

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।

2022 MEDIA INDUSTRY UPDATE & THE FUTURE AHEAD

*A Potpourri of Latest Media
Developments*

A. MEDIA SCENARIO 2023 - AN UNCERTAIN FUTURE FOR TRADITIONAL MEDIA?

1. As **2022** draws to an end, it is customary to look back and try to discern how traditional electronic media has fared from a mind-numbing lockdown in the past two years.
2. **CII Big Picture Summit** recently produced two reports, one by **Boston Consulting Group** titled *Shaping the future of India M & E*. and the second by **KPMG**, titled *Sports Broadcasting-a match made in Heaven*. Both reports have produced many data points, expert analyses, and forecasts. Key takeaways-

B.C.G. REPORT

Major Trends in Indian Media

- ◆ The **Indian M&E industry** is estimated to be valued

2022 में मीडिया उद्योग का अपडेट और आगे का भविष्य

नवीनतम मीडिया विकास का एक मिश्रण

ए. मीडिया परिदृश्य 2023: पारंपरिक मीडिया के लिए अनिश्चित भविष्य

1. अब जबकि **2022** समाप्त हो रहा है, इसलिए अब पीछे मुड़कर देखने और यह समझने की कोशिश करें कि पारंपरिक इलेक्ट्रॉनिक मीडिया ने पिछले दो वर्षों में दिमाग को सुन्न करने वाले लॉकडाउन में कितना अच्छा प्रदर्शन किया है।



2. **सीआईआई बिग पिक्चर समिट** ने हाल ही में दो रिपोर्ट तैयार की है, एक **बोस्टन कंसल्टिंग ग्रुप** द्वारा *शेपिंग द फ्यूचर ऑफ इंडिया एम एंड ई* शीर्षक से और दूसरी **केपीएमजी** द्वारा *स्पोर्ट्स ब्रॉडकास्टिंग-ए मैच मेड इन हेवन* शीर्षक से। दोनों रिपोर्ट ने कई डेटा बिंदु, विशेषज्ञ विश्लेषण और पूर्वानुमान तैयार किये हैं। मुख्य बातें

हैं-

बी.सी.जी रिपोर्ट

भारतीय मीडिया में प्रमुख रुझान

- ◆ **2022** में **भारतीय एम एंड ई उद्योग** का मूल्य **27-29**

at \$27–29Bn in 2022. With the Industry witnessing strong growth tailwinds, it is poised to grow to \$55–65Bn by 2030 with a potential to reach \$65–70Bn, driven by growth in O.T.T. and gaming. (*Not Television*).

- ◆ The **O.T.T. sphere** has exploded with strong subscription growth and increased investments in content, especially Indian themes.
- ◆ On the back of rising interest in interactivity, **gaming** continues to show promising growth.
- ◆ **Metaverse** stands at the confluence of multiple disruptive technologies and will dictate strategy and influence competitive advantage.
- ◆ **T.V. Still Holding Audiences Together**
- ◆ YoY increase in T.V. households (**Total 205Mn in 2022** led by **Free Dish**- (*Stagnation in legacy distribution.*)
- ◆ +2–4% Decline in ARPU over the past **three years** driven by the change in the **Cable-DTH Free Dish** mix.
- ◆ -8% Increase in average time spent watching **T.V.** per day since **2019**. (*O.T.T. is not a temporary phenomenon*).
- ◆ **O.T.T. Growth Trajectory High**
- ◆ The primary driver is the growth of the **SVOD** segment, from **85–90Mn** subscriptions in **2022** to **160–165Mn** subscriptions in **2027**. (*Netflix is planning an ad-supported model*)
- ◆ The share of digital in the total video time has increased **4x** over the last **six years**, with a **40%** daily Increase in digital video consumption.

Great Mobile Gaming Potential

- ◆ **85% of the market size** to lead growth in this “**Mobile First**” culture. To grow exponentially, **16%–19%**.
- ◆ **10x increase in gaming companies** over the last decade.
- ◆ **India’s gaming opportunity** is at a *once-in-a-generation* inflexion point.

KPMG REPORT

Sports Driving Ahead

- ◆ **Television** remains the dominant media platform, with an unparalleled reach of **900 million viewers**.



बिलियन डॉलर होने का अनुमान है। उद्योग में मजबूत विकास के साथ, यह **2030** तक **55–65 बिलियन डॉलर** तक बढ़ने के लिए तैयार है, जिसके **65–70 बिलियन डॉलर** तक पहुंचने की क्षमता है, जो कि **ओटीटी व गेमिंग** में वृद्धि से प्रेरित है। (*न कि टेलीविजन से*)

- ◆ **ओटीटी क्षेत्र** में मजबूत सब्सक्रिप्शन वृद्धि और सामग्री, विशेष रूप से भारतीय विषयों में निवेश में वृद्धि के साथ विस्फोट हो गया है।
- ◆ इंटरैक्टिविटी में बढ़ती रुचि के कारण, **गेमिंग** में आशाजनक वृद्धि दिखाई दे रही है।
- ◆ **मेटावर्स** कई विघटनकारी तकनीकियों के संगम पर खड़ा है और यह रणनीति तय करेगा और प्रतिस्पर्धा को बढ़ायेगा।
- ◆ **टीवी अभी भी दर्शकों को एक साथ बांधे हुए है।**
- ◆ टीवी घरों में **साल दर साल वृद्धि (फ्री डिश के नेतृत्व में 2022 में कुल 205 मिलियन (पारंपरिक वितरण में टहराव))**
- ◆ **केवल डीटीएच फ्री डिश** मिक्स में बदलाव के कारण पिछले **तीन वर्षों में एआरपीयू में +2–4%** की गिरावट आयी है।
 - ◆ **2019** के बाद से प्रति दिन **टीवी** देखने में लगने वाले औसत समय में **-8%** की वृद्धि। (*ओटीटी एक अस्थायी घटना नहीं है*)।
 - ◆ **ओटीटी विकास पथ काफी ऊंचा**
 - ◆ प्राथमिक चालक **एसवीओडी** खंड की वृद्धि है, जो **2022 में 85–90 मिलियन** सब्सक्रिप्शन से **2027 तक 160–165 मिलियन** सब्सक्रिप्शन तक पहुंच जायेगा। (*नेटफ्लिक्स एक विज्ञापन समर्थित मॉडल की योजना बना रहा है*)
- ◆ कुल वीडियो समय में डिजिटल का हिस्सा पिछले **छह वर्षों में 4 गुना** बढ़ गया है, डिजिटल वीडियो खपत में दैनिक **40%** की वृद्धि हुई है।

महान मोबाइल गेमिंग क्षमता

- ◆ **बाजार के आकार का 85%** इस “**मोबाइल फर्स्ट**” संस्कृति में विकास का नेतृत्व कर रहा है। जिससे कि यह **16–19%** की तेजी से बढ़े।
- ◆ पिछले एक दशक में **गेमिंग कंपनियों में 10 गुना** बढ़ोतरी हुई है।
- ◆ **भारत का गेमिंग अवसर एक बार में एक पीढ़ी के मोड़ विंदु पर है।**

केपीएमजी रिपोर्ट

खेल सबसे आगे

- ◆ **900 मिलियन दर्शकों** की अद्वितीय पहुंच के साथ **टेलीविजन** प्रमुख मीडिया प्लेटफॉर्म बना हुआ है। सार्वभूमि, मूल सामग्री की मात्रा

Affordability, the volume of original content and challenges in **fixed broadband** penetration in India provide the predominance of the **T.V. platform** in India.

- ◆ **Television (T.V.)** remains the largest media platform in India in terms of reach and consumer engagement.
- ◆ **As per BARC, T.V. reached 210 million households in 2020**, translating into **~900 million individuals** who watch T.V. regularly.
- ◆ **T.V. households** are expected to reach **250 million** by **2026**.
- ◆ During the first nine months of **2022**, sports content was consumed by approximately **722 million** viewers. The **Indian Premier League** reached **400 million** across demographics and genders.
- ◆ **Rural penetration** at **61%** has been low owing to socio-economic concerns, grid electricity issues and the relatively higher cost of **T.V. infrastructure** in remote areas of the country. With government schemes and improvements and rising per capita disposable income, **rural T.V. penetration** in India has significant headroom for growth.
- ◆ **248 million** households will be consuming **linear Television in 2026**.
- ◆ Growth will be divided between **Pay T.V.** and **Free to Air (F.T.A.)**, with **DD FreeDish** expected to touch **52-55 Million Households**.
- ◆ **97 per cent of TV HHs** in India being **single T.V.** lends credence to the importance of family viewing.
- ◆ **Cord cutting** in India remains relatively nascent, with an estimated **0.5 million** cord-cutters. **~13 million H.H.s** may be cord-cutting by **2026**.



COMMENT

- ◆ *As the Industry enters 2023 on a hopeful note, these two excellent reports give valuable pointers to the significant changes in the sector in the past two years.*
- ◆ *Lockdown changed viewing habits substantially, helping the O.T.T. Streaming Industry gain a foothold*

और भारत में **निश्चित ब्रॉडबैंड** पैठ में चुनौतियां भारत में **टीवी प्लेटफॉर्म** की प्रबलता प्रदान करती है।

- ◆ **टेलीविजन (टीवी)** पहुंच और उपभोक्ता जुड़ाव के मामले में भारत में सबसे बड़ा मीडिया प्लेटफॉर्म बना हुआ है।
- ◆ **बीएआरसी के अनुसार, टीवी 2020 में 210 मिलियन घरों तक पहुंच गया**, जो नियमित रूप से टीवी देखने वाले **900 मिलियन व्यक्तियों में परिवर्तित** हो गया।
- ◆ **टीवी परिवारों के 2026 तक 250 मिलियन तक पहुंचने की उम्मीद है।**

◆ **2022 के पहले 9 महीने के दौरान खेल सामग्री को लगभग 722 मिलियन दर्शकों ने देखा। इंडियन प्रीमियर लीग विश्व के लगभग 400 मिलियन दर्शकों तक अपनी पहुंच बनाने में सफल रहा।**

◆ सामाजिक आर्थिक चिंताओं, ग्रिड विजली के मुद्दों और देश के दूरदराज के क्षेत्रों में **टीवी बुनियादी ढांचे** की अपेक्षाकृत उच्च लागत के कारण **ग्रामीण पहुंच 61%** से कम रही। सरकारी योजनाओं और

मुधारों और प्रति व्यक्ति प्रयोज्य आय में वृद्धि के साथ, भारत में **ग्रामीण टीवी की पहुंच** में विकास के लिए महत्वपूर्ण गुंजाइश है।

- ◆ **2026 में 248 मिलियन परिवार लीनियर टेलीविजन का उपभोग करेंगे।**
- ◆ विकास को **पे टीवी** और **फ्री-टू-एयर (एफटीए)** के बीच विभाजित किया जायेगा, जिसमें **डीडी फ्री डिश के 52-55 मिलियन परिवारों तक पहुंचने की उम्मीद है।**
- ◆ भारत में **97 प्रतिशत टीवी एचएचएस एकल टीवी** होने के कारण परिवार को देखने के महत्व पर भरोसा करते हैं।
- ◆ अनुमानित **0.5 मिलियन** कार्ड कटर के साथ भारत में **कार्ड कटिंग** अपेक्षाकृत काफी नया है। **2026 तक 13 मिलियन टीवी एचएचएस कार्ड-कटिंग** हो सकते हैं।

टिप्पणी

- ◆ *जैसाकि उद्योग 2023 में एक उम्मीद के साथ प्रवेश कर रहा है, ये दो उत्कृष्ट रिपोर्ट पिछले दो वर्षों में इस क्षेत्र में महत्वपूर्ण परिवर्तनों के लिए मूल्यवान संदेश देती है।*
- ◆ *लॉकडाउन ने देखने की आदातों में काफी बदलाव किया है, जिससे ओटीटी स्ट्रीमिंग उद्योग ने कम से कम शहरी भारत में एक*

and make itself irreplaceable, at least in urban India.

- ◆ The current 200 million T.V. home market is still skewed in favour of urban viewers, where cord-cutting is now a pronounced and unpalatable part of life for the Cable Industry.
- ◆ While at present, this writer predicts an uneasy co-existence between the Legacy Distribution and the brash new hyperactive streaming industry, the burgeoning challenge of **Free Dish** should not be mistakenly written off as being a rural phenomenon or as affecting only pay TV DTH platforms.
- ◆ Once the scope and variety of Free Dish channels are known (167 TV and 48 Radio channels), many middle-class homes will adopt Free Dish, even in metropolises.
- ◆ The legacy distribution sector can take comfort from the fact that about 100 million homes (mainly in rural India) are still to access pay TV.
- ◆ However, the economics of reaching far-flung areas or remote villages may be complex for the fragmented Cable T.V. Industry. This is why Free Dish is popular.
- ◆ One final observation - **CII Big Picture** or **FICCI Frames** Cable Industry largely shuns attending media conferences. Their voice/viewpoint or influence on the deliberations is zero. For some reason, *M.S.O.s*, too, are silent spectators.
- ◆ As this writer has often urged, it is necessary to be alert and grab whatever opportunity comes to ensure the Industry survives in future years.

B. BROADCASTERS HAPPY WITH NEW N.T.O.

In late November, the Telecom Regulatory Authority of India TRAI notified new amendments to the New Tariff Order of 2020 (NTO:2), stating:

- ◆ Continuance of **forbearance** on **M.R.P.** of T.V. channels for Broadcasters. (*No change*).
- ◆ Only those channels with an **M.R.P. of Rs.19 / - or less** will be permitted to be part of a bouquet. (*Amended from Rs. 12 as per N.T.O. 2 of 2020*)
- ◆ A Broadcaster can offer a **maximum discount** of **45%**

मुकाम हासिल किया है और खुद को अपूरणीय बना लिया है।

- ◆ मौजूदा 200 मिलियन घरेलू टीवी बाजार अभी भी शहरी दर्शकों के पक्ष में झुका हुआ है, जहां कॉर्ड कटिंग अब केवल उद्योग के लिए जीवन का एक स्पष्ट और अरुचिकर हिस्सा है।
- ◆ जबकि वर्तमान में यह लेखक पारंपरिक वितरण और नये अतिसक्रिय स्ट्रीमिंग उद्योग के बीच एक असहज सह-अस्तित्व की भविष्यवाणी करता है, फ्री डिश की बढ़ती चुनौती को गलती से एक ग्रामीण घटना या केवल पे टेलीविजन डीटीएच प्लेटफॉर्म को प्रभावित करने के रूप में नहीं लिखा जाना चाहिए।
- ◆ एक बार फ्री डिश चैनलों का दायरा और विविधता ज्ञात हो जाने के बाद (167 टीवी और 48 रेडियो चैनल) कई मध्यवर्गीय घर महानगरों में भी फ्री डिश को अपना लेंगे।
- ◆ पारंपरिक वितरण क्षेत्र इस तथ्य से राहत महसूस कर सकता है कि लगभग 100 मिलियन घर (मुख्य रूप से ग्रामीण भारत में) अभी भी पे टीवी तक पहुंच बना सकते हैं।
- ◆ हालांकि दूरदराज के क्षेत्रों या दूरदराज के गांवों तक पहुंचने का अर्थशास्त्र खंडित केवल टीवी उद्योग के लिए जटिल हो सकता है। यही कारण है कि फ्री डिश लोकप्रिय है।
- ◆ एक अंतिम अवलोकन-**सीआईआई विंग पिक्चर** या **फिक्की फ्रेम्स** केवल उद्योग को काफी हद तक मीडिया सम्मेलनों में भाग लेने से कतराता है। विचार-विमर्श पर उनकी आवाज/दृष्टिकोण का प्रभाव शून्य होता है। किसी कारणवश एमएसओ भी मूकदर्शक बने रहते हैं।
- ◆ **जैसाकि इस लेखक ने अक्सर आग्रह किया है, भविष्य के वर्षों में उद्योग के अस्तित्व को सुनिश्चित करने के लिए सतर्क रहना है और जो भी अवसर आता है उसे हड़पना आवश्यक है।**

बी. नये एनटीओ से प्रसारक खुश

नवंबर के अंत में भारतीय दूरसंचार नियामक प्राधिकरण, ट्राई ने 2020 के नये टैरिफ आदेश (एनटीओ 2.0) में नये संशोधनों को अधिसूचित किया, जिसमें कहा गया है-

- ◆ प्रसारकों के लिए टीवी चैनलों के लिए अधिकतम खुदरा मूल्य को जारी रखना। (*कोई परिवर्तन नहीं होता है*)
- ◆ केवल उन्हीं चैनलों को जिनकी एमआरपी 19 रुपये या उससे कम है, उसको ही बुके का हिस्सा बनने की अनुमति दी जायेगी। (*2020 में संशोधित एनटीओ के मुताबिक 12 रुपये*)
- ◆ एक प्रसारक पे चैनलों के अपने बुके का मूल्य निर्धारित करते समय

while pricing its bouquet of pay channels over the sum of M.R.P.s of all the pay channels in that bouquet. (New limit)

- ◆ A discount offered as an incentive by a Broadcaster on the maximum retail price of a pay channel shall be based on the combined subscription of that channel both in a-la-carte and in bouquets. (New formula to push a la carte channels).



The Explanatory Note states:

- ◆ TRAI, in the present **Tariff Amendment Order**, addressed only those **critical issues** suggested by the **Stakeholders' Committee** for immediate consideration to avoid inconvenience to consumers.
- ◆ In addition, the **Authority** held multiple meetings with representatives of L.C.O.s, including an online meeting attended by more than **200 LCOs** from across the country.
- ◆ Several issues were put forward during these meetings. TRAI has noted the suggestions and may take further suitable measures if the situation warrants.

COMMENT

- ◆ For the first time in nearly two decades, Broadcasters have hailed TRAI and claimed NTO 2.0 as amended "is the outcome of the strong collaboration between the Industry and TRAI. Rather than pursue a litigative approach to address pending demands, our approach of engaging in constructive dialogue has allowed us to make strong progress in creating a more conducive environment for the Industry on the pricing front. We remain confident of moving to an environment of regulatory forbearance,"
- ◆ The giveaway is in the last sentence of the expectation of moving (ultimately) to regulatory forbearance. This has been the bugbear of Broadcasters from the advent of the first pay channel in early 2000.
- ◆ When TRAI was notified as the Broadcast and Cable Regulator in 2004, the Broadcasters filed a series of writs in the courts challenging not only the

उस बुके में सभी पे चैनलों के एमआरपी के योग से अधिक **45%** की अधिकतम छूट की पेशकश कर सकता है। (नयी सीमा)

- ◆ किसी पे चैनल के अधिकतम खुदरा मूल्य पर प्रसारकों द्वारा प्रोत्साहन के रूप में दी जाने वाली छूट ए-लॉ-कार्टे और बुके दोनों में उस चैनल की संयुक्त सदस्यता पर आधारित होगी। (लॉ कार्टे चैनलों को आगे बढ़ाने का नया फार्मूला)

व्याख्यात्मक नोट कहता है:

- ◆ ट्राई ने वर्तमान **टैरिफ संशोधन आदेश** में, उपभोक्ताओं को असुविधा से बचने के लिए **हितधारकों की समिति** द्वारा तत्काल विचार के लिए सुझाये गये केवल उन **महत्वपूर्ण मुद्दों** को ही संबोधित किया है।
- ◆ इसके अलावा, **प्राधिकरण** ने एलसीओ के प्रतिनिधियों के साथ कई बैठकें की, जिसमें देश भर से **200 से अधिक एलसीओ** की ऑनलाइन बैठक शामिल थी।
- ◆ इन बैठकों के दौरान कई मुद्दों को सामने रखा गया। ट्राई ने सुझावों को नोट कर लिया है और जरूरत पड़ने पर और उपयुक्त उपाय कर सकता है।

टिप्पणी

- ◆ लगभग दो दशकों में पहली बार, प्रसारकों ने ट्राई की प्रशंसा की है और दावा किया है कि '**एनटीओ 2.0 संशोधित रूप से उद्योग और ट्राई के बीच मजबूत सहयोग का परिणाम है। लंबित मांगों को संबोधित करने के लिए कानूनी दृष्टिकोण अपनाने के बजाय, रचनात्मक संवाद में संलग्न होने के हमारे दृष्टिकोण ने हमें मूल्य निर्धारण के मोर्चे पर उद्योग के लिए अधिक अनुकूल वातावरण बनाने में मजबूत प्रगति करने की अनुमति दी है। हम विनियामक सहनशीलता के वातावरण में जाने के प्रति आश्वस्त हैं।'**
- ◆ विनियामक सहनशीलता के लिए आसान मार्ग (अंततः) की अपेक्षा अंतिम वाक्य में है। यह **2000** की शुरुआत से पहले पे चैनल के आगमन से प्रसारकों के लिए डरावना रहा है।
- ◆ जब ट्राई को **2004** में ब्रॉडकास्ट एंड केबल रेगुलेटर के रूप में अधिमूर्चित किया गया था, प्रसारकों ने न केवल ट्राई के नियामक प्राधिकरण बल्कि संसद को भी चुनौती देते हुए अदालतों में रिट

regulatory Authority of TRAI but even Parliament to bring broadcasting under the purview of the TRAI Act in the absence of a Broadcast Act. They lost consistently but kept up an adversarial relationship with TRAI)

- ◆ This writer wonders whether the truce with TRAI is tactical because there are, again, media murmurs on 'why the Network Cable Fee is so high, why should F.T.A. Channels should pay Carriage Fees etc.'
- ◆ Surprisingly though TRAI has revealed the existence of a Stakeholders Committee and mentioned an online meeting with 200 Last Mile Operators- it has not published the Stake Holder Committee Report or action points for meeting with LMOs, which, in the considered view of this writer, it should do under Section 11 (4) of the TRAI Act.
- ◆ This writer urges the cable industry to be alert to any adverse developments and further maintain dialogue with both TRAI/MIB regularly.

C. NEW DOWNLINK REGULATIONS BRING NEW HEADACHES FOR BROADCASTERS

The Press Information Bureau described the Revised Downlinking/Uplinking Regulations issued in November 2022 to promote ease of business:

- ◆ Specific timelines have been proposed for a grant of permission.
- ◆ L.L.P.s / companies would be allowed to uplink foreign channels from Indian teleports, creating employment opportunities and making India a Teleport-hub for other countries.
- ◆ A news agency can now get permission for 5 years against 1 year.
- ◆ A channel can be uplinked by using facilities of

याचिकाओं की एक श्रृंखला दायर की थी ताकि प्रसारण अधिनियम की अनुपस्थिति में प्रसारण को ट्राई के अधिनियम के दायरे में लाया जा सके। वे लगातार हारे लेकिन ट्राई के साथ प्रतिकूल संबंध बनाये रखा।

- ◆ इस लेखक को आश्चर्य है कि क्या ट्राई के साथ युद्ध विराम सामरिक है, क्योंकि मीडिया में फिर से सुगबुगाहट है कि 'नेटवर्क केबल शुल्क इतना अधिक क्यों है, एफटीए चैनलों को कैरिज शुल्क आदि का भुगतान क्यों करना चाहिए।'
- ◆ आश्चर्यजनक रूप से हालांकि ट्राई ने हितधारक समिति के अस्तित्व का खुलासा किया है और 200 लास्ट माइल ऑपरेटर्स के साथ एक ऑनलाइन बैठक का उल्लेख किया है-इसने हितधारक समिति की रिपोर्ट या एलएमओ के साथ बैठक के लिए कार्रवाई विंडुओं को प्रकाशित नहीं किया है, जो इस लेखक के विचार में, इसे ट्राई अधिनियम की धारा 11(4) के तहत करना चाहिए।
- ◆ यह लेखक केवल उद्योग से किसी भी प्रतिकूल घटनाक्रम के प्रति सतर्क रहने और ट्राई/एमआईबी दोनों के साथ नियमित रूप से संवाद बनाये रखने का आग्रह करता है।

सी. नया डाउनलिंग विनियम प्रसारकों के लिए नयी सिर दर्द लेकर आये हैं

प्रेस सूचना ब्यूरो ने व्यापार में आसानी को बढ़ावा देने के लिए नवंबर 2022 में जारी संशोधित डाउनलिंग/अपलिंग विनियमों का वर्णन किया:

- ◆ अनुमति प्रदान करने के लिए विशिष्ट समयसीमा प्रस्तावित की गयी है।
- ◆ एलएलपी/कंपनियों को भारतीय टेलीपोर्ट से विदेशी चैनलों को अपलिक करने, रोजगार के अवसर पैदा करने और भारत को अन्य देशों के लिए टेलीपोर्ट हब बनाने की अनुमति होगी।
- ◆ एक समाचार एजेंसी को अब 1 वर्ष के स्थान पर 5 वर्ष के लिए अनुमति मिल सकती है।
- ◆ केवल एक टेलीपोर्ट/सैटेलाइट के स्थान पर एक से अधिक

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

more than one teleport/ satellite as against only one teleport/satellite.

- ◆ **One composite set of Guidelines** has replaced two separate Guidelines.
- ◆ **The structure of the Guidelines** has been systematized to avoid duplication and common parameters.
- ◆ The **penalty clauses** have been rationalized.
- ◆ The companies/L.L.P.s having permission to uplink and downlink a channel may undertake **public service broadcasting** (except where it may not be feasible) for a minimum period of **30 mins** in a day on themes of national importance and social relevance.



सत्यमेव जयते

Ministry of Information and Broadcasting

टेलीपोर्ट/सैटेलाइट की सुविधा का उपयोग करके **एक चैनल** को अपलिंक किया जा सकता है।

- ◆ दिशा निर्देशों के **एक समग्र सेट दिशानिर्देश** ने दो अलग-अलग दिशानिर्देशों को बदल दिया है।
- ◆ दोहराव और सामान्य मापदंडों से बचने के लिए **दिशानिर्देशों की संरचना** को व्यवस्थित किया गया है।
- ◆ **जुमनि की धाराओं** को युक्तिसंगत बनाया गया है।
- ◆ जिन कंपनियों/एलएलपी के पास चैनल को अपलिंक और डाउनलिंक करने की अनुमति है, वे राष्ट्रीय महत्व और सामाजिक प्रासंगिकता के विषयों पर एक दिन में कम से कम **30 मिनट** की अवधि के लिए **सार्वजनिक सेवा प्रसारण** (जहां यह संभव नहीं हो सकता है) कर सकते हैं।

COMMENT

- ◆ This writer recalls that, in the olden days, Films Division films had to be compulsorily shown in cinema halls. Some of these were truly meant to promote social and public causes and left an impact but died away with the advent of 24-hour Television and social media.
- ◆ The amended **Downlinking Regulations** mandate to mandatorily bring public service broadcasting on all channels (except Sports channels, perhaps) will be a giant headache for the 901 registered channels, more so for the small Broadcasters.
- ◆ One can never be too sure of the rationale of the new mandate except that at present, while there is glib talk of “self-regulation”, the ruling mood is towards “command and control.”
- ◆ Typically, the Broadcast Federations have not directly commented on or protested against the new mandate but have used print and digital media to ask questions on whether there is a need considering the content of many private TV Channels and Doordarshan regularly producing such content in as many as 35 channels.
- ◆ By new mandate, M.I.B. seems to imply that Doordarshan has failed as a Public Broadcaster.

टिप्पणी

- ◆ यह लेखक याद करता है कि पुराने दिनों में सिनेमा हॉल में फिल्म प्रभाग की फिल्मों को अनिवार्य रूप से दिखाना पड़ता था। इनमें से कुछ सही मायने में सामाजिक और सार्वजनिक कारणों को बढ़ावा देने के लिए थे और अपना प्रभाव भी छोड़ा, लेकिन 24 घंटे प्रसारित टेलीविजन चैनल और सोशल मीडिया के आगमन के साथ समाप्त हो गया।
- ◆ सभी चैनलों (शायद खेल चैनलों को छोड़कर) पर अनिवार्य रूप से सार्वजनिक सेवा प्रसारण लाने के लिए संशोधित **डाउनलिंकिंग विनियम 901** पंजीकृत चैनलों के लिए एक बड़ा सिर दर्द होगा, खासकर छोटे प्रसारकों के लिए।
- ◆ कोई भी नये जनादेश के औचित्य के बारे में निश्चित नहीं हो सकता है, सिवाय इसके कि वर्तमान में, जबकि ‘स्व-नियमन’ की ओछी बातें हो रही हैं, सत्तारूढ़ मनोदशा ‘कमांड और नियंत्रण’ की ओर है।
- ◆ आमतौर पर बॉडकास्ट फेडरेशन ने नये शासनादेश पर सीधे टिप्पणी या विरोध नहीं किया है, लेकिन प्रिंट और डिजिटल मीडिया का उपयोग यह सवाल पूछने के लिए किया गया है कि क्या कई निजी टेलीविजन चैनलों की सामग्री पर विचार करने की आवश्यकता है और दूरदर्शन नियमित रूप से 35 चैनलों में ऐसी सामग्री का उत्पादन कर रहा है।
- ◆ एमआईबी के नये शासनादेश से यह प्रतीत होता है कि दूरदर्शन एक सार्वजनिक प्रसारक के रूप में विफल हो गया है। ऐसा नहीं

This is not so, but Doordarshan's viewership is a fraction of the past.

- ◆ *This writer can only hope that the Broadcasters will be free to interpret public service messaging from the broad guidelines already available. Further, there should be no ideological contamination of a laudatory provision for public service content.*

D. TOP TEN INDIAN MEDIA COMPANIES

A recent infographic in the **Business Standard** has caused ripples in the Indian media industry. This claims, based on various earning criteria and filing data, that the top ten media companies are:

- ◆ **Meta** – Rs. 16,189 crores
- ◆ **Zee/Sony (combined)** – Rs. 15,056 crores
- ◆ **Disney/Star** – Rs. 14,350 crores
- ◆ **Google India** – Rs. 13,886 crores
- ◆ **Times Group** – Rs. 8,000 crores
- ◆ **Jio Infocom** – Rs. 7,000 crores
- ◆ **Tata Sky D.T.H.** – Rs. 4,741 crores
- ◆ **Airtel TV** – Rs. 4,000 crores
- ◆ **Sun T.V.** – Rs. 3,504 crores
- ◆ **DB Corp** – Rs. 1,788 crores

COMMENT

- ◆ *The infographic compares the top ten media companies ten years ago with 2022.*
- ◆ *It is interesting to see that despite the bitter complaint of how TRAI has hobbled the ability of Broadcasters to grow with unfavourable tariff regulations, Zee/Sony has raced to the second position, and Star Disney is steady in the third position, with Sun T.V. at 9th position.*
- ◆ *The Distribution industry is well represented by Tata Sky and Airtel T.V., and the print industry by D.B. Corporation.*
- ◆ *The future is digital, and the next ten years will see more digital companies enter the top ten.*
- ◆ *Where does that leave legacy media? Whistling in the dark, this writer feels. They must awaken and change in a fast-moving "metaverse" universe.*

है, लेकिन दूरदर्शन की दर्शकों की संख्या अतीत का एक अंश है।

- ◆ यह लेखक केवल यह आशा कर सकता है कि प्रसारक पहले से उपलब्ध व्यापक दिशानिर्देशों से सार्वजनिक सेवा संदेशों की व्याख्या करने के लिए स्वतंत्र होंगे। इसके अलावा, सार्वजनिक सेवा सामग्री के लिए प्रशंसनीय प्रावधान का कोई वैचारिक दूषण नहीं होना चाहिए।

डी. शीर्ष दस भारतीय मीडिया कंपनियां

विजनेस स्टैंडर्ड में हालिया इन्फोग्राफिक ने भारतीय मीडिया उद्योग में लहर पैदा कर दी है। कमाई के विभिन्न मानदंडों और फाइलिंग डेटा के आधार पर यह दावा किया जाता है कि शीर्ष दस मीडिया कंपनियां हैं:

- ◆ **मेटा** – 16,189 करोड़ रुपये
- ◆ **डिज्नी-स्टार** – 14350 करोड़ रुपये
- ◆ **गुगल इंडिया** – 13886 करोड़ रुपये
- ◆ **टाइम्स समूह** – 8000 करोड़ रुपये
- ◆ **जियो इंफोकॉम** – 7000 करोड़ रुपये
- ◆ **टाटा स्काई डीटीएच** – 4741 करोड़ रुपये
- ◆ **एयरटेल टीवी** – 4000 करोड़ रुपये
- ◆ **सन टीवी** – 3504 करोड़ रुपये
- ◆ **डीबी कॉर्प** – 1788 करोड़ रुपये

टिप्पणी

- ◆ इन्फोग्राफिक दस साल पहले की शीर्ष दस मीडिया कंपनियों की तुलना 2022 से करता है।
- ◆ यह देखना दिलचस्प है कि कैसे ट्राई ने प्रतिकूल टैरिफ नियमों के साथ प्रसारकों की बढ़ने की क्षमता को बाधित करने की कड़वी शिकायत के बावजूद, जी/सोनी दूसरे स्थान पर पहुंच गया और स्टार-डिज्नी तीसरे स्थान पर कायम है जबकि सन टीवी 9 वें स्थान पर है।
- ◆ वितरण उद्योग का प्रतिनिधित्व टाटा स्काई और एयरटेल टीवी द्वारा किया जा रहा है और प्रिंट उद्योग का प्रतिनिधित्व डीबी कॉरपोरेशन द्वारा किया जाता है।
- ◆ भविष्य डिजिटल है, और आने वाले दस वर्षों में कई डिजिटल कंपनियां शीर्ष दस में प्रवेश करेंगी।
- ◆ यह पारंपरिक मीडिया को कहां छोड़ता है? यह लेखक अंधेरे में सीटी बजाता महसूस करता है। उन्हें तेजी से आगे बढ़ने वाले 'मेटावर्स' बहांड में जागन और बदलना होगा।

E. AMAZON CRICKET RIGHTS RUN INTO REGULATORY MAZE

- ◆ For the past decade, International Cricket Rights for Indian Television have been bagged by either **Star** (now **Disney Star**) or **Sony** (to merge shortly with **Zee**).
- ◆ In **December 2021**, **Amazon Prime Video** acquired exclusive rights to provide live coverage of **New Zealand Cricket in India**, from **October 24, 2022**, to **April 30, 2026**.
- ◆ The **India-New Zealand T-20/ODI series** started immediately after the **World Cup** in **November 2022**. Subsequent events in **TDSAT/Delhi High Court** revealed that **Amazon** separately entered into an agreement with **Prasar Bharati**, which was "given the limited right to re-transmit the said matches restricted to the **DTH platform** owned by it and known as **DD Free Dish**."
- ◆ While details of the agreement between **Amazon** and **Prasar Bharati** have not been revealed (even to the Courts), it can be presumed that as **Amazon** had decided to carry advertisements during the live feed, it was desirous of reaching out to the considerable viewer base of **DD Free Dish** estimated at **43-45** million viewers.
- ◆ This should have left **DTH Networks** and **Cable Platforms** high and dry as the viewers either would have to subscribe to **Amazon Prime** or watch the matches on **DD Free Dish**. However, **Dish TV** found a loophole that led to a fascinating legal battle leaving **Amazon** grappling with the intricacies of outmoded complex Broadcast regulations.
- ◆ **Amazon** claimed in court that though it had given **limited rights** to **Prasar Bharati** to carry the live



ई. नियामक भूलभुलैया में फंसा अमेजन का क्रिकेट अधिकार

- ◆ पिछले एक दशक से, भारतीय टेलीविजन के लिए अंतरराष्ट्रीय क्रिकेट अधिकार या तो **स्टार** (अब **डिज्नी स्टार**) या **सोनी** (जिसका शीघ्र ही **जी** के साथ विलय होने जा रहा है) द्वारा प्राप्त किया जाता रहा है।
- ◆ **दिसंबर 2021** में **अमेजन प्राइम वीडियो** ने **24 अक्टूबर 2022** से **30 अप्रैल 2026** तक **भारत** में **न्यूजीलैंड क्रिकेट** का लाइव कवरेज प्रदान करने के लिए विशेष अधिकार प्राप्त किये हैं।
- ◆ **नवंबर 2022** में **विश्वकप** के तुरंत बाद **भारत-न्यूजीलैंड टी-20/वनडे श्रृंखला** शुरू हुई। **टीडीसैट/दिल्ली उच्च न्यायालय** में बाद की घटनाओं से पता चलता है कि **अमेजन** ने अलग से **प्रसार भारती** के साथ एक समझौता किया, जिसे उसके स्वामित्व वाले **डीटीएच प्लेटफॉर्म** और **डीडी फ्री डिश** के रूप में जाने जाने वाले उक्त मैचों को फिर से प्रसारित करने का 'सीमित' अधिकार दिया गया था।
- ◆ जबकि **अमेजन** और **प्रसार भारती** के बीच समझौते का विवरण प्रकट नहीं किया गया है (यहां तक कि न्यायालय के लिए भी), यह माना जा सकता है कि चूंकि **अमेजन** ने लाइव फीड के दौरान विज्ञापन दिखाने का फैसला किया था, यह **डीडी फ्री डिश** के **43-45** मिलियन के अनुमानित दर्शकों के आधार तक पहुंचने का इच्छुक था।
- ◆ इसने **डीटीएच नेटवर्क** और केवल **प्लेटफॉर्म** के लिए काफी मुश्किल समस्या खड़ी कर दी, क्योंकि दर्शकों को या तो **अमेजन प्राइम** की सदस्यता लेनी होगी या **डीडी फ्री डिश** पर मैच देखना होगा। हालांकि, **डिश टीवी** को एक खामी का सामना करना पड़ा, जिसके चलते एक आकर्षक कानूनी लड़ाई हमें देखने को मिली और **अमेजन** को पुराने जटिल प्रसारण नियमों की पेचीदगियों से जूझना पड़ा।
- ◆ **अमेजन** ने अदालत में दावा किया कि हालांकि उन्होंने **प्रसार भारती** को केवल **फ्री डिश** तक लाइव फीड ले जाने का **सीमित**

feed only to **Free Dish**, it discovered that **Dish TV** and others were also carrying the live feed. So, it issued a *cease-and-desist* notice to **Prasar Bharati** for violating contractual terms, which led **Prasar Bharati** to encrypt the **Live Cricket Feed**.

- ◆ **Dish TV** filed a Petition in the **Telecom Disputes Settlement and Appellate Tribunal** arguing that **Prasar Bharati cannot encrypt** the contents of **DD Sports** as long as it remains in the list of **Free-to-air** channels, which are required to be compulsorily carried by all cable operators under **Section 8** of the **Cable Act**.
- ◆ TDSAT agreed with **Dish TV** and directed that **Prasar Bharati** remove the encryption, stating, "*there is a prima facie case in favour of the Petitioners. We, therefore, direct respondent no. 1 to supply DD Sports 1.0 channel (FTA) in an unencrypted mode during the pendency of these Broadcasting Petitions.*"
- ◆ **Amazon** immediately filed a writ in the **Delhi High Court**, which too rejected the **Amazon** petition in a single hearing stating: "*Thus, even if the content in question be one which Prasar Bharati acquired under Section 12(3)(c) of the [Prasar Bharati (Broadcasting Corporation of India) Act]1990 Act, as long as the same is aired on the DD Sports platform, it would be subject to the power that the Union Government may exercise under Section 8 of the 1995 Act.*"



COMMENT

- ◆ *The reason why Amazon has failed to obtain so far relief is the fact that its regulatory wing did not notice the glaring loophole in the existing Broadcast Regulations, which empowers the Government to direct carriage of important sports*

अधिकार दिया था, लेकिन यह पता चला कि **डिश टीवी** व अन्य भी लाइव फीड ले रहे थे। इसलिए इसने **प्रसार भारती** को अनुबंध की शर्तों का उल्लंघन करने के लिए **संघर्ष विराम** का नोटिस जारी करना पड़ा, जिसके कारण **प्रसार भारती** को **लाइव क्रिकेट फीड** को एन्क्रिप्ट करना पड़ा।

- ◆ **डिश टीवी** ने **दूरसंचार विवाद निपटान और अपीलीय न्यायाधिकरण** में एक याचिका दायर करके तर्क दिया कि **प्रसार भारती डीडी स्पोर्ट्स** की **सामग्री को तब तक एन्क्रिप्ट नहीं कर** सकता जब तक कि यह **फ्री-टू-एयर** चैनलों की सूची में बना रहता है, जिसे **केवल अधिनियम की धारा 8** के तहत सभी केवल नेटवर्कों को अनिवाये रूप से दिखाने की आवश्यकता होती है।

◆ **डीटीएसैट** ने **डिश टीवी** के साथ सहमति व्यक्त की और **प्रसार भारती** को एन्क्रिप्शन हटाने का निर्देश देते हुए कहा कि 'याचिकाकर्ताओं के पक्ष में एक **प्रथम दृष्टया**

का मामला है। इसलिए हम इन प्रसारण याचिकाओं के लंबित रहने के दौरान **डीडी स्पोर्ट्स 1.0 चैनल (एफटीए)** को प्रतिवादी नंबर **1** को **अनएन्क्रिप्टेड मोड** में आपूर्ति करने का आदेश देते हैं।'

- ◆ **अमेजन** ने तुरंत **दिल्ली उच्च न्यायालय** में एक रिट दायर की, जिसने भी एक ही सुनवाई में **अमेजन** की याचिका को खारिज करते हुए कहा कि 'इस प्रकार, भले ही विचाराधीन सामग्री वह हो जिसे **प्रसार भारती** ने (**प्रसार भारती (ब्रॉडकास्टिंग कॉरपोरेशन ऑफ इंडिया) अधिनियम 1990 अधिनियम की धारा 12 (3)(सी)**) के तहत हासिल किया था, जब तक कि इसे **डीडी स्पोर्ट्स** प्लेटफॉर्म पर प्रसारित किया जाता है, यह **1995 की अधिनियम की धारा 8** के तहत **केंद्र सरकार** द्वारा प्रयोग की जाने वाली शक्ति के अधीन होगा।

टिप्पणी

- ◆ **अमेजन** अब तक राहत प्राप्त करने में विफल रहा है, इसका कारण यह है कि इसके नियामक विंग ने मौजूदा प्रसारण विनियमों में स्पष्ट खामियों पर ध्यान नहीं दिया, जो सरकार को **स्पोर्ट्स ब्रॉडकास्टिंग सिग्नल (प्रसार भारती के साथ अनिवायर्ष**

content on the Doordarshan Platform in terms of the Sports Broadcasting Signals (Mandatory Sharing with Prasar Bharati) Act, 2007 read with Section 8 of the Cable Act which direct distributors to compulsorily carry many Doordarshan channels including DD Sports.

- ◆ *The existing Broadcasting and Cable Regulations are far behind recent technological developments like streaming live sports signals. Amazon has gotten caught in the quagmire of outmoded regulations.*
- ◆ *However, this writer feels the battle is not over. No doubt, a Division Bench appeal will follow, with either side settling the matter in the Supreme Court.*
- ◆ *This writer urges that when the Telegraph Act is to be replaced by a new Telecommunication Bill shortly, the Ministry of Information and Broadcasting should start work on a comprehensive Electronic Media Regulation Act which is technology neutral and replaces the current highly unsatisfactory mode of regulating this vibrant sector through a completely outmoded Cable Act.*
- ◆ *Will it happen? This writer is not sanguine but keeps his fingers crossed. ■*

साझाकरण) अधिनियम, 2007 के साथ **केबल अधिनियम** की धारा 8 के संदर्भ में दूरदर्शन प्लेटफॉर्मों पर महत्वपूर्ण खेल सामग्री को निर्देशित करने का अधिकार देता है, जो वितरकों को डीडी स्पोर्ट्स सहित कई दूरदर्शन चैनलों को अनिवार्य रूप से प्रसारित करने का निर्देश देता है।

- ◆ मौजूदा ब्रॉडकास्टिंग और केबल रेगुलेशन लाइव स्पोर्ट्स सिग्नल स्ट्रीमिंग जैसे हाल के तकनीकी विकास से बहुत पीछे है। अमेजन पुराने नियमों के दलदल में फंस गया है।
- ◆ हालांकि, इस लेखक को लगता है कि लड़ाई खत्म नहीं हुई है। इसमें कोई शक नहीं है कि एक डिवीजन बेंच अपील का पालन करेगी, जिसमें दोनों पक्ष सुप्रीम कोर्ट में मामले को मुलझायेंगे।
- ◆ यह लेखक आग्रह करता है कि जब शीघ्र ही टेलीग्राफ अधिनियम को एक नये दूरसंचार विधेयक द्वारा प्रतिस्थापित किया जाना है, सूचना और प्रसारण मंत्रालय को एक व्यापक इलेक्ट्रॉनिक मीडिया विनियमन अधिनियम पर काम शुरू करना चाहिए, जो तकनीकी तटस्थ है और पूरी तरह से पुराने केबल अधिनियम के माध्यम से इस जीवंत क्षेत्र को विनियमित करने के वर्तमान अत्यधिक असंतोषजनक तरीके को प्रतिस्थापित करता है।
- ◆ क्या ऐसा होगा? यह लेखक आशावादी नहीं है, फिर भी उम्मीद नहीं छोड़ा है। ■

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

**SATELLITE
& Cable TV**

MAGAZINE

- ❖ In-depth & Unbiased Market Information
- ❖ Technology Breakthroughs
- ❖ Reaches More Than 40,000 Personnel Across The Satellite & Cable TV Industry every month

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

ADVERTISE NOW !

Contact: Mob.: +91-7021850198 Tel.: +91-22-6216 5317 Email: scat.sales@nm-india.com