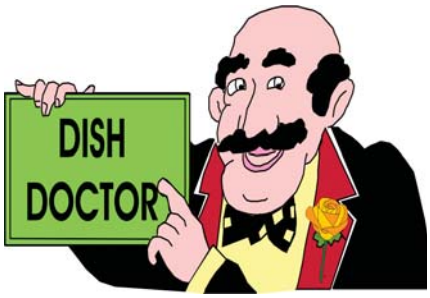

Ask us any questions or problems faced by you in the course of your business. Our DISH DOCTOR will try and answer them in the best way possible, in the simplest terms, avoiding the unnecessary use of technical terms where possible. The service is available free to our readers and subscribers.

Send Your Queries To: Dish Doctor, 312/313, A Wing,3rd Floor, Dynasty Business Park, Andheri Kurla Road, Andheri (E), Mumbai – 400059. or Email: manoj.madhavan@nm-india.com. Now you can WhatsApp Your Dish Doctor Queries To: +91-91082 32956

CROSS MEDIA OWNERSHIP

Q: What is cross media ownership in India? Please explain the parameters associated with it?

Jag Mohan Mundra
Broadcast Consultant, Patna

Ans.: Media plurality, which manifests in viewpoint plurality, contributes to a well-functioning democracy by making diverse viewpoints available to the citizens and by preventing any media owner/voice to exert too much influence over public opinion. Thus, viewpoint plurality ensures that media acts as the fourth pillar of democracy in letter as well as spirit. At present, print, radio, television, and internet form the four segments of M&E sector. When a person or entity owns any two or more of these media outlets, it is said to be involved in cross media ownership. To ensure viewpoint plurality, it becomes imperative to ensure the diversity among all these segments. If one entity becomes dominant in all or most of these media segments, the news content will be homogeneous. Such scenario may adversely affect the debate and quell disparate viewpoints. Thus, establishment of an oversight and regulatory regime to

क्रॉस मीडिया स्वामित्व

प्रश्नः भारत में क्रॉस मीडिया स्वामित्व क्या है?कृपया इससे जुड़े मापदंडों को स्पष्ट करें?

जगमोहन मुंद्रा,
प्रसारण सलाहकारपटना, पटना

उत्तरः मीडिया बहुलता, जो दृष्टिकोण बहुलता में प्रकट होती है, नागरिकों को विविध दृष्टिकोण उपलब्ध कराकर और किसी भी मीडिया मालिक/आवाज को जनमत पर बहुत अधिक प्रभाव डालने से रोककर एक अच्छी तरह से कार्यशील लोकतंत्र में देती है। इस प्रकार, दृष्टिकोण बहुलता यह सुनिश्चित करती है कि मीडिया अक्षरशः और आत्मा में लोकतंत्र के चौथे स्तंभ के रूप में कार्य करता है। वर्तमान में, प्रिंट, रेडियो, टेलीविजन और इंटरनेट एम एंड ई क्षेत्र के चार खंड हैं। जब कोई व्यक्ति या इकाई इनमें से दो या अधिक मीडिया आउटलेट्स का मालिक होता है, तो उसे क्रॉस मीडिया स्वामित्व में शामिल कहा जाता है। दृष्टिकोण बहुलता सुनिश्चित करने के लिए, इन सभी वर्गों के बीच विविधता सुनिश्चित करना अनिवार्य हो जाता है। यदि एक इकाई इन सभी या अधिकांश मीडिया क्षेत्रों में प्रभावी हो जाती है तो समाचार सामग्री सजातीय होगी। ऐसा परिदृश्य बहस पर प्रतिकूल प्रभाव डाल सकता है और असमान दृष्टिकोण को खत्म कर सकता है। इस प्रकार, क्रॉस मीडिया स्वामित्व की निगरानी और विनियमन के लिए एक निरीक्षण और

monitor and regulate cross-media ownership may be necessary.

The second aspect of relevant product market is the examination of media segments which have a direct relevance in ensuring viewpoint plurality. Different media segments form separate markets as they meet distinct needs and are consumed in different ways. Each is equally important as each performs a unique function – the television provides news in an audio-visual format as it unfolds, the radio supplies news on the move.

The news content providers on internet can be divided into two categoriesfirst, entities which have presence in any other segment as well and they exist on internet as an extension of their traditional services. For instance, almost all the major newspapers have an e-version. Moreover, almost all newspapers have presence on social media platforms. The second category of news providers on internet includes entities which are present only on internet. For instance, there are several YouTube channels providing news along with apps like DNA, Public. ■

नियामक व्यवस्था की स्थापना आवश्यक हो सकती है।

प्रसांगिक उत्पाद बाजार का दूसरा पहलू मीडिया खंडों की जांच है जिनकी दृष्टिकोण बहुलता सुनिश्चित करने में प्रत्यक्ष प्रासंगिकता है। विभिन्न मीडिया खंड अलग-अलग बाजार बनाते हैं, क्योंकि वे अलग-अलग जरूरतों को पूरा करते हैं और अलग-अलग तरीकों से उपभोग किये जाते हैं। प्रत्येक समान रूप से महत्वपूर्ण हैं, क्योंकि प्रत्येक एक अद्वितीय कार्य करता है-टेलीविजन जैसे ही समाने आता है ऑडियो विजुअल प्रारूप में समाचार प्रदान करता है, रेडियो चलते फिरते समाचार प्रदान करता है।

इंटरनेट पर समाचार सामग्री प्रदाताओं को दो श्रेणी में विभाजित किया जा सकता है, पहला, ऐसी संस्थायें जिनकी किसी अन्य क्षेत्र में भी उपस्थिति है और वे अपनी पारंपरिक सेवाओं के विस्तार के रूप में इंटरनेट पर मौजूद हैं। उदाहरण के लिए लगभग सभी समाचार पत्रों का ई-संस्करण है। इसके अलावा लगभग सभी अखबारों की सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म पर मौजूदगी है। इंटरनेट पर समाचार प्रदाताओं की दूसरी श्रेणी में वे संस्थायें शामिल हैं जो केवल इंटरनेट पर मौजूद हैं। उदाहरण के लिए डीएनए, पब्लिक जैसे ऐप्स के साथ-साथ कई यूट्यूब चैनल समाचार प्रदान करते हैं। ■