्या घटकर 33.5 मिलियन हो गई. अगले दो वर्ष अर्थात वर्ष 2018 में घटकर 28.6 मिलियन हो गई. जिससे कई अखबारों के मालिक अखबारों का आकार कम करने और दूसरे प्लेटफार्मों का रख कर रहे हैं

'वर्ष 2008 वाली जानलेवा मंदी लगातार गिरते सर्कुलेशन और विज्ञापन में घटते हिस्से की मार अमेरिका समेत कई पश्चिमी देशों का प्रिंट मीडिया नहीं झेल पाया. वर्ष 2004 के बाद अकेले अमेरिका में ही कम से कम 2100 जाने-माने अखबार बंद हो चुके हैं जिनमें से 70 साप्ताहिक पत्रिकाएं थीं. कई दैनिक अखबार साप्ताहिक में बदल चुके हैं कितने अखबार बंद हो चुके हैं (क्रांति, 2021). विश्व के दूसरे देशों के मीडिया रिपोर्ट को देखते हुए भारत में समाचार पत्रों की स्थिति को लेकर विविध स्तर और मंचों की ओर से चिंता जाहिर होना स्वाभाविक है. हालांकि विश्व के विकसित देशों के मुकाबले भारत में इंटरनेट और डिजिटलाइजेशन का दौर देर से शुरू हुआ जो कि कुल आबादी का 32 फीसदी से अधिक है. डिजिटलाइजेशन और 24 घंटे चलने वाले समाचार चैनलों की संख्या में भारी इजाफा होने के बावजूद भी भारत में लगातार समाचार पत्रों की संख्या और उनके पाठकों की संख्या में लगातार इजाफा हो रहा है

रजिस्ट्रार ऑफ न्यूजपेपर्स ऑफ इंडिया (आरएनआई) की रिपोर्ट के मुताबिक वर्ष 1996 में भारत में कुल प्रकाशन की संख्या 39 हजार 149 थी. इनमें दैनिक की संख्या 4 हजार 680 और साप्ताहिक की संख्या 14 हजार 300 थी. सर्कुलेशन 894.3 लाख प्रतियां थीं. वर्ष 1997 में कुल प्रकाशन 41 हजार 705 थे. इनमें दैनिक 4 हजार 719 और साप्ताहिक 14 हजार 743 हो गए. सर्कुलेशन 1057 लाख प्रतियां था. वर्ष 1998 में कुल प्रकाशन 43 हजार 828 थे. इनमें दैनिक 4 हजार 890 और साप्ताहिक 15 हजार 645 हो गए. सर्कुलेशन 1278 लाख प्रतियां था. वर्ष 1999 में कुल प्रकाशन 46 हजार 655 थे. इनमें दैनिक 5 हजार 157 और साप्ताहिक 16 हजार 872 हो गए. सर्कुलेशन 1301 लाख प्रतियां था.

बीस वर्षों बाद वर्ष 2016 में कुल प्रकाशनों की संख्या बढ़कर 1 लाख 10 हजार 851 हो गई. इनमें दैनिकों की संख्या 16 हजार 136 और साप्ताहिक 94 हजार 715 हो गए. सर्कुलेशन भी बढ़कर 3145 लाख प्रतियां हो गया. वर्ष 1997 में कुल प्रकाशन 41 हजार 705 थे. इनमें दैनिक 4 हजार 719 और साप्ताहिक 14 हजार 743 हो गए. सर्कुलेशन 1057 लाख प्रतियां था. दो वर्ष बाद वर्ष 2018 में कुल प्रकाशन बढ़कर 1 लाख 18 हजार 239 हो गए. इनमें दैनिक 17 हजार 573 और साप्ताहिक 1 लाख 666 हो गए. सर्कुलेशन 4300.66 लाख प्रतियां हो गया. वर्ष 2020-21 में कोविड संक्रमण का असर समाचार पत्रों पर जरूर पड़ा किंतु इससे अखबार जल्द ही उबर गए आरएनआई की 31 मार्च 2022 तक की रिपोर्ट के मुताबिक कुल पंजीकृत प्रकाशनों की संख्या एक लाख 46 हजार 45 थी. इस अवधि में 1 हजार 525 नए प्रकाशन पंजीकृत हुए. कुल पंजीकृत प्रकाशनों में से समाचार पत्रों की संख्या 20 हजार 821 हो गए. सर्कुलेशन 39 करोड़ 17 लाख 12 हजार 282 हो गया. यह आंकड़े केवल उन प्रकाशकों के हैं जिन्होंने आरएनआई को अपना विवरण प्रस्तुत किया है

निष्कर्ष

भारत में समाचार पत्रों का विकास जिस तेजी से हुआ उसने विश्व के अन्य देशों को हैरत में डाल दिया है भारत में साक्षरता की बढ़ती दर और विज्ञान, सूचना प्रौद्योगिकी में निरंतर हो रहे विकास की बदौलत भारत में इंटरनेट और डिजिटल मीडिया का विकास तेजी से हो रहा है। डाटा रिपोर्टल के आंकड़ों के मुताबिक जनवरी 2024 में भारत में सक्रिय (एक्टिव) मोबाइल कनेक्शन की संख्या कुल आबादी का 78 फीसदी अर्थात् 1.12 बिलियन था। शोध के दौरान प्राप्त तथ्य और आंकड़ों का सुक्ष्म विश्लेषण करने पर यह ज्ञात होता है कि डिजिटल दौर में भी भारत में समाचार पत्रों की स्थिति बेहतर है। शोध के दौरान इंडियन न्यूज पेपर सोसायटी (आईएनएस) की 84वीं वार्षिक रिपोर्ट 2022-23 का अध्ययन करने पर ज्ञात हुआ कि भारत में आईएनएस के सदस्यों का विज्ञापन कारोबार 2022 में 14 हजार 892.34 करोड़ था। जबकि वर्ष 2021 में यह 12 हजार 268.03 करोड़ रुपए था।

आरएनआई की रिपोर्ट 2019-20 के मुताबिक भारत जैसे देश में जानकारी तक लोगों की पहुंच के महत्व को कम करके नहीं आंका जा सकता है। हमारे देश में प्रिंट मीडिया लोकतांत्रिक प्रणाली के सबसे महत्वपूर्ण स्तंभों में से एक है 31 मार्च, 2020 तक भारत में 1,43,423 प्रकाशन (समाचारपत्र और पत्रिकाएं) पंजीकृत किए गए हैं, जो प्रिंट मीडिया की निरंतर वृद्धि को दर्शाता है। पंजीकृत प्रकाशनों की संख्या में वृद्धि होना इस बात का सूचक है कि श्रव्य दृश्य और डिजिटल मीडिया के प्रसार ने प्रिंट मीडिया के अस्तित्व और वृद्धि पर प्रतिकूल प्रभाव नहीं डाला है।

यह आम नागरिक को अपने अधिकारों का दावा करने और लोकतंत्र को मजबूत करने में भाग लेने के लिए सशक्त बनाता है। प्रिंट मीडिया ने अपने आधुनिक दृष्टिकोण के साथ नए परिवर्तनों और चुनौतियों का उचित तरीके से सामना किया है। इसने सूचना प्रौद्योगिकी को अपनाया है, जिसके परिणामस्वरूप अधिक गति और सस्ती कीमत के साथ बेहतर कवरेज मिला है। हालांकि, प्रिंट मीडिया की पाठक संख्या में नकारात्मक वृद्धि देखी जा रही है।

आंकड़े बताते हैं कि पाठकों के बीच क्षेत्रीय भाषा के प्रकाशनों के प्रति बहुत आत्मीयता है और यही कारण है कि इन प्रकाशनों के संस्करण उन शहरों से निकाले जा रहे हैं जहां संबंधित भाषाएं बोलने वालों की बड़ी आबादी है। भारत में केवल समाचार पत्रों की संख्या में ही इजाफा नहीं हो रहा है। बल्कि उनकी आय में भी निरंतर वृद्धि हो रही है। स्टेटिस्टा की एक रिपोर्ट के मुताबिक भारत में समाचार पत्रों का राजस्व वर्ष 2018 में 294 बिलियन था। जोकि वर्ष 2020 में कोविड संक्रमण काल में घटकर 184.9 बिलियन पर आ गया था। वर्ष 2023 में यह 253 बिलियन था। अनुमान के मुताबिक वर्ष 2025 में यह 273 बिलियन से अधिक का होगा। इससे यह ज्ञात होता है कि भारत में समाचार पत्रों की स्थिति बेहतर है।

संदर्भ सूची

1. सिंह. डी- 2017, विश्व मीडिया विमर्श, कल्पना प्रकाशन, नई दिल्ली.
2. तिवारी.ए. 2019, मीडिया समग्र, वाणी प्रकाशन, नई दिल्ली.
3. द्विवेदी. एस. 2023, संचार माध्यम, भारतीय जन संचार संस्थान नई दिल्ली.
4. लेले.आर. 2009, मराठी वृत्तपत्रांच्या इतिहास कॉन्टिनेंटल प्रकाशन पुणे.
5. जोशी. एस. 1991, हिंदी पत्रकारिता विकास और विविध आयाम, राजस्थान हिंदी ग्रंथ अकादमी जयपुर.
6. नटराजन.जे., 1955, हिस्ट्री ऑफ इंडियन जर्नलिज्म, प्रकाशन विभाग, नई दिल्ली.
7. शर्मा.एस. 1978, हिंदी पत्रकारिता: राष्ट्रीय नव उद्बोधन, राज पब्लिशिंग हाउस, दिल्ली.
8. कुमार. जे. 2018, मास कम्युनिकेशन इन इंडिया जयको पब्लिशिंग हाउस, फोर्ट मुंबई.
9. क्रांति.वी. जनवरी-मार्च 2021, मंथन सामाजिक व अकादमिक सक्रियता का उपक्रम, मीडिया विशेषांक-1, एकात्म मानवदर्शन अनुसंधान एवं विकास प्रतिष्ठान नई दिल्ली.
10. भगत. ए. जनवरी- मार्च 2021, मंथन सामाजिक व अकादमिक सक्रियता का उपक्रम, मीडिया विशेषांक-1, एकात्म मानवदर्शन अनुसंधान एवं विकास प्रतिष्ठान नई दिल्ली.
11. मिश्र.ए. और शुक्ल. एम. जनवरी- मार्च 2021, मंथन सामाजिक व अकादमिक सक्रियता का उपक्रम, मीडिया विशेषांक-1, एकात्म मानवदर्शन अनुसंधान एवं विकास प्रतिष्ठान नई दिल्ली.

12. टंडन.ए. जनवरी- मार्च 2021, मंथन सामाजिक व अकादमिक सक्रियता का उपक्रम, मीडिया विशेषांक-1, एकात्म मानवदर्शन अनुसंधान एवं विकास प्रतिष्ठान नई दिल्ली.
13. शंकर एच. अप्रैल-जून 2021, मंथन सामाजिक व अकादमिक सक्रियता का उपक्रम, मीडिया विशेषांक-2, एकात्म मानवदर्शन अनुसंधान एवं विकासप्रतिष्ठान, नई दिल्ली.
14. <https://statisticstimes.com/demographics/country/india-population.php>
15. <https://www.jansatta.com/politics/third-generation-of-internet/2149817/>
16. <https://hindi.news18.com/news/knowledge/know-about-history-story-and-journey-of-internet-in-india-since-1995-bhvs-3340772.html>
17. <https://www.statista.com/statistics/830131/india-newspaper-revenue/>
18. [https://www.indiannewspapersociety.in/pages/notifications/Annual%20Report%202022-23%20\(1\).pdf](https://www.indiannewspapersociety.in/pages/notifications/Annual%20Report%202022-23%20(1).pdf)