EDITOR'S SCATVIEW

Manoj Kumar Madhavan

India's media and connectivity ecosystem is entering a decisively data-driven phase, where analytics, scale, and infrastructure are converging to reshape the industry's future. As television reaches nearly 200 million homes, the real story lies beneath the surface, how audience measurement, consumption analytics, and platform intelligence are redefining value creation across broadcast and digital video.

The shift in revenue pools toward Free TV and Connected TV reflects a deeper transformation powered by granular viewer data and targeted advertising. As India's video economy moves toward the $20 billion milestone, the ability to measure, segment, and monetise audiences across screens is becoming central to strategic decision-making. Yet, as our coverage on Connected TV highlights, measurement confidence remains a work in progress, with evolving standards and differing benchmarks shaping advertiser perceptions.

In parallel, the rise of Bharti Airtel as the world's No. 2 telecom operator marks a significant inflection point for India's global positioning. Airtel's growth, driven by data consumption, network expansion, and digital service integration, underscores the critical role of telecom networks as the backbone of the modern media ecosystem. This emergence is not just about scale, but about enabling a high-capacity, analytics-led environment where content delivery, broadband, and mobility seamlessly intersect.

At the infrastructure level, investments in R&D and smart Wi-Fi innovation further reinforce India's ambition to lead in connected home ecosystems. However, as networks become more complex, the need for technical discipline intensifies. Our Dish Doctor on signal leakage highlights how maintaining RF integrity is fundamental to sustaining performance in an increasingly spectrum-sensitive environment.

Coupled with shifts in satellite dependencies and regulatory oversight, the industry is clearly recalibrating itself through a lens of efficiency, accountability, and data precision. The future will belong to players who can effectively combine scale with analytics, and infrastructure with insight.

.

(Manoj Kumar Madhavan)

भारत का मीडिया और कनेक्टिविटी इकोसिस्टम एक निर्णायक रूप से डेटा आधारित दौर में प्रवेश कर रहा है, जहां एनालिटिक्स, पैमाना और इंफ्रास्ट्रक्चर मिलकर इस उद्योग के भविष्य को नया आकार दे रहे हैं। जैसे-जैसे टेलीविजन लगभग 200 मिलियन घरों तक पहुंच रहा है, असली कहानी सतह के नीचे छुपी हुई है-कि कैसे दर्शकों का मापन, उपभोग एनालिटिक्स और प्लेटफॉर्म इंटेलिजेंस, प्रसारण और डिजिटल वीडियो दोनों क्षेत्रों में मूल्य निर्माण को फिर से परिभाषित कर रहे हैं।

राजस्व पूल का फिर से फ्री टीवी और कनेक्टेड टीवी की ओर जाना, एक गहरे बदलाव को दिखाता है। यह बदलाव दर्शकों के बारीक डेटा और टारगेटेड विज्ञापन से संभव हुआ है। जैसे-जैसे भारत की डिजिटल इकॉनमी 20 बिलियन डॉलर के आंकड़े की ओर बढ़ रही है, अलग-अलग स्क्रीन पर दर्शकों को मापना, उन्हें अलग-अलग गुपों में बांटना और उनसे कमाई करना, रणनीतिक फैसले लेने का मुख्य आधार बनता जा रहा है। फिर भी, जैसकि कनेक्टेड टीवी पर हमारी रिपोर्ट बताती है, मापने तरीकों पर भरोसा अभी पूरी तरह से बन नहीं पाया है। बदलते स्टैंडर्ड और अलग-अलग बेंचमार्क, विज्ञापन देने वालों की सोच को प्रभावित कर रहे हैं।

इसके साथ ही भारती एयरटेल का दुनिया का दूसरे सबसे बड़े टेलीकॉम ऑपरेटर के रूप में उभरना, भारत की वैश्विक स्थिति के लिए एक अहम मोड़ है। डेटा की खपत, नेटवर्क के विस्तार और डिजिटल सेवाओं के एकीकरण से प्रेरित एयरटेल की यह बढ़त, आधुनिक मीडिया के इकोसिस्टम की रीढ़ के तौर पर टेलीकॉम नेटवर्क की अहाम भूमिका को रेखांकित करती है। यह विकास केवल पैमाने के बारे में ही नहीं है, बल्कि एक उच्च क्षमता वाले, विश्लेषण आधारित वातावरण को सक्षम बनाने के बारे में है, जहां कंटेंट डिलिवरी, ब्रॉडबैंड और मोबिलिटी निर्बाध रूप से परस्पर जुड़ते हैं।

बुनियादी ढ़ांचे के स्तर पर, आरएंडडी और स्मार्ट वाई-फाई इनोवेशन में निवेश, कनेक्टेड होम इकोसिस्टम में नेतृत्व करने की भारत की महत्वाकांक्षा को और मजबूत करता है। हालांकि जैसे-जैसे नेटवर्क और जटिल होते जा रहे हैं, तकनीकी अनुशासन की जरूरत भी बढ़ती जा रही है। सिग्नल लीकेज पर हमारा 'डिश डॉक्टर' यह बताता है कि स्पेक्ट्रम के प्रति बढ़ती संवेदनशीलता वाले माहौल में, प्रदर्शन को बनाये रखने के लिए आरएफ एकीकरण को बनाये रखना कितना जरूरी है।

सैटेलाइट पर निर्भरता और रेगुलेटरी निगरानी में बदलाव के साथ-साथ यह उद्योग अब साफ तौर पर खुद को कुशलता, जवाबदेही और डेटा की सटीकता के नजरिए से फिर से व्यवस्थित कर रही है। भविष्य उन खिलाड़ियों का होगा जो पैमाने को एनालिटिक्स के साथ और इंफ्रास्ट्रक्चर को अंतदृष्टि के साथ प्रभावी ढंग से जोड़ सकेंगे।

(Manoj Kumar Madhavan)