बोरलुइट प्रोडक्शंस ने रिलीज़ किया असमिया फिल्म 'डिफोलू' का टाइटल ट्रैक

गुवाहाटी, आगामी असमिया फीचर फिल्म 'डिफोलू' के निर्माताओं ने फिल्म के पहले रिलीज़ हुए रोमांटिक गीत 'सरोगी सपुन' को मिली शानदार प्रतिक्रिया के बाद अब फिल्म का जोशीला और रंगारंग टाइटल ट्रैक- 'डिफोलू नदीर पारोते' जारी कर दिया है। यह गीत फिल्म की सिनेमाघरों में रिलीज़ से पहले असम के ग्रामीण जीवन, परंपराओं और सामुदायिक संस्कृति की जीवंत झलक दर्शकों के सामने प्रस्तुत करता है।

यूट्यूब पर रिलीज़ किए गए इस गीत में आकर्षक दृश्य, मनमोहक संगीत और कलाकारों के ऊर्जावान प्रदर्शन के माध्यम से 'डिफोलू' की दुनिया को जीवंत बनाया गया है। इस गीत को राकेश रीयान और रूपाली कश्यप ने अपनी आवाज़ दी है। इसके बोल नेकीब ने लिखे हैं, जबकि संगीत निर्देशन और कंपोज़िशन जेकिव ने किया है। संगीत प्रोग्रामिंग मैट्रिक्स ने की है तथा मिक्सिंग और मास्टरिंग नोबो मेधी ने की है।

फिल्म के पहले रिलीज़ हुए रोमांटिक गीत 'सरोगी सपुन' के विपरीत, यह टाइटल ट्रैक पूरी तरह उत्सव, उल्लास और ग्रामीण जीवन की जीवंतता को समर्पित है। असम के खूबसूरत ग्रामीण परिवेश में फिल्माए गए इस गीत में गांव की आत्मीयता, रोज़मर्रा की सहज खुशियां और समृद्ध सांस्कृतिक विरासत को बेहद आकर्षक अंदाज़ में प्रस्तुत किया गया है।

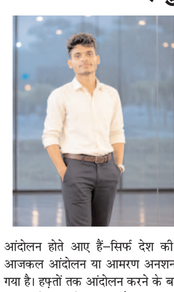
फिल्म के निर्देशक नेकीब ने कहा कि इस गीत को फिल्म की संगीतमय पहचान के रूप में तैयार किया गया है।

'हर फिल्म का एक ऐसा गीत होता है, जो दर्शकों को पहली बार में ही उसकी दुनिया से जोड़ देता है। हमारे लिए यह टाइटल ट्रैक वही भूमिका निभाता है। इसमें गांव की ऊर्जा, मासूमियत और अपनापन है, साथ ही असम की परंपराओं और यहां के लोगों का उत्सव भी है। हमारी इच्छा थी कि दर्शक इस गीत को सुनकर मुस्कुराएं, इसकी धुन पर थिरकें और 'डिफोलू' की दुनिया से तुरंत जुड़ाव महसूस करें। '

फिल्म के संगीतकार और निर्माता जेकेव ने कहा कि इस गीत में असमिया लोकसंगीत की आत्मा को बरकरार रखते हुए उसे आधुनिक संगीत के साथ प्रस्तुत करने का प्रयास किया गया है।

'यह टाइटल ट्रैक फिल्म की धड़कन है। इसमें लोकसंगीत की मिठास और आधुनिक संगीत का खूबसूरत मेल है, जो इसे एक साथ परिचित भी बनाता है और नया भी। हम चाहते थे कि श्रोता इस गीत के माध्यम से फिल्म की खुशी और सकारात्मक ऊर्जा को महसूस करें। उम्मीद है कि यह गीत समाप्त होने के बाद भी लंबे समय तक लोगों के दिलों में गूंजता रहेगा। '

क्या लोकतंत्र में आमरण अनशन करना कोई जुल्म है?



हम जानते हैं कि हमारा देश एक लोकतंत्र है। हमारे देश में हर व्यक्ति को खुलकर जीने और न्याय मांगने का अधिकार है। किंतु, क्या आप यह भी जानते हैं कि हमारे देश में लोकतंत्र तो है, लेकिन वह सिर्फ कागज़ के पन्नों तक सिमट कर रह गया है?

हमारे देश में सदियों से आमरण अनशन और आंदोलन होते आए हैं–सिर्फ देश की तरक्की के लिए। लेकिन आजकल आंदोलन या आमरण अनशन करना जैसे कोई जुल्म हो गया है। हफ़्तों तक आंदोलन करने के बाद भी न्याय नहीं मिल पाता। अगर कोई अपने न्याय और अधिकारों की मांग करे, तो उसे 'साइको' बता दिया जाता है। क्या यही लोकतंत्र की पहचान है? अगर नहीं, तो फिर ऐसा क्यों हो रहा है?

महात्मा गांधी जी ने कई बार आमरण अनशन किए और उनकी मांगों पर विचार भी किया गया। किंतु वर्तमान में मैं देख रहा हूँ कि कोई कुछ नहीं पूछता। अपनी मांगें सामने रखो, तो सीधे किसी राजनीतिक पार्टी का 'एजेंट' बता दिया जाता है। क्या न्याय की मांग करना कोई गुनाह है? अगर नहीं, तो फिर प्रदर्शनकारियों पर इतना जुल्म क्यों?

जो व्यक्ति 16-17 दिनों तक बिना खाना खाए रहता है, क्या कभी किसी ने सोचा है कि उसके शरीर और मन पर क्या बीतती है? अपनी आँखें बंद कीजिए और खुद से पूछिए–क्या आप 10 दिन भी बिना खाए रह सकते हैं? अगर नहीं, तो सोचिए कि वे लोग कैसे रह जाते हैं! जो व्यक्ति आमरण अनशन पर बैठा होता है, वह सिर्फ अपने व्यक्तिगत न्याय के लिए नहीं, बल्कि देश के हर नागरिक के हक के लिए बैठा होता है। आप सोच रहे होंगे कि मैं कैसी बातें कर रहा हूँ, लेकिन वास्तव में यह एक विचारणीय विषय है।

मैं वर्तमान की कुछ कड़वी बातें बताना चाहता हूँ। आज 18-19 दिन हो गए हैं, हमारे देश के एक ऐसे व्यक्ति, जिन्होंने शिक्षा के क्षेत्र में अपना अभूतपूर्व योगदान दिया, 'आइस स्तूप' बनवाए और बिना किसी लालच के देश के भविष्य के लिए आमरण अनशन पर बैठे हैं ताकि देश में परिवर्तन की एक पहल शुरू हो सके। वे जानते हैं कि देश के किसी एक मंत्री का इस्तीफा लेने से बदलाव नहीं होगा, बल्कि बदलाव तब आएगा जब देश के युवाओं में परिवर्तन की अलख जगेगी। इसके साथ ही लोकतंत्र की असली नींव और उसकी झलक दिखाई देगी।

समय के साथ यदि परिवर्तन न हो, तो जैसे रखी हुई साइकिल भी जंग लगकर खराब हो जाती है, ठीक उसी तरह अगर देश का युवा परिवर्तन की मांग न करे, तो वह देश भी लोकतंत्र नहीं रह जाता।मैंने इतिहास के पन्नों में देखा है कि जब गांधी जी आमरण अनशन पर बैठते थे, तो अंग्रेज भी उनसे बातचीत और जांच-पड़ताल करने आया करते थे। किंतु वर्तमान में मैं देख रहा हूँ कि हमारे अपने ही देश के मंत्री उन्हें दूसरी पार्टी का एजेंट बता रहे हैं।

एक अच्छे और सच्चे लोकतंत्र की पहचान यही है कि यदि कोई व्यक्ति किसी मांग को लेकर आंदोलन कर रहा है, तो सत्ता को उसके करीब जाकर उसकी समस्या का समाधान करना चाहिए, न कि दूर बैठकर उसे किसी पार्टी का एजेंट घोषित कर देना चाहिए।

'-सत्येंद्र कुमार 'एस.टी.डी मौर्य 'कटनी मध्य प्रदेश 7648959825

अब रेल भूमि अधिग्रहण में फर्जीवाड़ा, रिकॉर्ड में हेर फेर और मुआवज़ा घोटालों पर लगेगी निर्णायक रोक

वैश्विक स्तरपर भारत आज विकसित भारत- 2047 के लक्ष्य की ओर तीव्र गति से आगे बढ़ रहा है।जिसका प्रमाण,14 जुलाई 2026 से केंद्रीय रेलवे मंत्रालय ने रेलवे पोर्टल की भी शुरुआत की क्योंकि विजन को प्राप्त करने के लिए आंतरिक भ्रष्टाचार मुक्त पारदर्शिता,जवाबदेही, कर्तव्यों कों बढ़ाकर सुशासन लाना जरूरी है, तो दूसरी ओर 56 से अधिक देशों सेएफटीए जिसमें दिनांक 15 जुलाई 2026 से ब्रिटेन यूके एफटीए की शुरुआत हुई,99 प्रतिशत वस्तुएं कर मुक्त होगी और इसी दिन मुंबई व कोलकाता के बंदरगाहों से निर्यात शुरू हो गया हैं।मैं एडवोकेट किशन सनमुखदास भावनानी गोंदिया महाराष्ट्र यह मानता हूं क्रि भारत- यूके मुक्त व्यापार समझौता,व भारतीय रेलवे की भूमिका अत्यंत महत्वपूर्ण है।विकसित भारत 2047 की दिशा में यह दोनों आर्थिक व पारदर्शिता का ऐतिहासिक कदम हैं। इस लक्ष्य की प्राप्ति में नई रेल लाइनेंडेडिकेटेड फ्रेट कॉरिडोर,तीसरी-चौथी लाइन,स्टेशन पुनर्विकास, बुलेट ट्रेन और अन्य आधारभूत परियोजनाओं के लिए बड़े पैमाने पर भूमि अधिग्रहण किया जा रहा है।लेकिन वर्षों से भूमि अधिग्रहण प्रक्रिया को लेकर किसानों भूमि धारकों और आम नागरिकों के बीच अनेक शिकायतें और विवाद सामने आते रहे हैं। इन्हीं समस्याओं को दूर करने के उद्देश्य से रेलमंत्री द्वारा 14 जुलाई 2026 से रेल भूमि पोर्टल की शुरुआत की गई है,जिसका उद्देश्य भूमि अधिग्रहण और मुआवज़ा भुगतान की पूरी प्रक्रिया को डिजिटल, पारदर्शी, समयबद्ध और जवाबदेह बनाना है।

साथियों बात अगर हमभारत-यूके मुक्त व्यापार समझौता विकसित भारत 2047 की दिशा में ऐतिहासिक आर्थिक कदम कों समझने की करें तो15 जुलाई 2026 से भारत और यूनाइटेड किंगडम (यूके) के बीच व्यापक आर्थिक एवं व्यापार समझौता प्रभावी होने को इसी दिन मुंबई और कोलकाता बंदरगाहों से विशेष कार्यक्रम के माध्यम से निर्यात की नई शुरुआत की गई।इस समझौते के तहत यूके ने भारत के लगभग 99 प्रतिशत निर्यातित उत्पादों को शून्य या शुल्क-मुक्त बाजार पहुंच प्रदान की है, जिससे वस्त्र, चमड़ा, इंजीनियरिंग, समुद्री उत्पाद, रत्न-आभूषण, फार्मा, कृषि एवं एमएसएमई क्षेत्र को बड़ा लाभ मिलेगा। दूसरी ओर भारतीय व्यापारियों को विशाल ब्रिटिश बाजार में प्रतिस्पर्धात्मक बढ़त,निवेश और रोजगार के नए अवसर प्राप्त होंगे, जबकि उपभोक्ताओं को बेहतर गुणवत्ता वाले उत्पाद,अधिक विकल्प और दीर्घकाल में प्रतिस्पर्धी कीमतों का लाभ मिल सकता हैयह समझौता निर्यात, विनिर्माण, सेवा क्षेत्र,वैश्विक आपूर्ति श्रृंखला और विदेशी निवेश को गति देकर भारत की अर्थव्यवस्था को नई ऊर्जा देगा तथा विकसित भारत-2047 के लक्ष्य, आत्मनिर्भर भारत, मेक इन इंडिया और भारत को वैश्विक व्यापारिक शक्ति बनाने की दिशा में एक महत्वपूर्ण सटीकता से मील का पत्थर सिद्ध होगा। साथियों भूमि किसी किसान के लिए केवल संपत्ति नहीं होती, बल्कि उसकी आजीविका पहचान और आने वाली पीढ़ियों का आधार होती है।इसलिए जब किसी सार्वजनिक परियोजना के लिए भूमि अधिग्रहित की जाती है,तब यह आवश्यक हो जाता है

कि पूरी प्रक्रिया निष्पक्ष,पारदर्शी और कानूनसम्मत हो। भारत में यह प्रक्रिया उचित मुआवज़ा एवं भूमि अधिग्रहण, पुनर्वास और पुनर्स्थापन में पारदर्शिता का अधिकार अधिनियम, 2013 के अनुसार संचालित होती है,जिसमें किसानों को उचित मुआवज़ा,पुनर्वास तथा पुनर्स्थापन का अधिकार दिया गया है।हालाँकि व्यवहारिक स्तर पर भूमि अधिग्रहण के दौरान समय-समय पर अनेक प्रकार की अनियमितताओं के आरोप भी सामने आते रहे हैं। कई मामलों में यह आरोप लगाए गए कि

अधिग्रहण की प्रारंभिक सूचना या प्रस्ताव सार्वजनिक होने के बाद संबंधित भूमि के राजस्व रिकॉर्ड में परिवर्तन कराने, कृषि भूमि को गैर-कृषि अथवा व्यावसायिक श्रेणी में परिवर्तित कराने, कृषि भूमि स्टेटस से भूमि का मूल्य बढ़ाने अथवा अधिक मुआवज़ा प्राप्त करने के उद्देश्य से दस्तावेज़ों में बदलाव कराने के प्रयास किए जाते रहे हैं, जो मैंने हमारी भूमि ज़ब रेलवे अधिकरण में गई थी तो उस समय पूरा नज़ारा मैंने स्वयं देखा था कि किस तरह पड़ित जमीन को, चालू व कमर्शियल दिखाकर मिली भगत से पैसे वसूले गए, कुछ मामलों में संबंधित अधिकारियों या अन्य हितधारकों की भूमिका पर भी प्रश्न उठे हैं। यह स्पष्ट करना आवश्यक है कि ऐसे आरोपों की सत्यता प्रत्येक मामले में जांच और न्यायिक प्रक्रिया से ही निर्धारित होती है, इसलिए सभी मामलों या सभी अधिकारियों के बारे में सामान्य निष्कर्ष निकालना उचित नहीं होगा।

साथियों, यही वह पृष्ठभूमि है जिसमें रेल भूमि पोर्टल एक महत्वपूर्ण सुधार के रूप में सामने आया है।यदि अधिग्रहण की अधिसूचना, भूमि की मूल स्थिति,भूमि उपयोग की श्रेणी,स्वामित्व, राजस्व रिकॉर्ड, मूल्यांकन, दस्तावेज़ों में हुए परिवर्तन तथा मुआवज़े की पूरी प्रक्रिया डिजिटल रूप से समय-मुद्रित (टाइम-स्टाम्पड) होकर दर्ज होगी,तो अधिसूचना के बाद किए गए किसी भी संदिग्ध परिवर्तन की पहचान करना पहले की तुलना में कहीं अधिक आसान हो जाएगा।इससे रिकॉर्ड मेंछेड़छाड़ फर्जी दस्तावेज़,मनमाना वर्गीकरण तथा अनियमित मुआवज़े जैसी संभावित गड़बड़ियों पर प्रभावी नियंत्रण स्थापित किया जा सकेगा।

साथियों, रेल भूमि पोर्टल का सबसे बड़ा लाभ यह होगा कि अब भूमि स्वामी स्वयं अपने अधिग्रहण की स्थिति ऑनलाइन देख सकेंगे। उन्हें यह जानकारी मिलेगी कि उनकी फाइल किस स्तर पर है, कौन-सा दस्तावेज़ लंबित है, मूल्यांकन कब हुआ, मुआवज़े की राशि कितनी निर्धारित हुई और भुगतान किस चरण में है। इससे सरकारी कार्यालयों के अनावश्यक चक्कर कम होंगे और पूरी प्रक्रिया अधिक पारदर्शी बनेगी।इस नई व्यवस्था का एक और महत्वपूर्ण पक्ष यह है कि रेलवे, जिला प्रशासन और राज्य सरकार के बीच समन्वय अधिक मजबूत होगा। पहले अलग-अलग विभागों में फाइलों के आदान- प्रदान में महीनों लग जाते थे, जिससे परियोजनाएँ भी प्रभावित होती थीं और किसानों को मुआवज़ा मिलने में भी देरी होती थी। अब डिजिटल प्लेटफ़ॉर्म पर सभी संबंधित विभाग वास्तविक समय में जानकारी साझा कर सकेंगे।

साथियों किसानों के लिए यह भी अत्यंत महत्वपूर्ण है कि वे अपने भूमि अभिलेख, खसरा-खतौनी, आधार, बैंक खाता, नामांतरण तथा अन्य आवश्यक दस्तावेज़ों को अद्यतन रखें। डिजिटल प्रणाली में सही रिकॉर्ड होने से मुआवज़ा भुगतान की प्रक्रिया अधिक तेज़ और विवादरहित होगी।यदि किसी किसान को भूमि के मूल्यांकन, मुआवज़े की राशि अथवा अधिग्रहण प्रक्रिया पर आपत्ति हो, तो वह संबंधित भूमि अधिग्रहण अधिकारी, जिला प्रशासन अथवा कानून के अंतर्गत उपलब्ध अपील के अधिकार का उपयोग कर सकता है। डिजिटल रिकॉर्ड होने से ऐसे मामलों की जांच भी अधिक पारदर्शी और साक्ष्य-आधारित हो सकेगी। साथियों, यह समझना भी आवश्यक है कि केवल डिजिटल पोर्टल बन जाने से सभी प्रकार कीअनियमितताएँ स्वतः समाप्त नहीं हो जाएँगी। इसकी वास्तविक सफलता इस बात पर निर्भर करेगी कि राज्य सरकारों के भूमि अभिलेख पूरी तरह डिजिटाइज़ हों,सभीपरिवर्तनों का ऑडिट ट्रेल उपलब्ध हो, जवाबदेही तय की जाए, शिकायतों का समयबद्ध निस्तारण हो और किसी भी प्रकार की गड़बड़ी पाए जाने पर संबंधित व्यक्तियों के विरुद्ध कठोर कार्रवाई की जाए। यदि इन सभी पहलुओं पर समान रूप से ध्यान दिया गया, तो रेल भूमि पोर्टल भूमि अधिग्रहण व्यवस्था में ऐतिहासिक परिवर्तन ला सकता है। साथियों, भारत में रेलवे केवल परिवहन का माध्यम नहीं बल्कि आर्थिक विकास का इंजन है। नई रेल लाइनें बनने से किसानों को अपनी उपज के लिए बेहतर बाज़ार मिलता है, उद्योगों को सस्ता परिवहन उपलब्ध होता है, रोजगार के अवसर बढ़ते हैं और क्षेत्रीय विकास को नई गति मिलती है। इसलिए यह आवश्यक है कि विकास और किसानों के अधिकार दोनों के बीच संतुलन बना रहे।यदि रेल भूमि पोर्टल का प्रभावी और ईमानदारीपूर्वक क्रियान्वयन किया गया,तो भूमि अधिग्रहण प्रक्रिया में वर्षों से चली आ रही अनेक समस्याओं पर अंकुश लगाया जा सकेगा। इससे वास्तविक भूमिधारकों को समय पर उचित मुआवज़ा मिलेगा, रिकॉर्ड में अनियमित परिवर्तन की संभावनाएँ कम होंगी, पारदर्शिता बढ़ेगी और सार्वजनिक परियोजनाओं पर जनता का विश्वास भी मजबूत होगा।

साथियों, अंतरराष्ट्रीय अनुभव भी यही बताते हैं कि डिजिटल भूमि प्रबंधन प्रणाली भ्रष्टाचार की संभावनाओं को कमकरती है परियोजनाओं की गति बढ़ाती है और नागरिकों का विश्वास मजबूत करती है। जापान, दक्षिण कोरिया तथा अनेक यूरोपीय देशों में डिजिटल भूमि रिकॉर्ड और ऑनलाइन अधिग्रहण प्रणाली ने आधारभूत संरचना विकास को अधिक पारदर्शी बनाया है। भारत का यह कदम भी उसी दिशा में एक महत्वपूर्ण सुधार माना जा रहा है।

अतः अगर हम उपरोक्त पूरे विवरण का अध्ययन का रास्ता विश्लेषण करें तो हम पाएंगे क्रि कहा जा सकता है कि रेल भूमि पोर्टल केवल एक डिजिटल प्लेटफ़ॉर्म नहीं, बल्कि भारत में भूमि अधिग्रहण प्रणाली को अधिक पारदर्शी, जवाबदेह और तकनीक-आधारित बनाने की दिशा में एक ऐतिहासिक सुधार है। यदि इसे कानून के कठोर पालन,सशक्त डिजिटल निगरानी और प्रभावी प्रशासनिक जवाबदेही के साथ लागू किया गया, तो यह किसानों के अधिकारों की रक्षा करते हुए विकास परियोजनाओं को नई गति देने वाला एक मील का पत्थर सिद्ध हो सकता है।

एडवोकेट किशन सनमुखदास भावनानीं गोंदिया महाराष्ट्र 9226229318

हमारा प्रमुख लक्ष्य आउटडोर विज्ञापन व्यवसाय के निरंतर विकास से शेयरधारकों के लिए दीर्घकालिक मूल्य का सृजन करना है

ब्राइट आउटडोर मीडिया के चेयरमैन एवं प्रबंध निदेशक (सीएमडी) डॉ. योगेश लखानी से विशेष बातचीत

प्रश्न 1: जो लोग पहली बार ब्राइट आउटडोर मीडिया के बारे में जान रहे हैं, उनके लिए कृपया बताइए कि कंपनी का व्यवसाय क्या है? आपकी आय (रेवेन्यू) के प्रमुख स्रोत कौन-से हैं और आज कंपनी किस प्रकार से कमाई करती है?

उत्तर: यदि सरल शब्दों में कहूँ, तो ब्राइट आउटडोर मीडिया का मूल व्यवसाय मीडिया और विज्ञापन उद्योग के सबसे पुराने, लेकिन सबसे तेजी से विकसित हो रहे क्षेत्रों में से एक–आउट-ऑफ-होम विज्ञापन–से जुड़ा है।

हर दिन लाखों लोग सड़कों, राजमार्गों, ट्रांजिट हब, व्यावसायिक क्षेत्रों और शहरी केंद्रों से होकर गुजरते हैं, और ब्रांड इन अधिक ध्यान आकर्षित करने वाले स्थानों पर अपनी मजबूत उपस्थिति दर्ज कराने के लिए लगातार प्रतिस्पर्धा करते हैं। ब्राइट आउटडोर मीडिया ऐसे ब्रांडों और इन उच्च-फुटफॉल वाले स्थानों से गुजरने वाले उपभोक्ताओं के बीच एक प्रभावी सेतु का कार्य करती है।

प्रश्न 2: ब्रांड्स से सीधे व्यवसाय प्राप्त करना और विज्ञापन एजेंसियों के माध्यम से व्यवसाय प्राप्त करना–इन दोनों में क्या अंतर है?

उत्तर: ब्राइट आउटडोर मीडिया के दृष्टिकोण से देखें तो प्रत्यक्ष (डायरेक्ट) ब्रांड क्लाइंट्स और विज्ञापन एजेंसियों–दोनों का व्यवसाय हमारे लिए महत्वपूर्ण है। हालांकि, दीर्घकालिक विकास की दृष्टि से ब्रांड्स के साथ सीधे संबंध अधिक रणनीतिक महत्व रखते हैं।

प्रत्यक्ष ब्रांड व्यवसाय हमें निर्णय लेने वाले अधिकारियों (डिसीजन मेकर्स) के साथ सीधे संवाद करने, उनकी आवश्यकताओं और उद्देश्यों को बेहतर ढंग से समझने तथा उनके अनुरूप अनुकूलित (कस्टमाइज्ड) आउटडोर विज्ञापन समाधान तैयार करने का अवसर देता है। इससे ग्राहकों के साथ दीर्घकालिक संबंध मजबूत होते हैं, निर्णय प्रक्रिया तेज होती है, विज्ञापन अभियानों के क्रियान्वयन पर बेहतर नियंत्रण मिलता है और हमारे व्यापक नेटवर्क में विभिन्न सेवाओं की पेशकश (क्रॉस-सेलिंग) के अवसर भी बढ़ते हैं। साथ ही, इससे ब्राइट आउटडोर मीडिया केवल एक मीडिया विक्रेता (मीडिया वेंडर) नहीं, बल्कि एक भरोसेमंद मार्केटिंग पार्टनर के रूप में अपनी पहचान स्थापित कर पाती है।

प्रश्न 3: आपकी रियल एस्टेट इकाई (रियल एस्टेट आर्म) संपत्तियों की खरीद और प्रबंधन का कार्य करती है। कंपनी की कुल पूंजी का कितना हिस्सा रियल एस्टेट में निवेशित है और कितना हिस्सा मुख्य आउटडोर विज्ञापन (बिलबोर्ड) व्यवसाय में लगा है?

उत्तर: हमारी रियल एस्टेट गतिविधियाँ मुख्य रूप से हमारे मूल आउटडोर विज्ञापन व्यवसाय को रणनीतिक रूप से सहयोग देने के उद्देश्य से हैं। इन्हें हम एक स्वतंत्र निवेश क्षेत्र (इन्वेस्टमेंट वर्टिकल) के रूप में नहीं देखते।

रियल एस्टेट में निवेश का मूल्यांकन करते समय हमारा दृष्टिकोण केवल अल्पकालिक ऋष्ष्टश्च तक सीमित नहीं रहता। हम इन परिसंपत्तियों का आकलन कई महत्वपूर्ण मानकों पर करते हैं, जिनमें पूंजी मूल्यवृद्धि (कैपिटल एप्रिसिएशन) की संभावनाएँ, नियमित आय (रिकरिंग इनकम) के अवसर, रणनीतिक रूप से महत्वपूर्ण स्थानों का लाभ तथा भविष्य में व्यवसाय के विस्तार को समर्थन देने की उनकी क्षमता शामिल है। इसलिए प्रत्येक संपत्ति की प्रकृति और उसकी होल्डिंग अवधि के आधार पर निवेश से प्राप्त प्रतिफल अलग-अलग हो सकता है।

कुल मिलाकर, हमारा प्रमुख लक्ष्य अपने मूल आउटडोर विज्ञापन व्यवसाय के निरंतर विकास के माध्यम से शेयरधारकों के लिए दीर्घकालिक मूल्य का सृजन करना है। साथ ही, हम रियल एस्टेट निवेशों के प्रति विवेकपूर्ण और चयनात्मक दृष्टिकोण अपनाते हैं, ताकि वे भी लंबे समय में कंपनी और उसके निवेशकों के लिए स्थायी मूल्य निर्माण में योगदान दे सकें।

प्रश्न 4: आउटडोर विज्ञापन उद्योग काफी प्रतिस्पर्धी और बिखरा हुआ (फ्रैगमेंटेड) दिखाई देता है। ऐसे में कोई प्रतिस्पर्धी आपकी होर्डिंग के ठीक पास एक बड़ा बिलबोर्ड लगाने से आखिर क्या रोकता है?

उत्तर: भले ही बाहर से देखने पर आउटडोर विज्ञापन उद्योग काफी बिखरा हुआ प्रतीत होता हो, लेकिन वास्तविकता यह है कि प्रीमियम लोकेशन्स की बराबरी करना बेहद कठिन है। इस उद्योग में सबसे बड़ी चुनौती केवल एक बिलबोर्ड खड़ा करना नहीं, बल्कि उच्च दृश्यता वाले स्थानों के अधिकार, आवश्यक अनुमतियाँ, मजबूत संबंध और दीर्घकालिक उपयोग का अधिकार प्राप्त करना है।

हमारी कई प्रमुख लोकेशन्स दीर्घकालिक अनुबंधों, सरकारी अनुमतियों, रेलवे विज्ञापन अधिकारों, निजी संपत्तियों से जुड़े समझौतों तथा वर्षों में विकसित हुई रणनीतिक साझेदारियों पर आधारित हैं। यही व्यवस्थाएँ हमें महत्वपूर्ण प्रतिस्पर्धात्मक बढ़त प्रदान करती हैं, जिन्हें रातों-रात दोहराया नहीं जा सकता।

प्रश्न 5: आपकी कंपनी के पास नवी मुंबई मेट्रो और मुंबई पोर्ट ट्रस्ट फ्रीवे जैसे प्रमुख ट्रांजिट स्थलों पर विशेष (एक्सक्लूसिव) विज्ञापन अधिकार हैं। ये अनुबंध आमतौर पर कितने समय के लिए होते हैं, उनका नवीनीकरण (रिन्यूअल) कब होता है और किराया (रेंटल) हर वर्ष कितनी दर से बढ़ता है?

उत्तर: मेट्रो नेटवर्क, रेलवे, राजमार्गों तथा अन्य सार्वजनिक अवसंरचना (पब्लिक इंफ्रास्ट्रक्चर) से जुड़े हमारे विज्ञापन अधिकार संबंधित परियोजनाओं के लिए किए गए अलग-अलग कंसेशन एग्रीमेंट्स और लाइसेंसिंग अनुबंधों के तहत संचालित होते हैं। इन अनुबंधों की अवधि, नवीनीकरण की शर्तें और व्यावसायिक प्रावधान प्रत्येक परियोजना के अनुसार अलग-अलग होते हैं तथा संबंधित प्राधिकरणों की निविदा (टेंडर) शर्तों और नीतियों पर आधारित होते हैं।

प्रश्न 6: हम सभी जानते हैं कि पारंपरिक टीवी और प्रिंट विज्ञापनों की प्रभावशीलता में बदलाव आ रहा है। ऐसे में डिजिटल आउटडोर विज्ञापन (DOOH) की ओर बढ़ते रुझान ने आपकी दैनिक कार्यप्रणाली (डे-टू-डे ऑपरेशंस) को किस प्रकार प्रभावित किया है?

उत्तर: डिजिटल आउटडोर विज्ञापन की ओर बढ़ते रुझान ने हमारी कार्यप्रणाली में बुनियादी बदलाव लाया है। पहले आउटडोर विज्ञापन का मुख्य उद्देश्य प्रीमियम लोकेशन्स प्राप्त करना और स्थिर (स्टैटिक) विज्ञापन अभियान चलाना होता था। आज डिजिटल आउट-ऑफ-होम (DOOH) ने इस माध्यम को अधिक गतिशील (डायनेमिक), मापनीय (मेज़रेबल) और परिस्थितियों के अनुरूप तुरंत प्रतिक्रिया देने वाला (रिस्पॉन्सिव) बना दिया है।दैनिक संचालन के स्तर पर अब हमारा विशेष ध्यान तकनीक के एकीकरण (टेक्नोलॉजी इंटीग्रेशन), कंटेंट प्रबंधन, रियल-टाइम अभियान निगरानी, डेटा एनालिटिक्स और ऑडियंस मापन पर केंद्रित है। आज विज्ञापनदाता चाहते हैं कि वे अपने विज्ञापन संदेशों (क्रिएटिव्स) को तुरंत बदल सकें, दिनभर अलग-अलग संदेश प्रदर्शित कर सकें और लक्षित दर्शकों तक अधिक प्रभावी ढंग से पहुँच सकें। इन अपेक्षाओं को पूरा करने के लिए मजबूत डिजिटल अवसंरचना (डिजिटल इंफ्रास्ट्रक्चर) और अभियानों की निरंतर निगरानी एवं अनुकूलन (ऑप्टिमाइज़ेशन) करने वाली समर्पित टीमों की आवश्यकता होती है।