प्रिंट मीडिया का सांगठनिक ढांचा

डॉ. योगेन्द्र कुमार पाण्डेय

एसोसिएट प्रोफेसर,

पत्रकारिता एवं जनसंचार विभाग

छत्रपति शाहू जी महाराज विश्वविद्यालय, कानपुर

भारत में छपे हुए का बड़ा महत्व है। यहां अक्षर को ब्रह्म की संज्ञा दी जाती है। प्रिंट मीडिया इसी ताकत की वजह से आज भी मीडिया के क्षेत्र में अपना सशक्त स्थान बरकरार रखे है। जबकि उसे इलेक्ट्रॉनिक व ऑनलाइन मीडिया से जबर्दस्त चुनौती मिलती रही है। ऐसा इस कारण भी संभव हो सका है कि उसका एक व्यवस्थित संगठन है जो कि संचालन कार्य बड़ी दक्षता के साथ कर रहा है। इस संगठन के कई उप विभाग भी हैं, जिनके बीच में बेहतर समन्वय प्रबंधक की जिम्मेदारी होती है। संगठन के मुख्य आधार निम्नलिखित है-

2.1 संपादकीय विभाग

समाचार पत्र का प्राथमिक उद्देश्य मनुष्य की जिज्ञाषा को शांत करना है। इसके अतिरिक्त समाचार पत्र विचारों के संवाहक भी है। पत्र का यह प्रारंभिक कार्य संपादकीय विभाग द्वारा किया जाता है। इसी कारण यह विभाग समाचार पत्र का हृदय कहा जाता है। संपादकीय विभाग मुख्यतः समाचार लेख, फीचर, कार्टून, स्तंभ, संपादकीय से संबद्ध होता है। इस विभाग का मुखिया प्रभारी संपादक या प्रधान संपादक कहलाता है। इसके बाद संपादक के मार्गदर्शन में कार्य करने वाले व्यक्तियों में स्थानीय संपादक, प्रबंध संपादक, सह संपादक, समाचार संपादक, मुख्य संवाददाता, संवाददाता और उप संपादक, फोटोग्राफर, कार्टूनिस्ट, फीचर लेखक, समीक्षक आदि होते हैं। इन समस्त पदाधिकारियों का कार्य समाचार एकत्रीकरण, समाचार व फीचर चयन, समाचार व्याख्या व विश्लेषण तथा समस्त सामग्री संयोजन व प्रस्तुतीकरण का कार्य होता है। इसके अलावा संपादक को उसके कार्य संपादन में सहयोग के लिए विशेष स्तंभ लेखक भी होते हैं। समाचार पत्रों के स्वरूप और सामर्थ्य के अनुसार उनके संपादकीय कक्ष की व्यवस्था की जाती है। बड़े पत्रों में जहां राष्ट्रीय और अंतर्राष्ट्रीय मामलों आदि से संबंधित पृथक-पृथक डेस्क होते हैं वहीं छोटे-छोटे तथा कम सामर्थ्य वाले पत्रों में यह विभाजन इतना व्यापक नहीं होता है। संपादकीय विभाग ही पाठक से प्रत्यक्ष संवाद कायम करता है। इसकी कारण पत्र में इसका महत्व सर्वाधिक है। पत्र की सफलता के लिए आवश्यक है कि संपादकीय विभाग का अन्य विभागों से आपसी तालमेंल हो तथा उनके मध्य आपसी संबंध सद्भावपूर्ण हो।

2.2 विज्ञापन विभाग

समाचार पत्र एकमात्र ऐसा व्यवसाय है जिसकी उत्पादन लागत विक्रय मूल्य से बहुत अधिक होता होता है। इस कमी को पूरा करने का मुख्य साधन होता है विज्ञापन। विज्ञापन ही किसी समाचार पत्र की आय का प्रमुख स्रोत होता है। विज्ञापनों के कारण ही आज समाचार पत्र सर्वाधिक सस्ते और आम आदमी की पहुंच में बने हुए है। समाचार पत्रों की प्रसार संख्या और उसकी पाठकों को प्रभावित करने की क्षमता विज्ञापनों को खास तौर पर प्रभावित करती है। विज्ञापनदाताओं के लिए समाचार पत्र पहली पसंद रहते हैं, क्योंकि समाचार पत्रों की पहुंच संबंधित उपभोक्ताओं तक सीधे रहती है। उपभोक्ता के सुबह की शुरूआत ही समाचार पत्र के माध्यम से होता हैं। समाचार पत्र के प्रति पाठकों में बने विश्वास का लाभ विज्ञापनदाता अपने उत्पादन के लिए उठाते है। अन्य माध्यमों की अपेक्षा यह माध्यम सस्ता पड़ता हैं। आसानी से इसकी उपलब्धता के साथ लेआउट व डिजाइनिंग के लिए भी समाचार पत्रों से विशेष सहयोग मिल जाता है। समाचार पत्रों के माध्यम से रोजाना प्रचार का एक नियत माध्यम

हासिल होता है। भारत सरकार ने छोटे व मध्यम श्रेणी के समाचार पत्रों के प्रकाशन के प्रोत्साहन के लिए अलग से विज्ञापन नीति तैयार किया है। इसके लिए अलग से विज्ञापन एवं दृश्य प्रचार निदेशालय (डीएवीपी) नामक एक स्वतंत्र निकाय की स्थापना की है। विज्ञापन प्रबंधक हमेशा विज्ञापनों के भुगतान पर नजर रखता है क्योंकि समाचार पत्रों में 80 प्रतिशत तक विज्ञापन का प्रकाशन उधार के जरिये होता है। वह बाजार में व्यावसायिक संबंधों को सामान्य बनाकर रखता है। प्रकाशन के स्तर पर जो विज्ञापन उसे उचित नहीं लगता उसे वह अपने स्तर पर रोकने का भी कार्य करता है। वह अधिक विज्ञापन प्राप्त करने की रणनीति को बनाने व अपनी टीम के जरिये क्रियान्वित करने का कार्य करता है। वह अन्य प्रतिस्पर्धी समाचार पत्रों के विज्ञापन विभाग के क्रियाकलापों पर भी नजर रखता है। विज्ञापन विभाग उद्योग एवं व्यावसायिक क्षेत्र में होने वाले परिवर्तनों पर नजर रखता है।

2.3 प्रसार विभाग

इस विभाग द्वारा समाचार पत्र की छपी हुई प्रतियों को ग्राहकों तक पहंुचाया जाता है। इस विभाग की जिम्मेदारियों में समाचार पत्र की बिक्री, वितरण, ग्राहकों से प्राप्त राशि का संकलन आदि सम्मिलित होता है। प्रसार विभाग के कार्य का सीधा संबंध समाचार पत्र की सफलता पर निर्भर करता है। इसलिए कहा जा सकता है कि प्रसार विभाग का कार्य किसी समाचार पत्र के लिए अति महत्वपूर्ण होता है। यह विभाग पाठकों तक समाचार पत्रों को पहुंचाने का कार्य करता है। यह भी सुनिश्चित करता है कि अखबार समय पर पहुंचे। यह विभाग प्रसार संख्या में निरंतर वृद्धि के लिए भी हमेशा प्रयासरत रहता है। हाकर्स के प्रोत्साहन योजनाओं को भी समय-समय पर निर्धारित करने का कार्य करता है। इसके अलावा वितरण को कायम रखने के साथ नये ग्राहकों के जुड़ने की योजना को बनाने का कार्य भी इसी विभाग के जिम्मे रहता है। शहर और उसके आस-पास की जनसंख्या और उसका घनत्व प्रसार विभाग को सर्वाधिक प्रभावित करने वाला कारक होता है। अब तमाम बड़े समूह ग्रामीण क्षेत्रों में भी अपनी प्रसार संख्या की वृद्धि के लिए योजनाएं बनाने का कार्य कर रहे हैं। यह विभाग पाठकों को आने वाले विशिष्ट अंकों की अग्रिम सूचना देकर विक्री बढ़ाने का कार्य करते हैं। डीलर्स और विक्रेताओं के साथ सामन्जस्य बनाये रखना तथा भावी योजनाओं के लिए बाजार का सर्वेक्षण कराना इसी विभाग का कार्य है। प्रसार विभाग प्रतिस्पर्धी समाचार पत्रों की जानकारी एकत्र कर उनका विश्लेषण करता है, इसी आधार पर अपनी योजनाओं का निर्धारण भी करने का कार्य करता है।

2.4 मुद्रण विभाग

समाचार पत्र प्रकाशन का एक महत्वपूर्ण पहलू है मुद्रण। प्रकाशन की शुरूआत के समय ही छपाई मशीनों व उसे संचालित करने की व्यवस्था के लिए मुद्रण विभाग का गठन किया जाना आवश्यक होता है। वर्तमान दौर में बिना इसके किसी समाचार पत्र के प्रकाशन की कल्पना करना मुमकिन नहीं है। मुद्रण विभाग के पास अखबार छापने की जिम्मेदारी होती है। मशीनों का संस्थापन, कंपोजिंग, प्रोसेसिंग, मुद्रण, मशीनों का रख-रखाव आदि का कार्य इस विभाग से जुड़े व्यक्तियों का कार्य है। इस विभाग में संपादकीय और विज्ञापन विभाग द्वारा तैयार की गई सामग्री को समाचार पत्र के प्रारूप में परिवर्तित कर उसे आम पाठकों तक पहुंचानें लायक बनाया जाता है। आकर्षक छपाई अखबार के प्रसार को बढ़ाने व लोगों में आकर्षित करने में जिम्मेदार होती है। अतः सब कुछ सही होने के बावजूद केवल छपाई गड़बड़ हो गई तो अखबार की स्वीकार्यता घट जाएगी। इस लिहाज से यह विभाग सबसे महत्वपूर्ण होता है, क्योंकि यहीं से तैयार होकर अखबार बाजार तक पहुंचता है।

2.5 प्रशासन विभाग

प्रशासनिक विभाग कर्मचारियों का चयन, उनकी पदोन्नति, कार्यों व विभागों का वितरण, सेवा रिकॉर्ड आदि का अवलोकन तथा अन्य विभागों में आने वाली अड़चनों का सटीक निराकरण उपलब्ध कराता है। प्रशासन विभाग की जिम्मेदारी होती है कि संस्थान में सब कुछ सामान्य ढंग से संचालित होता रहे। यदि संस्थान के किसी भी विभाग में कुछ कमी नजर आती है तो वह उसे पूर्ण करने के लिए कार्यवाही करता है। यह संस्थान के बेहतर संचालन के लिए उत्तरदायी होता है।

2.6 लेखा विभाग

लेखा संबंधी कार्य करने वाला यह विभाग खाते तैयार करना, बैलेन्स शीट, वित्तीय विवरण, भुगतान, वित्तीय योजना, मूल्य नियंत्रण आदि कारकों को संभालते व संयोजित करते हैं। यह संस्थान के आय-व्यय पर नजर रखता है। उसी आधार पर वित्त व प्रशासन विभाग को सहयोग भी करता है। वेतन और मजदूरी पर वार्षिक वृद्धि का व्यौरा, बैलेंस शीट, अखबारी कागज का क्रय मूल्य, बैंको एवं अन्य वित्तीय संस्थाओं से प्रापत ऋण की भुगतान किश्तों का विवरण। आयकर, संपत्तिकर एवं विभिन्न योजनाओं में देय राशि का व्यौरा, लेनदारो और देनदारों की विस्तृत सूचनाएं, चल अचल संपत्ति का व्यौरा, विभिन्न मशीनों व उपकरणों के कार्यकाल संबंधी जानकारी एवं उनपर उपलब्ध ह्रास तथा यह जानकारी की कि अगले वर्ष के लिए कितनी राशि हमारे पास विकास योजनाओं के लिए उपलब्ध है का भी लेखा जोखा रखना इस विभाग का कार्य होता है।

2.7 भंडार विभाग

मुद्रण हेतु कागज की स्याही तथा अन्य तत्संबंधित व्यवस्थाओं की जिम्मेदारी इस विभाग पर होती है। इन सामग्रियों की समुचित उपलब्धता बनाए रखना भी इसी विभाग का कार्य है। इस विभाग के रहने से स्टॉक में हर वस्तु की सदैव उपलब्धता बनी रहती है। मीडिया के निरंतरता के मिजाज को देखते हुए उसे निर्वाध रूप से संचालित होते रहने के लिए इस विभाग की आवश्यकता अति महत्वपूर्ण होती है। इससे सही मात्रा, सही गुणवत्ता, सही समय पर जरूरी सामान की आपूर्ति से मीडिया संस्थान के संचालन में निरंतरता बनी रहती है। किसी समाचार पत्र का प्रकाशन रोकना मुश्किल होता है। ऐसे में किसी मशीनी त्रुटि या किसी सामग्री के कमी होने पर यह विभाग उसे तत्काल उपलब्ध कराता है।

2.8 पुस्तकालय विभाग

समाचार पत्र संस्थान का पुस्तकालय, संपादकों एवं संवाददाताओं को उपयोगी संदर्भ साहित्य एवं सूचनाएं उपलब्ध कराता है, जिससे उन्हें संपादकीय, फीचर्स, ऐतिहासिक वृत्तांत एवं समाचार लिखने में मदद मिलती है। अतः एक पूर्ण सुसज्जित एवं सुप्रबंधित पुस्तकालय का होना आवश्यक होता है। साइबर तकनीकी के विकास के बाद अब डिजिटल लाइब्रेरी भी मीडिया संस्थानों बना ली गई है। पुस्तकालय विभाग से खबरों को अधिक आकर्षक व तथ्यपूर्ण बनाने में सहायता मिलती है।

2.9 विधिक विभाग

समाचार पत्र में समाचार व अन्य मसलों से जुड़े विभिन्न मुद्दों पर कई कानूनी अड़चने सदैव आती रहती है। इन समस्याओं के निराकरण व संस्थान से जुड़े कानूनी मुद्दों को यह विभाग संभालता है। दरअसल समाचार पत्र विचारों व समाचारों का संयोजन होता है। यह समाचार या विचार सरकार व समाज से जुड़े होते हैं। यदि किसी कारण वश समाचार पत्र में कुछ गलत छप जाता है या दुर्भावना वश कोई केस कर देता है तो इसके लिए मामला न्यायालय में जाता है। अक्सर इन मामलों से निपटने के लिए मीडिया संस्थान विधिक विभाग की सहायता लेते हैं।

3. इलेक्ट्रॉनिक मीडिया का सांगठनिक ढांचा

भारत में जिस मीडिया ने सर्वाधिक कम समय से सबसे ज्यादा विकास किया वह इलेक्ट्रॉनिक मीडिया है। उसमें भी टेलीविजन सबसे आगे है। इसका कारण टेलीविजन का निजीकरण है। रेडियो की पहुंच तो सर्वाधिक रही, लेकिन उस पर लगे सरकारीकरण के लेवल ने उसे आगे बढ़ने का मौका कम ही दिया। टेलीविजन भी 90 के दशक के बाद ही पनपा जब उसके निजीकरण को भारत सरकार ने हरी झंडी दी। आज तमाम टीवी न्यूज चैनलों का बोलबाला है। न्यूज चैनलों की इस आंधी में सरकारी सहयोग से संचालित डीडी न्यूज व रेडियो कहीं गुम से हो गए है। भारत में रेडियो मीडिया का उतना व्यापक चलन नहीं है, जितना कि टीवी न्यूज चैनलों का। जबकि दोनों का संगठनात्मक ढांचा लगभग एक सा है। फर्क सिर्फ इतना है कि टीवी मीडिया में विजुअल यानी दृश्य की

प्रधानता है और रेडियो में आडियो यानि श्रव्य की। यहां टीवी न्यूज चैनल के सांगठनिक ढांचे की रूपरेखा प्रस्तुत की जा रही है।

3.1 संपादकीय विभाग

समाचार पत्र की तरह टीवी न्यूज चैनल का भी संपादकीय विभाग प्रमुख होता है। किस तरह के समाचारों को प्रमुखता देनी है, यही विभाग तय करता है। इसमें संपादक के अतिरिक्त सह संपादक के रूप इनपुट हेड और आउटपुट हेड कार्य करते हैं। किसी भी समाचार को उसके महत्व के मुताबिक शीघ्र अतिशीघ्र दर्शकों तक पहुंचाने की स्ट्रेटजी इसी विभाग की रहती है। मुख्यतः विभाग मुख्यतः सामान्य समाचार बुलेटिन के साथ बीटवार बुलेटिन व स्पेशल बुलेटिन का निर्माण करते हैं। इस विभाग का मुखिया भी संपादक कहलाता है। संपादक के मार्गदर्शन में कार्य करने वाले व्यक्तियों में इनपुट हेड, आउटपुट हेड, कापी संपादक, समाचार वाचक, समाचार प्रस्तोता, मुख्य संवाददाता, संवाददाता, फोटोग्राफर, कार्टूनिस्ट, रिसर्चर आदि होते हैं।

3.2 विज्ञापन विभाग

समाचार पत्रों की तरह इलेक्ट्रॉनिक मीडिया का प्रसार से कोई आय नहीं होती है। इसलिए इसके संचालन के लिए मूलरूप से विज्ञापन ही जिम्मेदार होता है। विज्ञापन ही न्यूज चैनल की आर्थिक रीढ़ होती है। जिस चैनल को विज्ञापन से होने वाली आय कम होती है, उन्हें बंद होने में समय नहीं लगता। इसी कारण टीवी न्यूज चैनल समाचार पत्रों की अपेक्षा ज्यादा व्यावसायिक होते हैं। टीवी पर वही न्यूज दिखायी जाती है, जिसकी टीआरपी वैल्यू होती है और विज्ञापनदाताओं के लिए महत्वपूर्ण भी।

3.3 निर्माण एवं तकनीकी विभाग

टीवी चैनलों में प्रसार विभाग नहीं होता, बल्कि उसमें प्रसारण विभाग होता है, जिसे निर्माण एवं तकनीकी विभाग भी कहते हैं। इस विभाग का महत्व इस लिहाज से होता है कि यही से दर्शकों के बीच टीवी न्यूज चैनल द्वारा प्रसारित की जाने वाली सामग्री सीधे प्रस्तुत होती है। यह विभाग आवाज के साथ दृश्यों का उचित संयोजन, किसी त्रुटि को समय रहते शुद्धिकरण करने का कार्य करता है। यह विभाग निर्वाध प्रसारण के लिए प्रतिबद्ध होता है।

3.4 प्रशासन विभाग

समाचार पत्रों की तरह टीवी चैनलों में भी प्रशासनिक विभाग कार्य करता है। यह विभाग कर्मचारियों का चयन, उनकी पदोन्नति, कार्यों व विभागों का वितरण, सेवा रिकॉर्ड आदि का अवलोकन तथा अन्य विभागों में आने वाली अड़चनों को दूर करने का कार्य करता है।

3.5 लेखा विभाग

लेखा संबंधी कार्य करने वाला यह विभाग खाते तैयार करना, बैलेन्स शीट, वित्तीय विवरण, भुगतान, वित्तीय योजना, मूल्य नियंत्रण आदि कारकों को संभालते व संयोजित करते हैं। यह संस्थान के आय-व्यय पर नजर रखता है। उसी आधार पर वित्त व प्रशासन विभाग को सहयोग भी करता है।

3.6 पुस्तकालय विभाग

टीवी न्यूज चैनलों की एक समृद्ध वीडियो लाइब्रेरी होती है। यह समय-समय पर विभिन्न कार्यक्रमों में जीवंतता प्रदान करने के लिए उपयोगी होती है। यह विभाग खबरों को अधिक आकर्षक व तथ्यपूर्ण बनाने में सहायक होता है।

3.7 विधिक विभाग

टीवी चैनलों में भी समाचार व अन्य मसलों से जुड़े विभिन्न मुद्दों पर कई कानूनी अड़चने सदैव आती रहती है। इन समस्याओं के निराकरण व संस्थान से जुड़े कानूनी मुद्दों को यह विभाग संभालता है।

4. ऑनलाइन मीडिया का सांगठनिक ढांचा

भारत में आज ऑनलाइन मीडिया आज कॉमन मीडिया हो गई है। चाहे प्रिंट हो इलेक्ट्रॉनिक, दोनों तरह की स्थापित मीडिया द्वारा अपना एक ऑनलाइन पोर्टल खोल दिया गया है। इसका फायदा उन्हें यह है कि ऐसे समूह अपने स्थापित मीडिया के नेटवर्क का उपयोग कर विषयवस्तु के निर्माण एवं चयन में काफी समृद्ध रहते हैं। कुछ लोग स्वतंत्र रूप से भी इस व्यवसाय में जुड़े हैं। आम आदमी भी सोशल मीडिया के जरिये एक तरह से ऑनलाइन मीडिया का निर्माण व उसका फालोवर बन गया है। इस तरह से ऑनलाइन मीडिया का दायरा कुछ विस्तृत सा है। वस्तुतः पोर्टल को ऑनलाइन मीडिया का दर्जा मिला है। यह ऐसा मीडिया है, जिसका कि कोई स्पष्ट सांगठनिक ढांचा नहीं है। महज अंगुली पर गिने जा सकने वाले कुछ लोगों द्वारा कम्प्यूटर के माध्यम से इस मीडिया का संचालन किया जाता है। छोटा स्टाफ होने के बावजूद इसके सांगठनिक ढांचे को एक सामान्य स्वरूप दिया जा सकता है।

4.1 संपादकीय विभाग

जैसा कि मीडिया का कार्य स्पष्ट है समाचार संकलन, निर्माण एवं प्रसार। ऑनलाइन मीडिया भी इससे अलग नहीं है। अतः इसमें भी संपादकीय विभाग सबसे महत्वपूर्ण होता है। अन्य मीडिया की तरह यह एक थीम आधारित मीडिया है। इसमें भी अखबार के पन्नों की तरह विषयवार लिंक मौजूद होते हैं। ऑनलाइन मीडिया में रोचक और नवीनतम खबरों का समावेश ज्यादा रहता है, ताकि उसे ज्यादा से ज्यादा से हिट्स मिल सके। इस माध्यम में भी संपादक के उपसंपादकों का छोटा स्टाफ मौजूद रहता है।

4.2 विज्ञापन एवं मार्केटिंग विभाग

इलेक्ट्रॉनिक मीडिया की तरह इसका भी प्रसार से कोई लेना-देना नहीं होता है। अतः इसकी भी आर्थिक स्थिति पूरी तरह से विज्ञापन पर निर्भर रहती है। ऑनलाइन मीडिया का आर्थिक कोई स्पष्ट रूपरेखा आज तक नहीं बन सका है। बावजूद इसके इनके मार्केटिंग प्रतिनिधि बाजार से विज्ञापनों का संकलन किया करते हैं। यही उनके आय का प्रमुख आधार होता है। ऑनलाइन मीडिया में विज्ञापन अक्सर खबरों के रूप में भी नजर आते हैं। इसे प्रायोजित खबरें भी कहते हैं।

4.3 निर्माण एवं तकनीकी विभाग

प्रसार नहीं होने के कारण इसका पूरा का पूरा दायित्व निर्माण एवं तकनीकी विभाग का आ जाता है। यह विभाग पोर्टल की खबरों को अधिक से अधिक से हिट्स मिलें, इसके लिए प्रयासरत रहता है और अपनी स्ट्रेटजी बनाता रहता है। यह विभाग खबरों को आकर्षक बनाने के साथ-साथ इंटरनेट पर इसकी उपलब्धता को आसान बनाने का भी कार्य करता है।

4.4 प्रशासन विभाग

छोटा स्टाफ होने के बावजूद ऑनलाइन मीडिया में भी प्रशासन विभाग की अहम भूमिका होती है। यह विभाग कर्मचारियों के चयन, उनके कार्यों व वेतन आदि की व्यवस्था करता है।

5. सारांश

इस तरह से हम समझ सकते हैं कि प्रत्येक मीडिया संस्थान का एक ढांचागत स्वरूप होता है। वह अपने इसी स्वरूप के बीच बेहतर तालमेल स्थापित कर अपनी लोकप्रियता को आगे बढ़ाने का कार्य करती है। यद्यपि भारत

में मीडिया का कोई मान्य संगठनात्मक ढांचा नहीं है। क्योंकि यहां बड़े, मझोले और छोटे मीडिया समूह सभी मौजूद है। सबका चरित्र एक जैसा यानी कि समाचार संकलन, संपादन व वितरण का ही है, लेकिन जरूरतें अलग-अलग है। इस कारण मानव संसाधन व तमाम उत्तरदायित्वों को संभालने वालों की संख्या घटती-बढ़ती रहती है। आर्थिक आधार पर भी कर्मचारियों की नियुक्ति की जाती है। अलग-अलग मीडिया में प्राथमिकताएं भी अलग-अलग होती है। जहां प्रिंट मीडिया में राष्ट्रीय मुद्दों के साथ स्थानीय मुद्दों को बराबर का स्थान दिया जाता है, वहीं इलेक्ट्रॉनिक मीडिया में ज्यादातर राष्ट्रीय मुद्दे ही छाये रहते हैं। सांगठनिक ढांचे के लिए इन प्राथमिकताओं की भूमिका भी अहम होती है।