

# MEDIA BEAT

An occasional column on significant developments in the media world

By Ashok Mansukhani  
Advocate Bombay High Court.

Specialist in Multi Media Law and Regulation/  
Corporate Law and Regulation and Taxation.



# मीडियाबीट

मीडिया की दुनिया में महत्वपूर्ण घटनाओं  
पर एक सामयिक स्तंभ

लेखक: अशोक मनसुखानी

एडवोकेट बॉम्बे हाई कोर्ट

मल्टी मीडिया कानून और रेग्यूलेशन/कॉर्पोरेट कानून और रेग्यूलेशन  
और टैक्सेशन के विशेषज्ञ।

## SOCIAL MEDIA SET FOR A MAJOR CHURN

*Social media is all set for a major churn with Elon Musk's acquisition of Twitter. The Indian media and the cross media restrictions has been a topic of perennial discussion and debate over the years.*

*Is it time to free Indian media from cross media restrictions?*

*Ashok Mansukhani elaborates more in the Media Beat column.*

### A. TROUBLING TIMES FOR SOCIAL MEDIA?

#### IMPLICATIONS OF ELON MUSK BUYOUT FOR TWITTER

1. On **April 10, 2022**, **Elon Musk** declared himself an **active investor** in **Twitter**. On **14th April 2022**, he informed the **SEC** and the **Twitter Board** that he would buy out the shareholders in a cash deal at **43 Billion USD** at **54.20 \$** a share.
2. Finally, the **Twitter Board** gave in. A **Press Note** was issued on **April 25, 2022**, announcing that **Elon Musk** had bought out **Twitter** for **44 billion USD**.
3. On **26th April 2022**, **Elon Musk** tweeted that "*Free Speech is the bedrock of a functioning democracy, and **Twitter** is the digital town square where matters vital to the future of humanity are debated. I also want to make **Twitter** better than ever by enhancing*



## सोशल मीडिया एक बड़े मंथन के लिए तैयार

एलोन मास्क के ट्विटर के अधिग्रहण के साथ सोशल मीडिया एक बड़े मंथन के लिए तैयार है। भारतीय मीडिया और क्रास मीडिया प्रतिबंध वर्षों से बारहमासी चर्चा और बहस का विषय रहे हैं। क्या भारतीय मीडिया को क्रास मीडिया प्रतिबंधों से मुक्त करने का समय आ गया है? श्री अशोक मनसुखानी ने मीडिया बीट कॉलम में विस्तार से बताया है।

### ए. सोशल मीडिया के लिए परेशान करने वाला समय?

#### ए1-एलोन मास्क द्वारा ट्विटर खरीदी का निहितार्थ

1. **10 अप्रैल 2022** को **एलोन मास्क** ने खुद को ट्विटर में एक सक्रिय निवेशक घोषित किया। **14 अप्रैल 2022** को उन्होंने एसईसी और ट्विटर बोर्ड को सूचित किया कि वह शेयरधारकों को **43 बिलियन अमेरिकी डॉलर** के नकद सौदे में **54.20 डॉलर** प्रति शेयर की दर से खरीदेगा।
2. अंत में **ट्विटर बोर्ड** ने हार मान ली। **25 अप्रैल 2022** को एक **प्रेस नोट** जारी किया गया जिसमें घोषणा की गयी कि **एलोन मास्क** ने **ट्विटर** को **44 बिलियन अमेरिकी डॉलर** में खरीद लिया है।
3. **26 अप्रैल 2022** को **एलोन मास्क** ने ट्वीट किया कि "स्वतंत्र भाषण एक कार्यशील लोकतंत्र का आधार है और ट्विटर, डिजिटल डाउन स्क्वायर है जहां मानवता के भविष्य के लिए महत्वपूर्ण मामलों पर बहस होती है। मैं नयी सुविधाओं के साथ उत्पादों को बढ़ाकर, विश्वास बढ़ाने के लिए एल्गोरिदम को खुला स्रोत बनाकर, स्पैम बॉट्स को हराकर और

*products with new features, making the algorithms open source to increase trust, defeating the spam bots and authenticating all humans. Twitter has immense potential.”*

4. A tweet by a social media expert **Ethan Zuckerman** makes some pertinent points:
  - ❖ *We already know little about how **Twitter** handles content moderation or algorithms. Taking the company **private** makes it likely we will know less.*
  - ❖ *We know this: two billionaires will now control four of the powerful digital public sphere platforms.*
  - ❖ *“First, we should limit our investment in social networks we do not govern. No more begging for better moderation.*
  - ❖ *Find a platform that wants you to govern, not one that wants to moderate you.”*
5. Another Social Media researcher **Ms Anjana Susarla the Omura Saxena Professor at Michigan State University** is worried about the real motives of **Elon Musk** in buying out **Twitter**.
  - ❖ She says **Twitter** occupies a unique niche. **Twitter’s** ability to shape real-time discourse and the ease with which data, including geotagged data, can be gathered from **Twitter** has made it a **gold mine** for researchers.
  - ❖ **Musk** made several suggestions about changing **Twitter**, including adding an **edit button** for tweets and granting **automatic verification** marks to premium users. There is no experimental evidence about how an **edit button** would change information transmission on **Twitter**.
  - ❖ **Musk** has also indicated his intention to combat **Twitter bots** or **automated accounts**. Given challenges such as **doxing** (hacking with malicious intent) and other malicious personal harms online, user authentication methods need to preserve **privacy**. This is particularly important for activists, dissidents, and whistle-blowers.
  - ❖ *“Advertising is Twitter. Musk’s vision is to generate revenue for Twitter from subscriptions rather than advertising. Without worrying about attracting and retaining advertisers, Twitter would have less pressure to focus on content moderation.”*

सभी मनुष्यों को प्रमाणित करके ट्विटर को पहले से बेहतर बनाना चाहता हूँ। ट्विटर में अपार संभावनायें हैं।’

4. सोशल मीडिया विशेषज्ञ **एथन जुकरमैन** का एक ट्वीट कुछ प्रासंगिक बातें बताता है:
  - ❖ हम पहले से ही इस बारे में बहुत कम जानते हैं कि ट्विटर सामग्री मॉडरेशन या एल्गोरिदम को कैसे संभालता है। कंपनी को निजी लेने से इसकी संभावना कम हो जाती है कि हम कम जान पायेंगे।
  - ❖ हम यह जानते हैं: दो अरबपति अब चार शक्तिशाली डिजिटल सार्वजनिक क्षेत्र के प्लेटफॉर्म को नियंत्रित करेंगे।
  - ❖ सबसे पहले, हमें उन सामाजिक नेटवर्कों में अपने निवेश को सीमित करना चाहिए जिन पर हम शासन नहीं करते हैं। बेहतर मॉडरेशन के लिए और भीख नहीं मांगना है।
  - ❖ एक ऐसा प्लेटफॉर्म खोजें, जो चाहता है कि आप शासन करें, न कि वह जो आपको मॉडरेट करना चाहता है।’
5. एक अन्य सोशल मीडिया शोधकर्ता **सुश्री अंजना सुसरला, मिशिगन स्टेट यूनिवर्सिटी में प्रोफेसर ओमुरा सक्सेना** ट्विटर को खरीदने में **एलोन मास्क** के वास्तविक उद्देश्यों के बारे में चिंतित हैं।
  - ❖ वह कहती हैं कि ट्विटर एक विशिष्ट स्थान रखता है। रीयल-टाइम प्रवचन को आकार देने की ट्विटर की क्षमता और जिस आसानी से जियोटैग डेटा के साथ डेटा, ट्विटर से एकत्र किया जा सकता है, ने इसे शोधकर्ताओं के लिए **सोने की खान** बना दिया है।
  - ❖ **मास्क** ने ट्विटर को बदलने के बारे में कई सुझाव दिये हैं, जिसमें ट्वीट के लिए एक **संपादन बटन** को जोड़ना और प्रीमियम उपयोगकर्ताओं को **स्वचालित सत्यापन** चिन्ह प्रदान करना शामिल है। इस बारे में कोई प्रयोगात्मक सबूत नहीं है कि कैसे एक **संपादन बटन ट्विटर** पर सूचना प्रसारण को बदल देगा।
  - ❖ **मास्क** ने ट्विटर **बॉट्स** या **स्वचालित खातों** का मुकाबला करने के अपने इरादे का भी संकेत दिया है। ऑनलाइन **डॉक्सिंग** (दुर्भावनापूर्ण इरादे से हैकिंग) और अन्य दुर्भावनापूर्ण व्यक्तिगत नुकसान जैसी चुनौतियों को देखते हुए, उपयोगकर्ता प्रमाणीकरण विधियों को **गोपनीयता** बनाये रखने की आवश्यकता है। यह कार्यकर्ताओं, असंतुष्टों और व्हिस्तल ब्लोअर के लिए विशेष रूप से महत्वपूर्ण है।
  - ❖ *‘विज्ञापन ट्विटर है। मास्क का दृष्टिकोण विज्ञापन के वजाय सब्सक्रिप्शन से ट्विटर के लिए राजस्व अर्जित करना है। विज्ञापनदाताओं को आकर्षित करने और बनाये रखने की चिंता के बिना ट्विटर पर सामग्री मॉडरेशन पर ध्यान केंद्रित करने का कम दबाव होगा।’*

- ❖ *“This could make Twitter a freewheeling opinion site for paying subscribers. In contrast, until now, Twitter has been aggressive in using content moderation in its attempts to address disinformation.”*
6. **Steve Andriole** of the **Villanova Business school** has three major concerns:
- ❖ *Fifteen billionaires own almost all of America’s news media companies. This concentration in a few hands is dangerous for freedom of expression.*
  - ❖ *What will Elon Musk do with Twitter? The free speech umbrella sets up a false debate where no one wants to take a counter position.*
  - ❖ *Without serious regulatory controls, massive wealth enables the arbitrary creation of oligarchies.*

### COMMENT:

- ◆ *India is among the first countries to attempt to rein in the immense power of social media networks to mould public opinion.*
- ◆ *Elon Musk has been careful to accept that different countries have diverse views on the limits of freedom of expression. In a new tweet on April 26, 2022, Elon Musk said, “By free speech, I simply mean which matches the law. I am against censorship that goes far beyond the law. If people want less free speech, they will ask the Government to pass laws. Therefore, going beyond the law is contrary to the people’s will.*
- ◆ *The business objectives of Elon Musk, primarily for Tesla Cars, will make him lean toward China.*
- ◆ *It is well known that there are serious concerns in many countries, including India, about some targeted tweets stoking social tension through the use of hate speech/fake news and the pernicious use of bots in social media, especially on Twitter.*
- ◆ *More important to this writer is that Twitter continues to function as a digital town square, however imperfect. What the future holds for it and social media remains to be seen.*

- ❖ *‘यह ट्विटर को भुगतान करने वाले ग्राहकों के लिए एक फ्री व्हीलिंग ओपिनियन साइट बना सकता है। इसके विपरीत अब तक ट्विटर दुष्प्रचार को दूर करने के अपने प्रयासों में सामग्री मॉडरेशन का उपयोग करने में आक्रामक रहा है।*
6. **विलनोवा बिजनेस स्कूल** के **स्टीव एंड्रियोल** की तीन प्रमुख चिंतायें हैं:
- ❖ *15 अरबपति अमेरिका की लगभग सभी समाचार मीडिया कंपनियों के मालिक हैं। चंद हाथों में यह एकाग्रता अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता के लिए खतरनाक है।*
  - ❖ *एलोन मास्क ट्विटर के साथ क्या करेंगे? फ्री स्पीच अंब्रेला एक झूठी बहस खड़ा करती है, जहां कोई भी काउंटर पोजिशन नहीं लेना चाहता है।*
  - ❖ *गंभीर नियामक नियंत्रणों के बिना बड़े पैमाने पर धन कुलीन वर्गों के मनमाने निर्माण को सक्षम बनाता है।*

### टिप्पणी

- ◆ *जनमत को ढालने के लिए सोशल मीडिया नेटवर्क की अपार शक्ति पर लगाम लगाने का प्रयास करने वाला भारत पहले देशों में से एक है।*
- ◆ *एलोन मास्क ने यह स्वीकार करने में सावधानी बरती है कि अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता की सीमाओं पर विभिन्न देशों के अलग-अलग विचार हैं। 26 अप्रैल 2022 को एक नये ट्वीट में, एलोन मास्क ने कहा, ‘स्वतंत्र भाषण से, मेरा सीधा सा मतलब है कि जो कानून से मेल खाता है। मैं सेंसरशिप के खिलाफ हूँ जो कानून से बहुत आगे जाती है। यदि लोग अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता कम चाहते हैं तो वे सरकार से कानून पारित करने के लिए कहेंगे। इसलिए कानून से परे जाना लोगों की इच्छा के विपरीत है।*
- ◆ *मुख्य रूप से टेस्ला कारों के लिए एलोन मास्क के व्यावसायिक उद्देश्य, उन्हें चीन की ओर झुकायेगा।*
- ◆ *यह सर्वविदित है कि भारत सहित कई देशों में कुछ लक्षित ट्वीट्स के बारे में गंभीर चिंतायें हैं, जो नफरत फैलाने वाले भाषण/फर्जी समाचारों का उपयोग और सोशल मीडिया में बॉट्स के हानिकारक उपयोग के माध्यम से सामाजिक तनाव पैदा करती है खासकर ट्विटर पर।*
- ◆ *इस लेखक के लिए अधिक महत्वपूर्ण यह है कि ट्विटर एक डिजिटल टाउन स्क्वायर के रूप में काम करना जारी रखता है, चाहे वह कितना भी अपूर्ण क्यों न हो। इसका भविष्य और सोशल मीडिया पर क्या असर होता है यह देखा जाना बाकी है।*

## IMPACT OF TWITTER ON INDIAN PUBLIC OPINION

1. As per the latest **Statista data**, India has **23.6 million** active **Twitter** users as of **January 2022**. This compares poorly to **340 million Facebook** users and **100 million Instagram** users. Yet **Twitter** has played a significant role in moulding public opinion in the **2019** national elections.
2. A recent and fascinating research study by the **Observer Research Foundation** titled **Social Media and Political Leadership**, written by **Dr Shamika Ravi** and **Mr Mudit Kapoor**, provides a comprehensive and systematic analysis of the use of **Twitter** by two contemporary Indian political leaders—**Mr. Narendra Modi** and **Mr Rahul Gandhi**.
3. It describes trends on how often these leaders use **Twitter** and how their audiences respond, explores the relationship between the sentiment of a **tweet** and its amplification, and studies the impact of a change in **Twitter** global policy in late **2020** that added friction before users could engage with tweets.”
4. The researchers quote a political thinker **Mr Deibert** who outlines three painful truths surrounding political Authority and social media.
  - ❖ *First, social media platforms are private enterprises whose primary objective is to maximise shareholders' value and profitability by pushing advertisements to individuals through continuous and clever surveillance of personal data.*
  - ❖ *These platforms are designed as “addiction machines” and tend to manipulate by appealing to emotions at the expense of reason. Manipulation masquerades as persuasion.*
  - ❖ *Third, the algorithms that induce attention are the same instruments that facilitate authoritarian and anarchist tendencies to seduce ordinary people by sowing seeds of “confusion, ignorance, prejudice, and chaos” to “manipulate and undermine Authority.”*
5. This paper provides a comprehensive and systematic analysis of the use of **Twitter** by two contemporary Indian political leaders: **Mr Narendra Modi (NM)**, the Prime Minister of India and **Mr Rahul Gandhi (RG)**, the *de facto* leader of the country's largest opposition party, the Indian National Congress. As of **31st December 2021**, **Mr Narendra Modi (NM)** had more

## भारतीय जनमत पर ट्विटर का प्रभाव

1. नवीनतम **स्टैटिस्टा डेटा** के अनुसार **जनवरी 2022** तक भारत में **23.6 मिलियन** सक्रिय **ट्विटर** उपयोगकर्ता हैं। यह **340 मिलियन फेसबुक** उपयोगकर्ताओं और **100 मिलियन इंस्टाग्राम** उपयोगकर्ताओं की तुलना में बहुत कम है। फिर भी **ट्विटर** ने **2019** के राष्ट्रीय चुनावों में जनमत को ढालने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है।
2. **ऑब्जर्वर रिसर्च फाउंडेशन** द्वारा *सोशल मीडिया एंड पॉलिटिकल लीडरशिप* नामक एक हालिया और आकर्षक शोध **डॉ.शमिका रवि** और **श्री मुदित कपूर** द्वारा लिखित दो समकालीन भारतीय राजनेताओं— **श्रीमान नरेंद्र मोदी** और **श्री राहुल गांधी** द्वारा ट्विटर के उपयोग का एक व्यापक और व्यवस्थित विश्लेषण प्रदान करता है।
3. यह रूझानों का वर्णन करता है कि ये नेता कितनी बार **ट्विटर** का उपयोग करते हैं और उनके दर्शक कैसे प्रतिक्रिया देते हैं, **ट्वीट** की भावना और उसके प्रवर्धन के बीच संबंधों की पड़ताल करते हैं और **2020** के अंत में **ट्विटर** की वैश्विक नीति में बदलाव के प्रभाव का अध्ययन करते हैं इससे पहले कि उपयोगकर्ताओं ट्वीट के साथ जुड़ सकें, इससे पहले ही उलुकता बढ़ जाती है।
4. शोधकर्ताओं ने राजनीतिक विचारक **श्री डीबर्ट** को उद्धृत किया है जो राजनीतिक सत्ता और सोशल मीडिया के आसपास तीन दर्दनाक सत्यों को रेखांकित करते हैं।
  - ❖ *पहला, सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म निजी उद्यम है जिनका प्राथमिक उद्देश्य व्यक्तिगत डेटा की निरंतर और चतुर निगरानी के माध्यम से व्यक्तियों को विज्ञापन देकर शेरधारकों के मूल्य और लाभप्रदता को अधिकतम करना है।*
  - ❖ *इन प्लेटफॉर्मों को “व्यसन मशीनों” के रूप में डिजाइन किया गया है और तर्क की कीमत पर भावनाओं को आकर्षित करके हेरफेर करने की प्रवृत्ति है। हेरफेर अनुनय के रूप में प्रकट होता है।*
  - ❖ *तीसरा, एल्गोरिदम जो ध्यान आकर्षित करते हैं, वही उपकरण हैं जो सत्तावादी और अराजकतावादी प्रवृत्तियों के भ्रम, अज्ञानता, पूर्वाग्रह और अराजकता के बीज बोकर ‘प्राधिकरण में हेरफेर और कमजोर करने’ के लिए आम लोगों को लुभाने की सुविधा प्रदान करते हैं।*
5. यह पेपर दो समकालीन भारतीय राजनीतिक नेताओं द्वारा **ट्वीटर** के उपयोग का एक व्यापक और व्यवस्थित विश्लेषण प्रदान करता है: **श्री नरेंद्र मोदी (एनएम)**, भारत के प्रधानमंत्री और **राहुल गांधी (आरजी)**, देश के सबसे बड़े नेता विपक्षी दल, भारतीय राष्ट्रीय कांग्रेस। **31 दिसंबर 2021** तक **श्री नरेंद्र मोदी (एनएम)**

than **75 million followers** on Twitter compared to **Mr Rahul Gandhi's (RG)** over-**20 million**. From **1st January 2019 to 31st December 2021**, NM posted **9,477 tweets**, while **RG** posted **1,835 tweets**. **NM** posted **8.6 tweets daily**, while **RG** posted **1.7 tweets**.

6. In terms of the total engagement (sum of retweets, likes, and quotes), **RG** tweets generated **57,618 engagements (95% CI: 55,694 to 59,543)**. In comparison, a tweet from **NM**, on average, generated **33,801 engagements**.
7. These results indicate that tweets with **negative sentiment** attract more attention than those with **positive sentiment**.
8. The second important finding is that private enterprises, such as **Twitter**, **are at liberty to alter their policies and exert an outright large influence on how messages are propagated**.
9. At the same time, however, this raises an important question for free societies: **Should political issues be propagated to private enterprises' whims with minimal public oversight, or should they be brought into the ambit of regulation where an explicit code of conduct is applied is established?**
10. As **social media** plays a more significant role in public and political life, these issues will become central to debates surrounding these platforms and political discourse.

### COMMENT

*This paper is a serious effort trying to examine the role of social media in modulating public opinion. The 2019 election showed the impact of social media in creating an unbeatable electoral wave for the Ruling Party. Social media like Twitter offers direct contact with millions of followers for our political leaders. Businessmen/Sports personalities and Film Stars all have immense followers.*

*Recently, religious polarisation and attempts to create communal cleavages have increased. The Supreme Court has finally stepped in and warned the State Governments to maintain public harmony. The key lies in even-handed content moderation both by social media/self-regulatory bodies and the Government, especially vicious trolls on social media and a hands-off "safety net approach" to weed out fake news and 'hate speech' This writer suggests a more proactive approach by all concerned.*

के ट्विटर पर **श्री राहुल गांधी (आरजी)** के **20 मिलियन** की तुलना में **75 मिलियन** से अधिक अनुयायी थे। **1 जनवरी 2019** से **31 दिसंबर 2021** तक **एनएम** ने **9477** ट्वीट पोस्ट किये थे, जबकि **आरजी** ने **1835** ट्वीट किये। **एनएम** ने प्रतिदिन **8.6** ट्वीट किये, जबकि **आरजी** ने **1.7** ट्वीट किये।

6. कुल जुड़ाव (रीट्वीट, लाइक और कोट्स का योग) के संदर्भ में, **आरजी** ट्वीट ने **57618** जुड़ाव (**95% सीआई: 55694 से 59543**) उत्पन्न किये। इसकी तुलना में **एनएम** ने एक ट्वीट ने औसतन **33801** जुड़ाव उत्पन्न किये।
7. इन जुड़ाव से संकेत मिलता है कि **नकारात्मक भावनाओं** वाले ट्वीट **सकारात्मक भावना** वाले ट्वीट की तुलना में अधिक ध्यान आकर्षित करते हैं।
8. दूसरी महत्वपूर्ण खोज यह है कि निजी उद्यम, जैसे कि **ट्विटर अपनी नीतियों को बदलने के लिए स्वतंत्र है और संदेशों का प्रचार कैसे किया जाता है, इस पर बड़ा प्रभाव डालते हैं।**
9. साथ ही यह मुक्त समाजों के लिए महत्वपूर्ण प्रश्न उठाता है: **क्या राजनीतिक मुद्दों को निजी उद्यमों के सनक को न्यूनतम सार्वजनिक निरीक्षण के साथ प्रचारित किया जाना चाहिए या उन्हें विनियम के दायरे में लाया जाना चाहिए जहां एक स्पष्ट आचार संहिता लागू होती है?**
10. चूंकि **सोशल मीडिया** सार्वजनिक और राजनीतिक जीवन में अधिक महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है, इसलिए ये मुद्दे इन प्लेटफॉर्मों और राजनीतिक प्रवचन के आसपास के बहस का केंद्र बन जायेंगे।

### टिप्पणी

यह पत्र जनमत को संशोधित करने में सोशल मीडिया की भूमिका की जांच करने का एक गंभीर प्रयास है। **2019** के चुनाव ने सत्तारूढ़ पार्टी के लिए एक अपराजेय चुनावी लहर बनाने में सोशल मीडिया के प्रभाव को दिखाया। ट्विटर जैसा सोशल मीडिया हमारे राजनीतिक नेताओं के लिए लाखों अनुयायियों के साथ सीधा संपर्क प्रदान करता है। व्यवसायी/खेल जगत की हस्तियां और फिल्मी सितारे सभी के बहुत अधिक अनुयायी हैं।

हालही में, धार्मिक धुवीकरण और सांप्रदायिक दरार पैदा करने के प्रयासों में वृद्धि हुई है। सुप्रीम कोर्ट ने आखिरकार कदम उठाया और राज्य सरकारों को सार्वजनिक सद्भाव बनाये रखने की चेतावनी दी। सोशल मीडिया/स्व-नियामक निकायों और सरकार, विशेष रूप से सोशल मीडिया पर शांति ट्रोल्स और नकली समाचारों और 'अभद्र भाषा' से निपटने के लिए 'सुरक्षा जाल दृष्टिकोण' से हाथ से सामग्री मॉडरेशन में कुंजी निहित है, यह लेखक सुझाव देता है कि सभी संबंधितों द्वारा अधिक सक्रिय दृष्टिकोण का सुझाव देता है।'

## NETFLIX DECLARES STUNNING LOSSES

- ◆ In late **April 2022**, **Netflix** announced that it had lost **200,000** global subscribers in the first quarter, “*significantly missing the Street consensus forecast of a 2.5 million gain and taking the overall total down to 221.64 million.*” This is the **first drop** in customers for the service. The company has also said it will lose another **2 million** global net paid additions over the three months ending in **June 2022**, “*compared to a consensus market forecast of 2.7 million.*”
- ◆ Netflix states that *streaming is winning over linear, and Netflix titles are very popular globally. However, our relatively high household penetration - including many households sharing accounts and competition - creates revenue growth headwinds.*
- ◆ In addition to our **222 m** paying households, we estimate that Netflix is being shared with over **100 m** additional homes, including around **30 m** in the U.S.
- ◆ Macro factors, including sluggish economic growth, increasing inflation, geopolitical events such as Russia's invasion of Ukraine, and continued disruption from COVID, are likely impacting.



### COMMENT

Netflix Co-CEO Mr Reed Hastings has admitted that a subscription-only model may not work everywhere. The future may see ad-supported content.

The CEO had earlier expressed puzzlement that the vast Indian market was not generating more subscribers. The latest data estimates Netflix paid viewing in India at only 5.5 million customers.

Covid lockdown restrictions are easing up, leading to a return to cinema halls. Millions are watching streaming on mobiles. They need cheaper pricing (now given), and economic woes due to high inflationary trends and educated unemployment reduced discretionary budgets.

In the considered view of this writer, English-speaking audiences in India exceed not more than 150 million, and most people prefer their mother tongues and regional languages. This is why the future of OTT Streaming in India will be primarily regional rather than international. Even Netflix is starting to dub global content into regional languages. Netflix will find the going hard in India.

## नेटफ्लिस्क ने आश्चर्यजनक नुकसान की घोषणा की

- ◆ **अप्रैल 2022** के अंत में **नेटफ्लिस्क** ने घोषणा की कि उसने पहली तिमाही में **200,000** वैश्विक ग्राहकों को खो दिया, **जो कि 2.5 मिलियन** प्राप्ति के सर्वसम्मति के पूर्वानुमान को महत्वपूर्ण रूप से अनेदेखी कर रहा था और यह कुल मिलाकर **221.64 मिलियन** तक नीचे ले गया। सेवा के लिए यह ग्राहकों में **पहली गिरावट** है। कंपनी ने यह भी कहा है कि वह **जून 2022** में समाप्त होने वाले तीन महीनों में **2.7 मिलियन के आम सहमति बाजार पूर्वानुमान** की तुलना में **2 मिलियन** वैश्विक शुद्ध भुगतान करने वाले ग्राहकों को खो देगा।
- ◆ **नेटफ्लिस्क** का कहना है कि स्ट्रीमिंग, लीनियर पर जीत रही है, और **नेटफ्लिस्क** के खिलाफ विश्वस्तार पर बहुत लोकप्रिय हैं। **हालांकि हमारी अपेक्षाकृत उच्च घरेलू पहुंच-जिसमें खाते और प्रतिस्पर्धा साझा करने वाले कई परिवार शामिल हैं, राजस्व वृद्धि में बाधा बन के उभरे हैं।**
- ◆ हमारे **222 मिलियन** भुगतान करने वाले परिवारों के अलावा, हमारा अनुमान है कि नेटफ्लिस्क को यू.एस.ए. क्षेत्र में लगभग **30 मीटर** सहित **100 मीटर** से अधिक अतिरिक्त घरों के साथ साझा किया जा रहा है।
- ◆ सुस्त आर्थिक विकास, बढ़ती मुद्रास्फीति, रूस का यूक्रेन पर हमला जैसी भू राजनीतिक घटनाओं और कोविड से निरंतर व्यवधान सहित मैक्रो कारक संभावित रूप से प्रभावित हो रहे हैं।

### टिप्पणी

नेटफ्लिस्क के सह-सीईओ श्री रीड हेस्टिंग ने स्वीकार किया है कि एक सब्सक्रिप्शन-केवल मॉडल हर जगह काम नहीं कर सकता है। भविष्य में विज्ञापन समर्थित सामग्री दिखाई दे सकती है।

सीईओ ने पहले इस बात पर आश्चर्य व्यक्त की थी कि विशाल भारतीय बाजार अधिक ग्राहक पैदा नहीं कर रहा था। नवीनतम आंकड़ों का अनुमान है कि नेटफ्लिस्क ने भारत में केवल 5.5 मिलियन ग्राहकों को ही देखा है।

कोविड लॉकडाउन प्रतिबंधों में ढील दी जा रही है, जिससे लोग सिनेमाघरों के साथ वापस जुड़ रहे हैं। लाखों लोग मोबाइल पर स्ट्रीमिंग देख रहे हैं। उन्हें सस्ती कीमत (अब दी गयी) और उच्च मुद्रास्फीति के रूझान और शिक्षित बेरोजगारी ने विवेकधीन बजट को कम कर दिया है।

इस लेखक के विचार से भारत में अंग्रेजी बोलने वाले दर्शकों की संख्या 150 मिलियन से अधिक नहीं है और अधिकांश लोग अपनी मातृभाषाओं और क्षेत्रीय भाषाओं को पसंद करते हैं। यही कारण है कि भारत में ओटीटी स्ट्रीमिंग का भविष्य अंतरराष्ट्रीय के बजाय मुख्य रूप से क्षेत्रीय होगा। यहां तक कि नेटफ्लिस्क भी वैश्विक सामग्री को क्षेत्रीय भाषाओं में डब करना शुरू कर रहा है। नेटफ्लिस्क के लिए भारत में मुश्किल हो रही है।

## B. MEDIA OWNERSHIP / CROSS-MEDIA RESTRICTIONS - ARE NOT NECESSARY

- On April 12, 2022, the Telecom Regulatory Authority of India (TRAI) issued a Consultation Paper titled Issues Relating to Media Ownership.
- The Authority received a reference from the Ministry of Information and Broadcasting dated 19.02.2021 seeking a fresh set of recommendations for the 2014 recommendations due to faster digitisation and adoption of OTT.
- Media Landscape:**  
TRAI has given its estimates of the current share of the market as under:
  - ❖ **Cable Distribution** is 40% of the total subscription base.
  - ❖ **Pay DTH** is 38% of the total subscription base.
  - ❖ **Free Dish TV** is 22% of the total subscription base.
  - ❖ **Digital media** will grow by 17% for 2021 to 2022.
  - ❖ **TV** will show degrowth by -9%.
  - ❖ **Print** will show degrowth by -38%.
  - ❖ **Radio** will show degrowth by -50%.
  - ❖ **Digital and online gaming** added an aggregate of INR 26 billion.
- Television vs Digital Media**

**Television**

  - ❖ The TV segment's revenue was INR 787 billion in 2019 and declined to 685 billion in 2020, registering a fall of 13%. Television penetration remains robust at 61%.

**Digital Media**

  - ❖ **Internet Subscribers** rose to 834.29 million in September 2021. Data consumption per subscriber also grew exponentially to 14.73 GB per month in September 2021.
- Digital subscriptions** reached INR 43.5 billion in 2020. Over 353.2 million people in India consume the OTT platform.
- Need For A Media Market Regulator?**
  - ❖ The digital media landscape is marked by the

## बी. मीडिया स्वामित्व/क्रॉस मीडिया प्रतिबंध- आवश्यक नहीं है

- 12 अप्रैल 2022 को भारतीय दूरसंचार नियामक प्राधिकरण (ट्राई) ने मीडिया स्वामित्व से संबंधित मुद्दे शीर्षक से एक परामर्श पत्र जारी किया।
- प्राधिकरण को सूचना और प्रसारण मंत्रालय से दिनांक 19.02.2022 को एक संदर्भ प्राप्त हुआ, जिसमें तेजी से डिजिटलीकरण और ओटीटी को अपनाने के कारण पर 2014 की सिफारिशों के लिए सिफारिशों की एक नये सेट की मांग की गयी थी।
- मीडिया परिदृश्य:**  
ट्राई ने वाजार की मौजूदा हिस्सेदारी का अपना अनुमान इस प्रकार दिया है:
  - ❖ **केबल वितरण** कुल सब्सक्रिप्शन आधार का 40% है।
  - ❖ **पे डीटीएच** कुल सब्सक्रिप्शन आधार का 38% है।
  - ❖ **फ्री डिश टीवी** कुल सब्सक्रिप्शन आधार का 22% है।
  - ❖ 2021 से 2022 तक **डिजिटल मीडिया** में 17% की वृद्धि होगी।
  - ❖ **टीवी** में -9% की गिरावट दिखाई देगी।
  - ❖ **प्रिंट** में 38% की गिरावट दिखाई देगी।
  - ❖ **रेडियो** में -50% की गिरावट होगी।
  - ❖ **डिजिटल और ऑनलाइन गेमिंग** ने कुल मिलाकर 26 अरब रुपये जोड़े।
- टेलीविजन बनाम डिजिटल मीडिया**

**टेलीविजन**

  - ❖ 2019 में टीवी सेगमेंट का राजस्व 787 बिलियन रुपये था और 2020 में घटकर 685 बिलियन रुपये रह गया, इस तरह 13% की गिरावट दर्ज की गयी। टेलीविजन की पहुंच 61% पर मजबूत बनी हुई है।

**डिजिटल मीडिया**

  - ❖ **सितंबर 2021** में इंटरनेट ग्राहकों की संख्या बढ़कर 834.29 मिलियन हो गयी। सितंबर 2021 में प्रति ग्राहक डेटा खपत भी तेजी से बढ़कर 14.73 जीबी प्रति माह हो गयी।
- डिजिटल सब्सक्रिप्शन 2020 में 43.5 बिलियन रुपये तक पहुंच गया।** भारत में 353.2 मिलियन से अधिक लोग ओटीटी प्लेटफॉर्म का उपभोग करते हैं।
- मीडिया मार्केट रेगुलेटर की आवश्यकता है?**
  - ❖ **डिजिटल मीडिया परिदृश्य को सीमित संख्या में बहुत**

dominance of a **limited number** of very large players who have the wherewithal to consolidate by acquiring smaller players. This can reduce **media pluralism** by undermining the diversity of new-age portals and online media.

- ❖ However, another aspect remains about the **lack of accuracy** of some online players. There have been several cases of fake/ curated videos being viral on social media platforms.
- ❖ The **self-regulatory mechanism** works best as a 'Laissez-faire' mechanism, applicable only to those who respect the guiding principles.

## QUERY

- ◆ **Media can influence the opinion of the masses, more so the news media. Should there be a common mechanism to monitor ownership of print, television, radio, or other internet-based news media?**

## COMMENT

*The Convergence Commission of India Bill 2001 can be revived with timely updates. Various Acts like Telegraph Act/Cable Act and Information Technology Act can be subsumed. Simultaneously, multiple Ministries like MIB/DOT/MEITY can be abolished. The problem is that vested sectoral interests, and Executive ambitions will not allow this to happen.*

## 7. Media Ownership/Control

- ❖ The concentration of control has a negative impact on media diversity and plurality. There may be thousands of MSOs and hundreds of TV channels in the media market. Still, suppose they are all "controlled" by only a handful of entities. In that case, there may be an insufficient plurality of news and views presented to the people.
- ❖ Moreover, more and more transnational corporations are present in many sectors, including various businesses in the media industry. Therefore, there is a need to establish a new system that focuses on capturing crossholdings and direct/ indirect control of different organisations by a common entity.

## QUERY

**Please suggest the most suitable criteria to define**

बड़े खिलाड़ियों के चिन्हित किया गया है जिनके पास छोटे खिलाड़ियों को प्राप्त करके समेकित करने का साधन है। यह नये जमानों के पोर्टलों और ऑन लाइन मीडिया की विविधता को कम करके **मीडिया बहुलवाद** को कम कर सकता है।

- ❖ हालांकि कुछ ऑनलाइन खिलाड़ियों की **सटीकता की कमी** के बारे में एक और पहलू बना हुआ है। सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म पर फर्जी/क्यूरेटेड वीडियो वायरल होने के कई मामले सामने आये हैं।
- ❖ **स्व-नियामक तंत्र** 'लाइसेंस-फेयर' तंत्र के रूप में सबसे अच्छा काम करता है, जो केवल उन लोगों के लिए लागू होता है जो मार्गदर्शक सिद्धांतों का सम्मान करते हैं।

## सवाल

- ◆ **मीडिया जनता की राय को प्रभावित कर सकता है, खासकर समाचार मीडिया। क्या प्रिंट, टेलीविजन, रेडियो या अन्य इंटरनेट आधारित समाचार मीडिया के स्वामित्व की निगरानी के लिए एक सामान्य तंत्र होना चाहिए?**

## टिप्पणी

*कन्वर्जेंस कमीशन ऑफ इंडिया बिल 2001 को समय पर अपडेट के साथ पुनर्जीवित किया जा सकता है। टेलीग्राफ अधिनियम/केवल अधिनियम व सूचना प्रौद्योगिकी अधिनियम जैसे विभिन्न अधिनियमों को सम्मिलित किया जा सकता है। साथ ही, एमआईवी/डॉट/एमआईटीवाई जैसे कई मंत्रालयों को समाप्त किया जा सकता है। समस्या यह है कि निहित क्षेत्रीय हित और कार्यकारी महत्वाकांक्षाएँ ऐसा नहीं होने देंगी।*

## 7. मीडिया स्वामित्व/नियंत्रण

- ❖ नियंत्रण की एकाग्रता का मीडिया विविधता और बहुलता पर **नकारात्मक प्रभाव** पड़ता है। मीडिया बाजार में हजारों एमएसओ और सैकड़ों टीवी चैनल हो सकते हैं। फिर भी, मान लीजिए कि वे सभी केवल कुछ मुट्ठी भर संस्थाओं द्वारा नियंत्रित हैं। उस स्थिति में, लोगों के सामने प्रस्तुत समाचारों और विचारों की अपर्याप्त बहुलता हो सकती है।
- ❖ इसके अलावा कई क्षेत्रों में अधिक से अधिक अंतरराष्ट्रीय निगम मौजूद हैं, जिसमें मीडिया उद्योग के विभिन्न व्यवसाय शामिल हैं। इसलिए एक नयी प्रणाली स्थापित करने की आवश्यकता है जो क्रॉसहोल्डिंग पर कब्जा करने और एक सामान्य इकाई द्वारा विभिन्न संगठनों के प्रत्यक्ष/अप्रत्यक्ष नियंत्रण पर केंद्रित हो।

## सवाल

**कृपया स्वामित्व/नियंत्रण और उपयुक्त तर्क को परिभाषित**



and measure ownership/control and suitable reasoning. Define control and prescribe the statutory/regulatory/legal powers to enforce such criteria of control.

## COMMENT:

*If the objective is capturing data, which is fine. A reporting mechanism can be formulated where all direct and indirect holdings in the media/digital sector are reported half annually, and new additions/deletions are provided within 30 days. This data can be provided to the Competition Commission, which is well equipped by law to determine monopoly and control.*

## 8. Media Control

- ❖ **Control of the media by political entities**, surrogate organisations and corporate entities has been in vogue worldwide. India is no exception to media controlled by corporate and ideological interests. However, a quid-pro-quo guaranteeing favourable coverage to the controlling entity can never be ruled out in such a scenario.
- ❖ With the emergence of social media, the issues of **fake news** and **biased news** are looming above our heads. The horrific effects of **fake news** have been manifested before society in the recent incidents of mob lynching, riots, and sacrilege cases. Against this backdrop, the need to ensure **media independence** from political and commercial influences becomes more critical.

## QUERY

- ◆ **Should the licensor, based on recommendations of the concerned monitoring agency/regulator, restrain any entity from entering the media sector in the public interest? Please elaborate on your answer.**

## COMMENT:

*The Indian Constitution clearly guarantees freedom of expression subject to specific restrictions under Article 19 (2). Further, under Article 14 of the Constitution would be challenging to restrain any entity.*

*A fair and transparent licensing regime needs to be introduced instead of leaving approvals to executive fiat. Finally, who decides what is public interest. Not a politicised and polarised Executive.*

करने और मापने के लिए सबसे उपयुक्त मानदंड सुझायें। नियंत्रण को परिभाषित करें और नियंत्रण के ऐसे मानदंडों को लागू करने के लिए वैधानिक/नियामक/कानूनी शक्तियां निर्धारित करें।

## टिप्पणी

*यदि उद्देश्य डेटा कैप्चर करना है, जो ठीक है। एक रिपोर्टिंग तंत्र तैयार किया जा सकता है जहां मीडिया/डिजिटल क्षेत्र में सभी प्रत्यक्ष और अप्रत्यक्ष होल्डिंग्स को अर्ध-वार्षिक रिपोर्ट किया जाता है और 30 दिनों के भीतर नये जोड़े/हटाये जाते हैं। यह डेटा प्रतिस्पर्धा आयोग को प्रदान किया जाता है जो एकाधिकार और नियंत्रण को निर्धारित करने के लिए कानून द्वारा अच्छी तरह से सुसज्जित है।*

## 8. मीडिया नियंत्रण

- ❖ **राजनीतिक संस्थाओं**, सरोगेट संगठनों और कॉर्पोरेट संस्थाओं द्वारा **मीडिया का नियंत्रण** दुनिया भर में प्रचलित है। कॉर्पोरेट और वैचारिक हितों द्वारा नियंत्रित मीडिया के लिए भारत कोई अपवाद नहीं है। हालांकि, इस तरह के परिदृश्य में नियंत्रण इकाई को अनुकूल कवरेज की गारंटी देने वाले एक क्विड-प्रो-क्वो को भी खारिज नहीं किया जा सकता है।
- ❖ सोशल मीडिया के उदय के साथ **फेक न्यूज** और **पक्षपाती खबरों** के मुद्दे हमारे सिर के ऊपर मंडरा रहे हैं। हालही में मॉव लिविंग, दंगों और बेअदबी के मामलों की घटनाओं में **नकली समाचारों** के भयावह प्रभाव समाज के सामने प्रकट हुए हैं। इस पृष्ठभूमि में, **मीडिया** को राजनीतिक और व्यावसायिक प्रभावों से **स्वतंत्रता** सुनिश्चित करने की आवश्यकता और अधिक महत्वपूर्ण हो जाती है।

## सवाल

- ◆ **क्या संबंधित निगरानी एजेंसी/नियामक की सिफारिशों के आधार पर लाइसेंसकर्ता को जनहित में किसी भी संस्था को मीडिया क्षेत्र में प्रवेश करने से रोकना चाहिए? कृपया अपने उत्तर को विस्तृत करें।**

## टिप्पणी

*भारतीय संविधान स्पष्ट रूप से अनुच्छेद 19 (2) के तहत विशिष्ट प्रतिबंधों के अधीन अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता की गारंटी देता है। इसके अलावा संविधान के अनुच्छेद 14 के तहत किसी भी इकाई को प्रतिबंधित करना चुनौतिपूर्ण होगा।*

*एग्जीक्यूटिव फिएट के लिए अनुमोदन छोड़ने के बजाय एक निष्पक्ष और पारदर्शी लाइसेंसिंग व्यवस्था शुरू करने की आवश्यकता है। आखिर कौन तय करता है कि जनहित क्या है। राजनीतिक और धुवीकृत कार्यपालिका नहीं।*

## 9. Media Concentration

- ❖ The Authority, in its **Recommendations** dated **12th August 2014**, had recommended that only the **News and Current Affairs** genre, including business and financial news and information, is of direct relevance to the **plurality and diversity** of viewpoints and, hence, should be considered as the relevant genre in the product market for formulating cross-media ownership rules.
- ❖ However, a wide variety of content is broadcast on the **General Entertainment channels** and their influence on public perception cannot be denied. The Infotainment channels broadcast content on a wide array of subjects.

### QUERY

- ◆ **What all genres shall be considered to oversee media ownership to ensure viewpoint plurality? Please elaborate your response with justifications.**

### COMMENT

*All genres certainly need to be considered for overseeing media ownership to ensure viewpoint plurality. But looking to the rapid digitisation of media and creation of common content studios, it is difficult to accept any "overseeing" of media ownership.*

## 10. Viewpoint Plurality

- ❖ TRAI, in its recommendation dated **12th August 2014**, had recommended that **only television and print** segments be taken to be **relevant segments** to ensure viewpoint plurality.
- ❖ The **business model** pursued by social networking platforms and search engines encourages producing information that is 'click-worthy,' independently of its accuracy or public interest. The algorithms used by social networking platforms and search engines to provide users with a personalised experience based on their individual preferences represent a **challenge** to

## 9. मीडिया एकाग्रता

- ❖ प्राधिकरण ने **12 अगस्त 2014** की अपनी सिफारिशों में **सिफारिश** की थी कि व्यापार और वित्तीय समाचार और सूचना सहित केवल **समाचार और समसामयिक मामलों** की शैली **बहुलता** और **दृष्टिकोण** की विविधता के लिए सीधी प्रासंगिकता है और इसलिए क्रॉस मीडिया स्वामित्व नियम तैयार करने के लिए उत्पाद बाजार में इसे प्रासंगिक शैली के रूप में माना जाना चाहिए।
- ❖ हालांकि **सामान्य मनोरंजन चैनलों** पर विविध प्रकार की सामग्री प्रसारित की जाती है और जनता की धारणा पर उसके प्रभाव से इंकार नहीं किया जा सकता है। इंफोटेनमेंट चैनल विषयों की एक विस्तृत श्रृंखला पर सामग्री प्रसारित करते हैं।

### सवाल

- ◆ **दृष्टिकोण की बहुलता सुनिश्चित करने के लिए मीडिया के स्वामित्व की निगरानी के लिए किन सभी शैलियों पर विचार किया जायेगा? कृपया अपने उत्तर को औचित्य सहित विस्तृत करें।**

### टिप्पणी

*दृष्टिकोण की बहुलता सुनिश्चित करने के लिए मीडिया स्वामित्व की निगरानी के लिए सभी शैलियों पर निश्चित रूप से विचार करने की आवश्यकता है। लेकिन मीडिया के तेजी से डिजिटलीकरण और सामान्य सामग्री स्टूडियो के निर्माण को देखते हुए, मीडिया स्वामित्व की किसी भी 'निगरानी' को स्वीकार करना मुश्किल है।*

## 10. दृष्टिकोण बहुलता

- ❖ ट्राई ने **12 अगस्त 2014** को अपनी अनुसंधान में यह सिफारिश की थी कि दृष्टिकोण की बहुलता सुनिश्चित करने के लिए **केवल टेलीविजन और प्रिंट खंडों** को ही **प्रासंगिक खंड** के रूप में लिया जाए।
- ❖ सोशल नेटवर्किंग प्लेटफॉर्म और सर्च इंजन द्वारा अपनाये जाने वाले **बिजनेस मॉडल** ऐसी जानकारी तैयार करने को प्रोत्साहित करता है जो कि इसकी सटीकता या सार्वजनिक हित में स्वतंत्र रूप से 'क्लक योग्य' है। उपयोगकर्ताओं और उनकी व्यक्तिगत प्राथमिकताओं के आधार पर व्यक्तिगत अनुभव प्रदान करने के लिए सोशल नेटवर्किंग प्लेटफॉर्म और सर्च इंजन द्वारा उपयोग किये जाने एल्गोरिदम **बहुलवाद के लिए एक चुनौती** का प्रतिनिधित्व करते हैं, अलग-अलग

INDIA'S MOST RESPECTED TRADE MAGAZINE FOR THE CABLE TV, BROADBAND, IPTV & SATELLITE INDUSTRY



**ADVERTISE NOW!**

Contact: Mob.: +91-7021850198  
Tel.: +91-22-6216 5313  
Email: scat.sales@nm-india.com

**pluralism**, restricting individuals' exposure to differing viewpoints and newsfeeds.

- ❖ **The Internet** cannot be ignored in societal administration, data privacy, the convergence of services or access to the plurality of information and viewpoints.

## QUERY

Which media segment amongst the following would be relevant for encouraging viewpoint plurality?

1. Print media viz. Newspaper & magazine
2. Television
3. Radio
4. Online media/Digital media/OTT
5. All or some of the above

## COMMENT

*All media are relevant to determine viewer plurality. The question is, how will it be monitored. Can an independent agency monitor it? Does TRAI have a media research cell? What will be done with the data?*

## 11. Who Can Influence Viewer Plurality

- ❖ The **Television segment** consists of important players in television distribution chain. These are Broadcasters, Distribution Platform Operators (DPOs) and Local Cable Operators (LCOs). Each one of these players can influence the viewpoint plurality.

## QUERY

Should the word 'media' include television, print media, digital/online media, and other media entities? Alternatively, Should 'television' as a media segment includes only DPOs (including LCOs), broadcasters, or both to ensure viewpoint plurality in the television segment? Please justify your answer.

## COMMENT

*The entire TV segment needs to be considered. LMOs are the true purveyors of broadcast content to the 130 million video subscribers. In the past 18 years of TRAI broadcast regulation, very little effort has been made to tap this vital resource.*

दृष्टिकोणों और समाचार फीड के लिए व्यक्तियों के जोखिम को प्रतिबंधित करते हैं।

- ❖ सामाजिक प्रशासन, डेटा गोपनीयता, सेवाओं के कन्वर्जन या सूचना और दृष्टिकोण की बहुलता तक पहुंच में इंटरनेट को नजरअंदाज नहीं किया जा सकता है।

## सवाल

दृष्टिकोण बहुलता को प्रोत्साहित करने के लिए निम्नलिखित में से कौन सा मीडिया खंड प्रासंगिक होगा?

1. प्रिंट मीडिया अर्थात समाचार पत्र व पत्रिका
2. टेलीविजन
3. रेडियो
4. ऑनलाइन मीडिया/डिजिटल मीडिया/ओटीटी
5. उपरोक्त सभी या कुछ

## टिप्पणी

*दर्शकों की बहुलता निर्धारित करने के लिए सभी मीडिया प्रासंगिक हैं। सवाल यह है कि इसकी निगरानी कैसे की जायेगी। क्या कोई स्वतंत्र एजेंसी इसकी निगरानी कर सकती है? क्या ट्राई के पास मीडिया रिसर्च सेल है? डेटा के साथ क्या किया जायेगा?*

## 11. दर्शकों की बहुलता को कौन प्रभावित कर सकता है?

- ❖ **टेलीविजन खंड** में टेलीविजन वितरण शृंखला में महत्वपूर्ण खिलाड़ी शामिल हैं। ये प्रसारक, वितरण प्लेटफॉर्म ऑपरेटरों (डीपीओ) और लोकल केवल ऑपरेटर (एलसीओ) हैं। इनमें से प्रत्येक खिलाड़ी दृष्टिकोण की बहुलता को प्रभावित कर सकते हैं।

## सवाल

क्या 'मीडिया' शब्द में टेलीविजन, प्रिंट मीडिया, डिजिटल/ऑनलाइन मीडिया और अन्य मीडिया इकाइयां शामिल होनी चाहिए? वैकल्पिक रूप से क्या मीडिया सेगमेंट के रूप में 'टेलीविजन में केवल डीपीओ (एलसीओ सहित), प्रसारक या दोनों शामिल हैं ताकि टेलीविजन खंड में दृष्टिकोण की बहुलता सुनिश्चित हो सके? कृपया अपने औचित्य का उत्तर सिद्ध करें?

## टिप्पणी

*पूरे टीवी खंड पर विचार करने की जरूरत है। एलएमओ 130 मिलियन वीडियो ग्राहकों के लिए प्रसारण सामग्री के सच्चे पैरोकार हैं। ट्राई के प्रसारण नियमन के पिछले 18 वर्षों में, इस महत्वपूर्ण संसाधन का दोहन करने के लिए बहुत कम प्रयास किये गये हैं।*

## 12. Cross Media Restrictions

- ❖ The **first method** is restricting ownership based on mere presence, i.e., a blanket ban on control over media outlets in more than one media segment.
- ❖ The **second method** is restrictions based on market share in media segments. Media entities exceeding prescribed market share thresholds in two or more media segments would have to withdraw from one of the segments.

### QUERY

Would it be appropriate to put restrictions on cross-media ownership in one or more types of media segment based on the mere presence of an entity in any segment in a relevant market.

### COMMENT:

*This is a completely outdated concept. Today, with the content created digitally and utilised in multiple media modes, cross-media restriction is unnecessary. The customer has a vast power of choice and constantly switches between Print/Digital/TV/OTT streaming.*

## 13. Merger and amalgamation

In 2014, TRAI recommended that Mergers and Acquisitions (M&A) in the the media sector should be permitted only to the extent that the rule based on HHI is not breached. However, another set of arguments in light of the reduced barriers of entry with the emergence of digital media is that the popularity of digital media is rising in the contemporary world. Due to minimum barriers to entry therein, the plurality of the viewpoints available in digital Media is abundant.

### QUERY

Because sectoral regulators have played an essential role in bringing necessary regulations to facilitate growth and competition and promote efficiency in operations of Telecom Services (Telecommunications and Broadcasting), in your opinion, should Merger & Acquisitions in the media sector be subjected to sector Specific regulations? Please justify your response.

## 12. क्रॉस मीडिया प्रतिबंध

- ❖ **पहला तरीका** केवल उपस्थिति के आधार पर स्वामित्व को प्रतिबंधित करना है, यानी एक से अधिक मीडिया सेगमेंट में मीडिया आउटलेट्स पर नियंत्रण पर पूर्ण प्रतिबंध।
- ❖ **दूसरा तरीका** है मीडिया खंड में बाजार हिस्सेदारी पर आधारित प्रतिबंध। दो या दो से अधिक मीडिया खंडों में निर्धारित बाजार हिस्सेदारी सीमा से अधिक की मीडिया संस्थाओं को एक खंड से हटाना होगा।

### सवाल

क्या एक या अधिक प्रकार के मीडिया खंड में क्रॉस मीडिया स्वामित्व पर प्रतिबंध लगाना उचित होगा जो कि संबंधित बाजार में किसी भी खंड में एक इकाई की मात्र उपस्थिति के आधार पर होगा।

### टिप्पणी

*यह पूरी तरह से पुरानी अवधारणा है। आज, डिजिटल रूप से बनायी गयी सामग्री और कई मीडिया मोड में उपयोग की जाने वाली सामग्री के साथ, क्रॉस मीडिया प्रतिबंध अनावश्यक है। ग्राहक के पास पसंद की एक विशाल शक्ति है और वह लगातार प्रिंट/डिजिटल/टीवी/ओटीटी स्ट्रीमिंग के बीच स्विच करता है।*

## 13. विलय और समामेलन

2014 में ट्राई ने सिफारिश की थी कि मीडिया क्षेत्र में विलय और अधिग्रहण (एमएंडए) की अनुमति केवल उस सीमा तक दी जानी चाहिए, जहां तक एचएचआई पर आधारित नियमों का उल्लंघन नहीं होता है। हालांकि, डिजिटल मीडिया के उदय के साथ प्रवेश के कम बाधाओं के आलोक में तर्कों का एक और सेट यह है कि समकालीन दुनिया में डिजिटल मीडिया की लोकप्रियता बढ़ रही है। इसमें प्रवेश के लिए न्यूनतम बाधाओं के कारण, डिजिटल मीडिया में उपलब्ध दृष्टिकोणों की बहुलता प्रचुर मात्रा में है।

### सवाल

*चूंकि क्षेत्रिय नियामकों ने दूरसंचार सेवाओं (दूरसंचार व प्रसारण) के संचालन में विकास और प्रतिस्पर्धा को सुविधाजनक बनाने और दक्षता को बढ़ावा देने के लिए आवश्यक नियम लाने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है, आपकी राय में, क्या मीडिया क्षेत्र में विलय और अधिग्रहण क्षेत्र विशिष्ट नियमों के अधीन होना चाहिए? कृपया अपनी प्रतिक्रिया का औचित्य सिद्ध करें।*

## COMMENT:

*The NCLT/Competition Commission and Ministry approval is sufficient in the current system.*

### 14. Vertical Integration

- ❖ The main issue for the Authority is the need to ensure that the broadcast and distribution sector is **free** and able to provide, from a wide range of sources, factual news, and information to the consumers.
- ❖ **Ownership and control** must not be allowed in any way to restrict this. Though the **vertical integration** of various entities within a particular sector result in a **reduction in cost** to the company as well as offers economies of scale, it often manifests in the form of ills of monopolies, viz. higher cost to the consumers, blocking competition, creating a barrier to entry for new players to venture into the sector, deterring innovations, deterioration of the quality of service to the consumers in the long run etc.

## QUERY

- ◆ **Should any entity be allowed to have an interest in both broadcasting and distribution companies/entities?**

## COMMENT

*No. Not exceeding 20 %. This is to avoid a lack of a level playing field.*

### 15. Media Holding Disclosures

- ❖ From the foregoing discussions, one can see quite a few disclosures/reports that the stakeholders must make/ submit to the licensor (**MIB**) and the Regulator (**TRAI**). A question arises about whether these disclosures are necessary and, if yes, whether they are sufficient?

## QUERY

- ◆ **Do you think that the disclosures/ compliance reports for different types of licensees as described in Part II of Chapter VI are sufficient to ascertain the media Ownership/ Control by certain entity(ies)? If not, please specify what additional**

## टिप्पणी

*मौजूदा व्यवस्था में एनसीएलटी/प्रतियोगिता आयोग और मंत्रालय की मंजूरी पर्याप्त है।*

### 14. वर्टिकल एकीकरण

- ❖ प्राधिकरण के लिए मुख्य मुद्दा यह सुनिश्चित करने की आवश्यकता है कि प्रसारण और वितरण क्षेत्र **स्वतंत्र** है और उपभोक्ताओं को व्यापक स्रोत, तथ्यात्मक समाचार और सूचना प्रदान करने में सक्षम है।
- ❖ इसे प्रतिबंधित करने के लिए किसी भी तरह से **स्वामित्व और नियंत्रण** की अनुमति नहीं दी जानी चाहिए। हालांकि एक विशेष क्षेत्र के भीतर विभिन्न संस्थाओं के **वर्टिकल एकीकरण** के परिणामस्वरूप कंपनी की **लागत में कमी** आती है और साथ ही साथ पैमाने की अर्थव्यवस्थाएं भी मिलती है, यह अक्सर एकाधिकार के बुराइयों के रूप में प्रकट होता है, जैसे उपभोक्ताओं के लिए उच्च लागत, प्रतिस्पर्धा को अवरुद्ध करना, इस क्षेत्र में उद्यम करने के लिए नये खिलाड़ियों के प्रवेश में बाधा उत्पन्न करना, नवाचारों को रोकना, लंबे समय में उपभोक्ताओं को सेवा की गुणवत्ता में गिरावट आदि।

## सवाल

- ❖ **क्या किसी संस्था को प्रसारण और वितरण कंपनियों/ संस्थाओं दोनों में रुचि रखने की अनुमति दी जानी चाहिए?**

## टिप्पणी

*नहीं, 20% से अधिक नहीं। यह एक समान खेल मैदान की कमी से बचने के लिए है।*

### 15. मीडिया होल्डिंग का प्रकटीकरण

- ❖ पूर्वगामी चर्चाओं में, कुछ ऐसे खुलासे/रिपोर्ट देखी जा सकती है जो हितधारकों को लाइसेंसकर्ता (**एमआईबी**) और नियामक (**ट्राई**) को देनी/प्रस्तुत करनी चाहिए। प्रश्न उठता है कि क्या ये खुलासे आवश्यक हैं और यदि हां, क्या वे पर्याप्त हैं?

## सवाल

- ◆ **क्या आपको लगता है कि अध्याय 6 के भाग 2 में वर्णित विभिन्न प्रकार के लाइसेंसधारियों के लिए प्रकटीकरण/अनुपालन रिपोर्ट कुछ संस्थाओं द्वारा मीडिया स्वामित्व/मीडिया का पता लगाने के लिए पर्याप्त है? यदि नहीं, तो कृपया निर्दिष्ट करें कि प्रभावी निगरानी के**

details should be sought by the licensor or the regulator for effective monitoring.

## COMMENT

*While the system of self-reporting is an excellent way to determine direct and indirect media ownership, TRAI needs to coordinate with the Ministry of Corporate Affairs to cross-check the voluntary filing of data.*

लिए लाइसेंसकर्ता या नियामक द्वारा कौन से अतिरिक्त विवरण मांगे जाने चाहिए।

## टिप्पणी

जवतक स्व-रिपोर्टिंग की प्रणाली प्रत्यक्ष या अप्रत्यक्ष मीडिया स्वामित्व को निर्धारित करने का एक शानदार तरीका है, ट्राई को डेटा की स्वैच्छिक फाइलिंग को क्रॉस-चेक करने के लिए कॉर्पोरेट मामलों के मंत्रालय के साथ समन्वय करने की आवश्यकता है।

## C. IS RELIANCE BODHI SYSTEM VENTURE A DEAL-BREAKER?

1. On April 27, 2022, Reliance Industries informed the Stock Exchanges that it had entered into a strategic partnership with Bodhi Tree Systems, a platform of Mr James Murdoch's Lupa Systems and Mr Uday Shankar, to form one of the "largest TV and digital streaming platforms" in India.
2. Bodhi Tree Systems is a newly formed platform between Lupa Systems and Mr Uday Shankar to leverage the partners shared track record of building iconic businesses and shaping the media landscape in India and globally.
3. Bodhi Tree Systems will lead a fundraise for Rs. 13500 crores, and Reliance Projects will contribute Rs. 1645 crores. The Qatar Investment Authority is an investor in Bodhi Tree Systems.
4. Jio Cinema OTT app will be transferred to Viacom 18. Paramount Global (formerly known as Viacom CBS) will continue to supply International premium content.
5. In their statement, Mr James Murdoch and Mr Uday Shankar stressed leveraging technological advances, particularly mobile, to provide meaningful solutions to meet everyday media and entertainment needs at scale. We need to reshape the entertainment experience across more than 1 billion screens.



Bodhi Tree



## सी. क्या रिलायंस बोधि सिस्टम उपक्रम एक डील ब्रेकर है?

1. 27 अप्रैल 2022 को रिलायंस इंडस्ट्रीज ने स्टॉक एक्सचेंज को सूचित किया कि उसने बोधि ट्री सिस्टम के साथ एक रणनीतिक साझेदारी की है जो कि श्री जेम्स मरडोक के लुपा सिस्टम्स और श्री उदय शंकर का एक प्लेटफॉर्म है, जो भारत में 'सबसे बड़े टीवी और डिजिटल स्ट्रीमिंग प्लेटफॉर्म' में से एक है।
2. बोधि ट्री सिस्टम, लुपा सिस्टम और श्री उदय शंकर के बीच एक नवगठित प्लेटफॉर्म है, जो भारत और विश्वस्तर पर प्रतिष्ठित व्यवसायों के निर्माण और मीडिया परिवृश्य को आकार देने के साझेदारों के साझा ट्रैकरिकॉर्ड का लाभ उठाने के लिए है।
3. बोधि ट्री सिस्टम्स 13500 करोड़ रुपये की धन उगाही का नेतृत्व करेगा और रिलायंस प्रोजेक्ट 1645 करोड़ रुपये का योगदान देगा। कतर निवेश प्राधिकरण बोधि ट्री सिस्टम्स में एक निवेशक है।
4. जियो सिनेमा ओटीटी ऐप को वायकॉम 18 में स्थानांतरित कर दिया जायेगा। पैरामाउंट ग्लोबल (जिसे पहले वायकॉम सीबीएस के नाम से जाना जाता था) अंतरराष्ट्रीय प्रीमियम सामग्री की आपूर्ति जारी रखेगा।
5. अपने वयान में श्री जेम्स मरडोक और श्री उदय शंकर ने दैनिक मीडिया और मनोरंजन की जरूरतों को बड़े पैमाने पर पूरा करने के लिए सार्थक समाधान प्रदान करने के लिए तकनीकी प्रगति, विशेष रूप से मोबाइल का लाभ उठाने पर जोर दिया। हमें 1 बिलियन से अधिक स्क्रीनों पर मनोरंजन के अवसर के अनुभव को नया रूप देने की जरूरत है।

## COMMENT

*A lot of helpful media euphoria has been created on the proposed joint deal. One key feature missing in the joint statement is the absence of any mention of Reliance bidding for IPL rights even though Sports 18 1 and Sports 18 1 HD were launched on April 15, 2022.*

*As per media reports, Viacom has already acquired FIFA World Cup broadcasting rights in which Reliance is a majority shareholder. Football broadcasting rights for European football have been acquired. Viacom's OTT platform Voot and VHI will shift to Sports 18. Reliance has already acquired Badminton World Federation Rights.*

*Bidding for the IPL rights will start in mid-June. Other strong contenders are Disney-Hotstar/ Zee-Sony/ Amazon/ Facebook Meta and Google/YouTube. and maybe Adani Group, which has just floated a media company. The IPL tender is for 2023-2027, and BCCI claims a possible windfall of Rs. 50,000 crores.*

*Mr Uday Shankar has been the most dynamic Broadcast Television Leader in the past 20 years. He led Star in grabbing the current IPL rights. But in 2022, viewer fatigue has set in, and there is a steep fall in audience ratings halfway through the 2022 IPL matches. People are back in offices. Cinema halls have opened. The two top teams, Mumbai Indians, and Chennai Super Kings, have underperformed.*

*Bodhi Tree Systems has its work cut out for itself. Will it pull off a miracle against strong contenders like Disney/Hotstar and Zee/Sony in terms of sports rights and share of the audience remains to be seen.*

*Personally, this writer admires Mr Uday Shankar and wishes him well in his stupendous task to make Reliance Viacom the top TV and Mobile content in India. ■*

## टिप्पणी

प्रस्तावित संयुक्त सौदा मीडिया के मददगार के रूप में काफी उत्साह पैदा करता है। संयुक्त वयान में जो एक महत्वपूर्ण विशेषता आईपीएल अधिकारों के लिए रिलायंस की ओर से बोली लगाने की बात दिखाई नहीं देती है, भले ही 15 अप्रैल 2022 को स्पोर्ट्स 18.1 और स्पोर्ट्स 18.1 एचडी को लॉन्च किया गया है।

मीडिया रिपोर्ट के अनुसार वायकॉम पहले ही फीफा विश्वकप प्रसारण अधिकार हासिल कर चुका है जिसमें रिलायंस एक बहुसंख्यक शेयरधारक है। यूरोपीय फुटबॉल के लिए फुटबॉल प्रसारण अधिकार हासिल किये गये हैं। वायकॉम का ओटीटी प्लेटफॉर्म वूट और वीएचआई, स्पोर्ट्स 18 में शिफ्ट हो जायेगा। रिलायंस पहले ही बैडमिंटन वर्ल्ड फेडरेशन अधिकार हासिल कर चुकी है।

आईपीएल के अधिकार के लिए बोली जून में शुरू होगी। अन्य मजबूत दावेदार डिज्नी-हॉटस्टार/जी-सोनी/अमेजन/फेसबुक मेटा और गुगल यूट्यूब है। और शायद अदानी ग्रुप जिसने अभी अभी एक मीडिया कंपनी स्थापित किया है। आईपीएल का डेंटर 2023-2027 के लिए है और बीसीसीआई 50000 करोड़ रुपये के संभावित लाभ का दावा कर रही है।

श्री उदय शंकर पिछले 20 वर्षों में सबसे गतिशील प्रसारक टेलीविजन लीडर रहे हैं। उन्होंने मौजूदा आईपीएल अधिकार को हथियाने में स्टार का नेतृत्व किया। लेकिन 2022 में दर्शकों की थकान शुरू हो गयी है और 2022 के आईपीएल मैचों के दौरान दर्शकों की रेटिंग में भारी गिरावट आयी है। लोग कार्यालय में वापस आ गये। सिनेमा हॉल खुल गये हैं। दो शीर्ष टीमों मुंबई इंडियन्स और चन्नई की सेपर किंग्स ने खराब प्रदर्शन किया है।

बोधि ट्री सिस्टम्स ने अपना काम खुद ही कर लिया है। क्या वह खेल अधिकारों के मामले में डिज्नी/हॉटस्टार और जी/सोनी जैसे मजबूत दावेदारों के खिलाफ चमत्कार करेगा और इसमें दर्शकों की हिस्सेदारी को देखा जाना बाकी है।

व्यक्तिगत रूप से यह लेखक श्री उदय शंकर की प्रशंसा करता है और रिलायंस वायकॉम को भारत में शीर्ष टीवी और मोबाइल सामग्री बनाने के उनके शानदार कार्य के लिए शुभकामनायें देता है। ■

**INDIA'S MOST RESPECTED TRADE MAGAZINE FOR  
THE CABLE TV, BROADBAND, IPTV & SATELLITE INDUSTRY**



**MAGAZINE**

**... You Know What You are doing  
But Nobody Else Does**

**ADVERTISE NOW!**

Contact:  
Mob.: +91-7021850198  
Tel.: +91-22-6216 5313  
Email: scat.sales@nm-india.com