



EDITOR'S SCATVIEW

Manoj Kumar Madhavan

As India's media, broadcast and connectivity ecosystems continue to converge, 2026 emerges as a defining year; less about experimentation and more about execution. The industry is no longer debating if transformation is needed, but how fast it can adapt to a future shaped by intelligent networks, cloud-native operations and evolving consumption habits.

Connectivity has become the industry's true differentiator. IP-based workflows, 5G rollouts, fibre densification and satellite integration are reshaping content creation, distribution and monetisation. Broadband networks, once viewed merely as access pipes, are evolving into smart, integrated platforms that fuse fibre, wireless, broadcast and cloud. This convergence is redefining not just delivery, but the very economics of media.

At the same time, leadership changes across broadcasting in 2025 have signalled strategic resets. Boardroom reshuffles reflect an industry recalibrating for scale, profitability and regulatory uncertainty. For legacy platforms like DTH, survival increasingly depends on IPTV-led bundling strategies, efforts aimed at boosting ARPU and slowing churn, even as structural challenges persist.

Regulatory questions continue to loom large. From the unresolved debates around television ratings reform to the evolving stance of industry bodies, policy clarity remains critical at a time when business models are under pressure. Meanwhile, broadcaster-owned OTT platforms are entering a year of financial reckoning in FY26, where growth without profitability is no longer a viable narrative.

Yet, opportunity remains abundant. Regional expansion moves, such as Kerala Vision's foray into West Bengal, highlight the growing importance of last-mile control and local empowerment. On the content front, platforms like Prime Video India are doubling down on Originals, genre experimentation and audience-led storytelling, even as streaming rewrites India's media playbook.

As 2026 unfolds, success will hinge on strategic convergence of networks, platforms, leadership and vision. The connected future is already here; the challenge now is navigating it with clarity, agility and purpose.

(Manoj Kumar Madhavan)

जैसे-जैसे भारत के मीडिया, बॉडकास्ट और कनेक्टिविटी इकोसिस्टम एक साथ आ रहे हैं, 2026 एक निर्णायक साल के रूप में उभर रहा है जिसमें परीक्षण कम और काम ज्यादा हो रहा है। उद्योग अब इस बात पर बहस नहीं कर रही है कि बदलाव की जरूरत है या नहीं, बल्कि इस बात पर कि वह इंटीलेजेंट नेटवर्क, क्लाउड नेटिव ऑपरेशंस और बदलती खपत आदतों से बने भविष्य के हिसाब से कितनी तेजी से खुद को ढाल सकती है।

कनेक्टिविटी, उद्योग का असली विभेदक बन गया है। आईपी आधारित वर्क-फ्लो, 5जी रोल आउट, फाइबर सघनीकरण और सैटेलाइट एकीकरण कंटेंट क्रिएशन, वितरण और मोनेटाइजेशन को नया आकार दे रहे हैं। ब्रॉडबैंड नेटवर्क, जिन्हें कभी सिर्फ एक्सेस पाइप के तौर पर देखा जाता था, अब स्मार्ट, एकीकृत प्लेटफॉर्म में बदल रहे हैं जो फाइबर, वायरलेस, प्रसारण और क्लाउड को मिलाते हैं। यह कन्वर्जेंस न सिर्फ डिलीवरी, बल्कि पूरी इकोनॉमिक्स को फिर से परिभाषित कर रहा है।

साथ ही, 2025 में प्रसारण में लीडरशिप में बदलाव ने रणनीति रीसेट का संकेत दिया है। बोर्डरूम में फेरबदल एक ऐसे उद्योग को दिखाता है जो स्केल, लाभदायकता और नियामक अनिश्चितता के लिए खुद को रीकैलिब्रेट कर रही है। डीटीएच जैसे पुराने प्लेटफॉर्म के लिए सर्वाइवल तेजी से आईपीटीवी आधारित बंडलिंग रणनीति, एआरपीयू बढ़ाने और टर्नओवर को धीमा करने के प्रयासों पर निर्भर करता है, भले ही स्ट्रक्चरल चुनौतियां बनी रहें।

नियामक सवाल अभी भी बड़े बने हुए हैं। टेलीविजन रेटिंग सुधार को लेकर अनसुलझी बहसों से लेकर उद्योग निकायों के बदलते रुख तक, ऐसे समय में जब बिजनेस मॉडल दबाव में हैं, नीति में स्पष्टता बहुत जरूरी है। इस बीच प्रसारक के मालिकाना हक वाले ओटीटी प्लेटफॉर्म एफवाई 26 में वाणिज्यिक हिसाब-किताब के साल में प्रवेश कर रहे हैं, जहां लाभ के बिना विकास अब कोई काम की बात नहीं रही।

फिर भी, अवसर बहुत ज्यादा हैं। क्षेत्रीय विस्तार के कदम, जैसे केरल विजन का पश्चिम बंगाल में कदम रखना, लास्ट माइल कंट्रोल और स्थानीय सशक्तिकरण के बढ़ते महत्व का उजागर करते हैं। कंटेंट के मामले में, प्राइम वीडियो इंडिया जैसे प्लेटफॉर्म ओरिजनल्स, जानर अनुभव, ऑडियंस-लेड-स्टोरीटेलिंग पर ज्यादा ध्यान दे रहे हैं, जबकि स्ट्रीमिंग भारत के मीडिया प्लेबुक को फिर से लिख रही है।

जैसे-जैसे 2026 आगे बढ़ेगा, सफलता नेटवर्क, प्लेटफॉर्म, लीडरशिप और विजन के रणनीतिक तालमेल पर निर्भर करेगी। कनेक्टेड भविष्य पहले ही आ चुका है, अब चुनौती इसे स्पष्टता, फुर्ती और मकसद के साथ आगे बढ़ाना है।

(Manoj Kumar Madhavan)