INDIA'S TELEVISION RESET: FAST, CONNECTED TV AND THE FUTURE OF CABLE DISTRIBUTION

India's television industry is entering a new phase where cable TV, connected television, and internet-based streaming platforms are beginning to converge into one unified viewing ecosystem. The rise of Application-based Linear Television Distribution (ALTD) and FAST (Free Ad-Supported Streaming Television) services is now reshaping how broadcasters, cable operators, advertisers, and audiences engage with television content.

For nearly three decades, India's television industry has been powered by cable television networks, satellite broadcasting platforms, and Direct-to-Home (DTH) operators. Cable TV, in particular, played a transformational role in democratizing access to entertainment and news across urban and rural India. Multi-System Operators (MSOs) and Local Cable Operators (LCOs) built the country's television backbone long before digital streaming became mainstream.

भारत का टेलीविजन रीसेटः फार्स्ट, कनेक्टेड टीवी और केबल वितरण का भविष्य

भारत का टेलीविजन उद्योग एक नये दौर में प्रवेश कर रहा है, जहां केबल टीवी, कनेक्टेड टेलीविजन और इंटरनेट आधारित स्ट्रीमिंग प्लेटफॉर्म एक एकीकृत देखने का इकोसिस्टम बना रहे हैं। एप्लीकेशन आधारित लीनियर टेलीविजन डिस्ट्रीब्यूशन (एएलटीडी) और फार्स्ट (फ्री-ऐड-सपोर्टेड स्ट्रीमिंग टेलीविजन) सेवाओं के बढ़ते चलन से अब प्रसारक, केबल ऑपरेटर, विज्ञापनदाता और दर्शक टेलीविजन कंटेंट से जिस तरह जुड़ते हैं, उसका स्वरूप बदल रहा है।

लगभग तीन दशकों से, भारत के टेलीविजन उद्योग को केबल टेलीविजन नेटवर्क सैटेलाइट ब्रॉडकास्टिंग प्लेटफॉर्म और डायरेक्ट-टू-होम (डीटीएच) ऑपरेटरों से ताकत मिली है। विशेष रूप से, केबल टीवी ने शहरी व ग्रामीण भारत में मनोरंजन और समाचार तक पहुंच को सभी के लिए सुलभ बनाने में एक क्रांतिकारी भूमिका निभायी है। मल्टी सिस्टम ऑपरेटरों (एमएसओ) और लोकल केबल ऑपरेटरों (एलसीओ) ने डिजिटल स्ट्रीमिंग के मुख्यधारा बनने से बहुत पहले ही देश के बुनियादी ढ़ांचे को तैयार कर दिया था।

Today, however, the television distribution landscape is evolving rapidly. Internet-enabled viewing through smart televisions, mobile devices, and streaming applications is changing consumer behaviour at an unprecedented pace. Viewers are increasingly shifting toward app-driven television experiences that combine the familiarity of linear TV with the convenience of OTT streaming.

At the centre of this shift are ALTD and FAST platforms — internet-based services that deliver scheduled television channels directly to audiences through applications and connected devices, often without any subscription fees.

Unlike conventional broadcasting systems that rely on cable or satellite infrastructure, these platforms operate entirely over broadband networks. Most FAST ecosystems are funded through advertising, enabling viewers to watch live television channels free of cost while advertisers gain access to highly targeted connected TV audiences.

THE RISE OF CONNECTED TV IN INDIA

India has become one of the fastest-growing connected TV markets globally. Falling smart television prices, affordable broadband connectivity, and ultra-low mobile data costs have accelerated the adoption of internet-enabled television screens across the country.

Millions of households now consume content through smart TVs instead of traditional set-top boxes alone. The shift is not limited to metropolitan cities. Smaller towns and semi-urban regions are increasingly participating in the connected TV ecosystem due to expanding fiber connectivity and cheaper digital devices.

This transformation is fundamentally altering viewing behaviour. Consumers no longer distinguish sharply between "television" and "streaming." Instead, they expect a seamless experience where live TV channels, OTT applications, catch-up content, and on-demand programming coexist within one interface.

FAST platforms are capitalizing on this convergence by recreating the traditional channel-surfing television experience while using internet delivery systems. For many viewers, this creates the best of both worlds — free television access with digital flexibility.

लेकिन आज टेलीविजन वितरण का नजारा तेजी से बदल रहा है। स्मार्ट टेलीविजन, मोबाइल उपकरण और स्ट्रीमिंग ऐप्स के जरिए इंटरनेट आधारित देखने का अनुभव, यूजर्स के व्यवहार को एक अभूतपूर्व गति से बदल रहा है। दर्शक तेजी से ऐसे ऐप आधारित टेलीविजन अनुभवों की ओर बढ़ रहे हैं, जो लीनियर टेलीविजन की जानी पहचानी शैली को ओटीटी स्ट्रीमिंग की सुविधा के साथ जोड़ते हैं।

इस बदलाव के केंद्र में एएलटीडी व फार्स्ट प्लेटफॉर्म हैं–ये इंटरनेट सेवायें हैं जो तय समय पर चलने वाले टेलीविजन चैनलों को सीधे दर्शकों तक ऐप्स और कनेक्टेड उपकरण के जरिए पहुंचाती है, और अक्सर इसके लिए कोई सब्सक्रिप्शन शुल्क भी नहीं लगती है।

पारंपरिक प्रसारण सिस्टम के विपरीत, जो केबल या सैटेलाइट इंफ्रास्ट्रक्चर पर निर्भर होत हैं, ये प्लेटफॉर्म पूरी तरह से ब्रॉडबैंड नेटवर्क पर काम करते हैं। ज्यादातर फॉर्स्ट इकोसिस्टम विज्ञापन से फंडेड होते हैं, जिससे दर्शकों को लाइव टीवी चैनल मुफ्त में देखने की सुविधा मिलती है, जबकि विज्ञापनदाताओं को बहुत खास कनेक्टेड टीवी दर्शक तक पहुंच मिलती है।

भारत में कनेक्टेड टीवी का बढ़ता चलन

भारत दुनिया के सबसे तेज कनेक्टेड टीवी बाजारों में से एक बन गया है। स्मार्ट टेलीविजन की घटती कीमतें, सस्ती ब्रॉडबैंड कनेक्टिविटी और बहुत कम कीमत वाला मोबाइल डेटा, इन सभी चीजों ने पूरे देश में इंटरनेट इनेबल्ड टेलीविजन स्क्रीन के इस्तेमाल को तेजी से बढ़ाया है।

अब लाखों परिवार सिर्फ पारंपरिक सेट टॉप बॉक्स के बजाय स्मार्ट टीवी के जरिय कंटेंट देखते हैं। यह बदलाव सिर्फ शहरों तक सीमित नहीं है। फाइबर कनेक्टिविटी के विस्तार और सस्ते डिजिटल उपकरणों के वजह से छोटे शहर और अर्ध-शहरी इलाके भी तेजी कनेक्टेड टीवी इकोसिस्टम का हिस्सा बन रहे हैं।

यह बदलाव देखने के व्यवहार को बुनियादी तौर पर बदल रहा है। अब उपभोक्ता 'टेलीविजन' और 'स्ट्रीमिंग' के बीच कोई खास फर्क नहीं करते हैं। इसके बदले, वे एक ऐसे सहाज अनुभव की उम्मीद करते हैं जहां लाइव टीवी चैनल, ओटीटी ऐप्स, कैच अप कंटेंट और ऑन डिमांग प्रोग्रामिंग, सभी एक ही इंटरफेस में एक साथ मौजूद हों।

फॉस्ट प्लेटफॉर्म इंटरनेट डिलिवरी सिस्टम का इस्तेमाल करते हुए, पारंपरिक 'चैनल सर्फिंग' वाले टेलीविजन अनुभव को फिर से बनाकर इस मेल का फायदा उठा रहे हैं। कई दर्शकों के लिए, यह दोनों दुनियाओं का सबसे अच्छा मेल है–मुफ्त टेलीविजन देखने की सुविधा के साथ-साथ डिजिटल लचीलापन भी।

HOW FAST PLATFORMS OPERATE

FAST services function as internet-delivered linear television systems. They aggregate television channels and distribute them through applications embedded within smart TVs, operating systems, websites, or mobile ecosystems.

The ecosystem involves several interconnected stakeholders.

Smart TV manufacturers increasingly integrate proprietary FAST platforms directly into television sets. These platforms are often pre-installed and become active immediately after the device is connected to the internet. Manufacturers now see content ecosystems as strategic revenue opportunities rather than merely hardware add-ons.

Operating system providers also play a major role by controlling application stores, user interfaces, recommendation systems, and content discovery mechanisms. In many ways, these operating systems have become the new gatekeepers of television distribution.

Application providers aggregate channels and content libraries while managing user engagement and advertising integration. Broadcasters and content owners supply live channels, archived programming, regional content, and niche entertainment feeds specifically designed for FAST audiences.

Advertising technology firms further strengthen the ecosystem through audience analytics, targeted advertising, and dynamic ad insertion systems that allow highly personalized campaigns.

THE CABLE TV INDUSTRY'S GROWING CONCERNS

While FAST platforms represent innovation and consumer convenience, they are also creating deep concerns within India's traditional cable television industry.

फॉर्स्ट प्लेटफॉर्म कैसे काम करते हैं?

फॉर्स्ट सेवायें इंटरनेट आधारित लीनियर टेलीविजन सिस्टम के रूप में काम करता है। ये टेलीविजन चैनलों को एकत्रित करती हैं और उन्हें स्मार्ट टीवी, ऑपरेटिंग सिस्टम, वेबसाइटों या मोबाइल इकोसिस्टम में अंतर्निहित आवेदनों के माध्यम से वितरित करती हैं।

इस इकोसिस्टम में कई आपस में जुड़े स्टेकहोल्डर शामिल हैं।

स्मार्ट टीवी बनाने वाली कंपनियां अब अपने खास फॉर्स्ट प्लेटफॉर्म को सीधे टीवी सेट में ही जोड़ रही हैं। ये प्लेटफॉर्म अक्सर पहले से ही इंस्टॉल होते हैं और जैसे ही उपकरण इंटरनेट से जुड़ता है, ये तुरंत चालू हो जाते हैं। अब कंपनियां कंटेट इकोसिस्टम को सिर्फ हार्डवयर का एक हिस्सा नहीं, बल्कि कमाई का अहम जरिया मानती हैं।

संचालक सिस्टम प्रदायक भी आवेदन स्टोर, यूजर इंटफेस, रिकमेंडेशन सिस्टम और कंटेंट खोजने के तरीकों को कंट्रोल करके एक अहम भूमिका निभाते हैं। कई मायनों में, ये ऑपरेटिंग सिस्टम टेलीविजन वितरण के नये गेट कीपर बन गये हैं।

आवेदन प्रदायक, यूजर एंगेजमेंट और विज्ञापन इंट्रीगेशन को मैनेज करते हुए, चैनल और कंटेंट लाइब्रेरी को एक साथ लाते हैं। प्रसारक और कंटेंट मालिक लाइव चैनल, आर्काइव्ड कार्यक्रम, क्षेत्रीय कंटेंट और खास तौर पर फॉर्स्ट दर्शकों के लिए डिजाइन किये हुए खास मनोरंजन फीड उपलब्ध कराते हैं।

विज्ञापन तकनीक कंपनियां ऑडियंस एनॉलिटिक्स, लक्षित विज्ञापन और डायनामिक विज्ञापन डालने वाले सिस्टम के जरिए इस इकोसिस्टम को और मजबूत बनाती हैं, जिससे बेहद पर्सनलाइज्ड कैंपेन चलाना संभव हो पाता है।

केबल टीवी उद्योग की बढ़ती चिंतायें

जहां एक ओर फॉर्स्ट प्लेटफॉर्म नवाचार और उपभोक्ताओं की सुविधा का प्रतिनिधित्व करते हैं, वहीं दूसरी ओर वे भारत के पारंपरिक केबल टेलीविजन उद्योग के भीतर गहरी चिंतायें भी पैदा कर रहे हैं।

Cable TV operators argue that FAST services are increasingly functioning like conventional television distribution platforms without being subjected to the same regulatory and compliance obligations. Traditional cable and DTH operators operate under strict licensing frameworks that include downlinking permissions, programme code compliance, advertising regulations, monitoring obligations, taxation structures, and consumer grievance systems.

FAST platforms, however, currently operate within a relatively undefined regulatory structure.

This has triggered concerns regarding regulatory parity and competitive fairness. Cable operators believe that internet-based television distributors are benefiting from regulatory arbitrage while competing for the same audiences, advertising revenues, and television channels.

The concern becomes more significant when pay television channels appear on free FAST ecosystems without comparable economic structures. Traditional cable operators invest heavily in network infrastructure, content acquisition, subscriber management systems, and regulatory compliance. In contrast, internet-delivered television platforms can scale rapidly with significantly lower operational burdens.

केबल टीवी ऑपरेटरों का तर्क है कि फॉर्स्ट सेवायें पारंपरिक टेलीविजन वितरण प्लेटफॉर्मों की तरह काम कर रहे हैं, जबकि उन पर समान नियामक और अनुपालन दायित्व लागू नहीं होते हैं। पारंपरिक केबल और डीटीएच ऑपरेटर सख्त लाइसेंसिंग ढ़ांचे के तहत काम करते हैं, जिनमें डाउनलिंकिंग अनुमतियां, प्रोग्राम कोड अनुपालन, विज्ञापन नियम, निगरानी दायित्व, कराधान संरचनायें और उपभोक्ता शिकायत प्रणाली शामिल हैं।

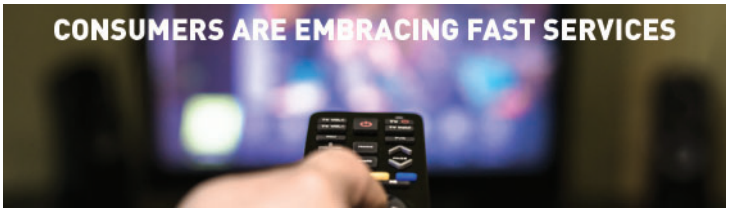
हालांकि फॉर्स्ट प्लेटफॉर्म वर्तमान में अपेक्षाकृत अनिश्चित नियामक ढ़ांचे के अंर्तगत काम करते हैं।

इससे नियामक समानता और प्रतिस्पर्धी निष्पक्षता को लेकर चिंतायें बढ़ गयी हैं। केबल ऑपरेटरों का मानना है कि इंटरनेट आधारित टेलीविजन वितरक समान दर्शकों, विज्ञापन राजस्व और टेलीविजन चैनलों के लिए प्रतिस्पर्धा करते हुए नियामक मध्यस्थता का लाभ उठा रहे हैं।

यह चिंता तब और बढ़ जाती है, जब पेड टेलीविजन चैनल बिना किसी तुलनीय आर्थिक ढ़ाचे के, मुफ्त फॉर्स्ट इकोसिस्टम पर दिखाई देने लगते हैं। पारंपरिक केबल ऑपरेटर नेटवर्क संरचना, कंटेंट हासिल करने, सब्सक्राइबर मैनेजमेंट सिस्टम और रेगुलेटरी नियमों के पालन में भारी निवेश करते हैं। इसके विपरीत इंटरनेट के जरिए टेलीविजन दिखाने वाले प्लेटफॉर्म काफी कम संचालन बोझ के साथ तेजी से अपना विस्तार कर सकते हैं।

As cord-cutting behaviour increases and younger viewers migrate toward connected TV platforms, cable operators fear long-term erosion of subscription revenues and audience engagement.

WHY CONSUMERS ARE EMBRACING FAST SERVICES



Despite industry concerns, FAST platforms are gaining popularity because they align strongly with evolving consumer preferences.

One major factor is affordability. India remains one of the world's most price-sensitive entertainment markets. Consumers increasingly seek free or low-cost alternatives to multiple subscription-based streaming services.

FAST platforms satisfy this demand by offering free access to live channels while maintaining a familiar television-like viewing experience.

Another factor is convenience. Consumers can instantly access channels without requiring installation appointments, hardware upgrades, or conventional cable connections. Smart TVs now allow users to switch seamlessly between OTT apps, YouTube, gaming platforms, and FAST channels through one interface.

Advertising-supported television is also re-emerging as a viable model in the digital era. Rather than paying monthly subscription fees, many viewers are willing to tolerate advertisements in exchange for free content access.

THE NEW ADVERTISING GOLDMINE

One of the strongest drivers behind FAST growth is connected TV advertising.

Traditional television advertising has historically lacked detailed audience measurement and precise targeting capabilities. FAST platforms, however, combine television-scale engagement with digital advertising intelligence.

Advertisers can now target viewers based on geography, viewing behaviour, language preferences, device type, and demographic indicators. Dynamic ad insertion technologies allow advertisements to be replaced in real time for different audiences watching the same channel.

This creates enormous opportunities for brands seeking measurable and personalized video advertising environments.

जैसे–जैसे लोग केबल कनेक्शन छोड़ रहे हैं और युवा दर्शक कनेक्टेड टीवी प्लेटफॉर्म की ओर रूख कर रहे हैं, केबल ऑपरेटरों को डर है कि लंबे समय में उनकी सब्सक्रिप्शन से होने वाली कमायी और दर्शकों की भागीदारी में कमी आ सकती है।

उपभोक्ता फॉर्स्ट सेवाओं को क्यों अपना रहे हैं?

उद्योग की चिंताओं के बावजूद, फॉर्स्ट प्लेटफॉर्म लोकप्रिय हो रहे हैं, क्योंकि वे उपभोक्ताओं की बदलती पसंद के साथ पूरी तरह मेल खाते हैं।

इसका मुख्य वजह है किफायत। भारत दुनिया के उन मनोरंजन बाजारों में से एक है जहां के लोग कीमत को लेकर सबसे अधिक संवेदनशील हैं। उपभोक्ता अब कई सब्सक्रिप्शन आधारित स्ट्रीमिंग सेवाओं के बजाय मुफ्त या कम कीमत वाले विकल्प ढूंढ रहे हैं।

फॉर्स्ट प्लेटफॉर्म लाइव चैनलों तक मुफ्त पहुंच देकर और साथ ही टेलीविजन जैसा ही देखने का अनुभव बनाय रखकर इस मांग को पूरा करते हैं।

एक और फैक्टर है सुविधा। उपभोक्ता बिना किसी इंस्टॉलेशन अपॉइंटमेंट, हार्डवेयर अपग्रेड या पारंपरिक केबल कनेक्शन के तुरंत चैनलों तक पहुंच सकते हैं। स्मार्ट टीवी अब यूजर्स को एक ही इंटरफेस के जरिए ओटीटी ऐप्स, यूट्यूब, गेमिंग प्लेटफॉर्म और फॉर्स्ट चैनलों के बीच आसानी से स्विच करने की सुविधा देते हैं।

डिजिटल युग में विज्ञापन समर्थित टेलीविजन भी एक कामयाब मॉडल के तौर पर फिर उभर रहा है। हर महीने सब्सक्रिप्शन फीस देने के बजाय कई दर्शक मुफ्त कंटेंट देखने के बदले विज्ञापन देखने को तैयार हैं।

विज्ञापन का नया सुनहरा अवसर

फॉर्स्ट की वृद्धि के प्रमुख करणों में से एक कनेक्टेड टीवी विज्ञापन है।

परंपरागत टेलीविजन विज्ञापन में ऐतिहासिक रूप से दर्शकों के विस्तृत मापन और सटीक लक्ष्यीकरण क्षमताओं का अभाव रहा है। हालांकि फॉर्स्ट प्लेटफॉर्म टेलीविजन स्तर पर दर्शकों की सहभागिता को डिजिटल विज्ञापन बुद्धिमत्ता के साथ जोड़ते हैं।

अब विज्ञानदाता दर्शकों को उसकी भौगोलिक स्थिति, देखने के व्यवहार, भाषा की पसंद, उपकरण के प्रकार और जनसांख्यिकीय संकेतकों के आधार पर टारगेट कर सकते हैं। डायनामिक ऐड इंसर्शन टेक्नोलॉजी की मदद से, एक ही चैनल देख रहे अलग–अलग दर्शको के लिए विज्ञापन रियल टाइम में बदले जा सकते हैं।

इससे उन ब्रांडों के लिए अपार अवसर पैदा होते हैं जो मापने योग्य और व्यक्तिगत वीडियो विज्ञापन वतावरण की तलाश में हैं।

As advertising budgets gradually shift from traditional television toward digital video ecosystems, FAST platforms are becoming highly attractive to marketers looking for both scale and accountability.

REGULATORY CHALLENGES AND POLICY QUESTIONS

The rapid rise of ALTD and FAST services has forced policymakers to reconsider how television distribution should be regulated in the digital age.

Several important questions remain unresolved:

- Who should be accountable for content violations on FAST platforms?
- Should internet-delivered linear channels follow the same programme and advertising codes as cable television?
- Which entity bears responsibility — the TV manufacturer, the app provider, the operating system provider, or the content aggregator?
- How should consumer complaints be handled?
- What obligations should apply to foreign-operated FAST services accessible in India?

Traditional broadcasters and cable operators argue that a technology-neutral regulatory framework is essential. According to this view, if a platform distributes linear television channels to mass audiences, similar standards should apply regardless of whether delivery occurs through satellite, cable, or broadband internet.

At the same time, regulators must ensure that innovation is not stifled through excessive compliance burdens. FAST platforms remain an emerging digital ecosystem with strong growth potential for India's media economy.

THE FUTURE OF TELEVISION: CONVERGENCE, NOT REPLACEMENT

The future of India's television industry is unlikely to be a complete replacement of cable TV by FAST platforms. Instead, the industry is moving toward convergence.

Cable operators themselves may evolve into

जैसे–जैसे विज्ञापन बजट धीरे–धीरे पारंपरिक टेलीविजन से हटकर डिजिटल वीडियो इकोसिस्टम की ओर बढ़ रहे हैं, फॉर्स्ट प्लेटफॉर्म उन बाजारों के लिए बेहद आकर्षक बनते जा रहे हैं, जो बड़े पैमाने और जवाबदेही–दोनों की तलाश में है।

रेगुलेटरी चुनौतियां और नीति से जुड़े सवाल

एएलटीडी और फॉर्स्ट सेवाओं के तेजी से बढ़ने की वजह से नीति बनाने वालों का इस बात पर फिर से विचार करना पड़ा कि डिजिटल युग में डिजिटल वितरण को कैसे रेगुलेट किया जाना चाहिए।

कई जरूरी सवाल अभी भी अनसुलझे हैंः

- फॉर्स्ट प्लेटफॉर्म पर कंटेंट के उल्लंघन के लिए किसे जवाबदेह ठहराया जाना चाहिए?
- क्या इंटरनेट के जरिए दिखाये जाने वाले लीनियर चैनलों को भी केबल टीवी जैसे ही प्रोग्राम और विज्ञापन नियमों का पालन करना चाहिए?
- किस संस्था की जिम्मेदारी बनती है–टीवी बनाने वाली कंपनी की, ऐप देने वाली कंपनी की, ऑपरेटिंग सिस्टम देने वाली कंपनी की, या कंटेंट इकट्ठा करने वाली कंपनी की?
- उपभोक्ताओं की शिकायतों को कैसे निपटाया जाना चाहिए?
- भारत में उपलब्ध विदेशी फार्स्ट सेवाओं पर कौन से दायित्व लागू होने चाहिए?

पारंपरिक प्रसारक और केबल ऑपरेटरों का तर्क है कि एक तकनीकी न्यूट्रल रेगुलेटरी ढ़ांचा जरूरी है। इस नजरिए के मुताबिक अगर कोई प्लेटॉर्म बड़े दर्शकों तक लीनियर टेलीविजन चैनल पहुंचाता है, तो उस पर भी वैसे ही स्टैंडर्ड लागू होने चाहिए, चाहे वह सैटेलाइट, केबल और ब्रॉडबैंड इंटरनेट के जरिए पहुंचाया जा रहा हो।

साथ ही रेगुलेटरों को यह सुनिश्चित करना चाहिए कि बहुत ज्यादा नियमों के बोझ से इनोवेशन न दब जाये। फॉर्स्ट प्लेटफॉर्म एक उभरता हुआ डिजिटल इकोसिस्टम बना हुआ है, जिसमें भारत की मीडिया अर्थव्यवस्था के लिए जबरदस्त विकास की संभावना है।

टेलीविजन का भविष्यः एकीकरण, न कि प्रतिस्थापन

भारत का टेलीविजन उद्योग का भविष्य शायद ऐसा नहीं होगा कि फॉर्स्ट प्लेटफॉर्म पूरी तरह से केबल टीवी का जगह ले लें। इसके बजाय यह उद्योग एकीकरण (कन्वर्जस) की ओर बढ़ रहा है।

केबल ऑपरेटर खुद ही ब्रॉडबैंड फर्स्ट एंटरटेनमेंट एग्रीगेटर बन

broadband-first entertainment aggregators offering hybrid television services that combine traditional channels with OTT and FAST ecosystems. Many MSOs are already investing in fiber broadband infrastructure and app-based content delivery platforms.

Similarly, broadcasters are expected to launch dedicated FAST channels using archival libraries, regional programming, genre-based feeds, and curated entertainment formats.

The television screen of the future will likely integrate:

- Linear channels
- OTT streaming
- FAST services
- Interactive advertising
- AI-driven recommendations
- Personalized viewing interfaces

In this environment, cable television operators still possess significant advantages through local market relationships, customer service networks, and broadband infrastructure ownership.

CONCLUSION

India's television industry is undergoing a historic transformation driven by connected TV growth, affordable internet access, and changing audience behaviour. FAST and ALTD platforms are redefining how television content is distributed, consumed, and monetized.

However, this evolution also presents major challenges for traditional cable operators, broadcasters, and regulators. The absence of regulatory parity between conventional television distribution and internet-based television ecosystems is emerging as one of the most important policy debates in India's media industry.

The next phase of growth will depend on how successfully the industry balances innovation with accountability, competition with fairness, and digital expansion with sustainable broadcasting economics.

Rather than viewing FAST and cable TV as opposing systems, the future may ultimately belong to integrated hybrid ecosystems where broadband, broadcasting, connected TV, and digital streaming coexist within one unified entertainment environment.

The future of the industry will depend on its ability to evolve from a distribution-centric model to a data-driven service model. Subscriber analytics will be at the heart of this transition, enabling operators to navigate uncertainty, respond to consumer needs, and redefine their relevance in an increasingly digital world.■

सकते हैं, जो ऐसी हाइब्रिड टलीविजन सेवायें देंगे जिनमें पारंपरिक चैनल, ओटीटी और फॉर्स्ट इकोसिस्टम का मेल होगा। कई एमएसओ पहले से फाइबर ब्रॉडबैंड इंफ्रास्ट्रक्चर और ऐप आधारित कंटेंट डिलीवरी प्लेटफॉर्म में निवेश कर रहे हैं।

इसी तरह प्रसारकों से उम्मीद की जाती है कि वे आर्काइव लाइब्रेरीज, रीजनल प्रोग्रामिंग, जॉनर बेस्ड फीड्स और क्यूरेटेड एंटरटेनमेंट फॉर्मेट्स का इस्तेमाल करके समर्पित फॉर्स्ट चैनल लॉन्च करेंगे।

भविष्य की टेलीविजन स्क्रीन में संभवतः ये चीजें शामिल होंगीः

- लीनियर चैनल
- ओटीटी स्ट्रीमिंग
- फॉर्स्ट सेवायें
- इंटरैक्टिव विज्ञापन
- एआई आधारित सूझाव
- व्यक्तिगत देखने का इंटरफेस

इस माहौल में, केबल टेलीविजन ऑपरेटरों के पास स्थानीय बाजार के संबंधों, ग्राहक सेवा नेटवर्क और ब्रॉडबैंड इंफ्रास्ट्रक्चर के स्वामित्व के जरिए अब भी काफी फायदे मौजूद हैं।

निष्कर्ष

भारत का टेलीविजन उद्योग एक ऐतिहासिक बदलाव के दौर से गुजर रहा है, जिसकी मुख्य वजहें कनेक्टेड टीवी का बढ़ता चलन, किफायती इंटरनेट की उपलब्धता और दर्शकों के बदलते व्यवहार। फॉर्स्ट और एएलटीडी जैसे प्लेटफॉर्म टेलीविजन कंटेंट के वितरण, उपभोग और उसकी कमाई करने के तरीकों को पूरी तरह से बदल रहे हैं।

हालांकि यह बदलाव पारंपरिक केबल ऑपरेटरों, प्रसारकों और रेगुलेटरों के लिए बड़ी चुनौतियां भी खड़ा करता है। पारंपरिक टेलीविजन वितरण और इंटरनेट आधारित टेलीविजन इकोसिस्टम के बीच रेगुलेटरी समानता की कमी भारत के मीडिया उद्योग में सबसे महत्वपूर्ण नीति बहसों में से एक के रूप में उभर रही है।

विकास का अगला चरण इस बात पर निर्भर करेगा कि यह उद्योग इनोवेशन और जवाबदेही, मुकाबले और निष्पक्षता और डिजिटल विस्तार और टिकाऊ प्रसारण अर्थव्यवस्था के बीच कितनी सफलतापूर्वक संतुलन बनाती है।

फॉर्स्ट और केबल टीवी को एक दूसरे के विरोधी सिस्टम के तौर पर देखने के बजाय, भविष्य शायद ऐसे इंटीग्रेटेड हाइब्रिड इकोसिस्टम का होगा, जहां ब्रॉडबैंड ब्रॉडकास्टिंग, कनेक्टेड टीवी और डिजिटल स्ट्रीमिंग, ये सभी एक ही एंटरटेनमेंट माहौल में साथ-साथ मौजूद होंगे।

इस उद्योग का भविष्य, इसके वितरण केंद्रित मॉडल से डेटा-आधारित सेवा मॉडल में बदलने की क्षमता पर निर्भर करेगा। इस बदलाव के केंद्र में सब्सक्राइबर एनालिटिक्स होंगे, जो ऑपरेटरों को अनिश्चितता से निपटने, उपभोक्ताओं की जरूरतों का जवाब देने और तेजी से डिजिटल होती दुनिया में अपनी प्रासंगिकता को फिर से परिभाषित करने में सक्षम बनायेंगे। ■