



AMAZON'S ENTRY INTO MOVIE PRODUCTION

Amazon Prime Video made a foray into Hindi film production after its entry into South. Amazon is co-producing Hindi movie Ram Setu with Cape of Good Films, Abundantia Entertainment and Lyca Productions

The movie is directed by Abhishek Sharma and is an action-adventure drama that brings forward a story deeply rooted in Indian cultural and historical heritage. Akshay Kumar, Jacqueline Fernandes and Nushratt Bharuccha are the lead stars.

Vijay Subramaniam, Director and Head, Content, Amazon Prime Video India, said, "At Amazon Prime Video, every decision we take is from a customer-first perspective. Stories that are entrenched in Indian soil have often found an audience not only in India but across the world, and we are delighted to further take a step into co-producing by collaborating with a film that highlights our Indian heritage. Our collaboration with Vikram Malhotra and Abundantia Entertainment as well as with Akshay Kumar to date has been unique and highly successful; and with this step, we move into the direction of further deepening and strengthening our association. With an exemplary cast and a story that is unique yet steeped in history, we look forward to continuing to entertain our customers the world over."

मूवी निर्माण के क्षेत्र में अमेज़न का प्रवेश

अमेज़न प्राइम वीडियो ने दक्षिण में प्रवेश करने के बाद हिंदी फिल्म निर्माण में कदम रखा है। अमेज़न हिंदी फिल्म राम सेतु का निर्माण केप ऑफ गुड्स फिल्मस, अबुंडेंटिया एंटरटेनमेंट और लाइका प्रोडक्शन के साथ कर रहा है।

फिल्म अभिषेक शर्मा द्वारा निर्देशित है और यह एक एक्सन एडवेंचर ड्रामा है जो भारतीय सांस्कृतिक और ऐतिहासिक विरासत में गहराई से निहित एक कहानी को आगे लाता है। अक्षय कुमार, जैकलीन फर्नांडिस और नुसरत भरूचा मुख्य सितारे हैं।

अमेज़न प्राइम वीडियो इंडिया के कंटेंट हेड व निदेशक विजय सुब्रमणियम ने कहा कि अमेज़न प्राइम वीडियो में हमारे द्वारा लिया गया हर फैसला ग्राहक पहले दृष्टिकोण से होता है। भारतीय मिट्टी में उलझी कहानियों को अक्सर न केवल भारत में बल्कि दुनिया भर में दर्शक मिला और हम एक ऐसी फिल्म के साथ सहयोग करके कदम बढ़ाकर खुश हैं जो हमारे भारतीय विरासत को उजागर करती है। विक्रम मल्होत्रा व अबुंडेंटिया एंटरटेनमेंट के साथ-साथ अक्षय कुमार के साथ हमारा सहयोग अब तक अद्वितीय व सफल रहा है और इस कदम के साथ हम अपने सहयोग को और गहरा व मजबूत बनाने की दिशा में आगे बढ़ रहे हैं। एक अनुकरणीय कलाकारों और एक कहानी के साथ जो इतिहास में अभी भी अद्वितीय है हम दुनिया के ऊपर अपने मनोरंजन के लिए निरंतर प्रयास कर रहे हैं।





Amazon Prime Video will stream the movie globally after its theatrical release.

VOOT SELECT HAS 1 MILLION PAID SUBSCRIBERS

Viacom18's SVoD offering Voot Select acquired 1 million paid subscribers since its launch. It is the first Indian OTT platform to bag one million paid subscribers in less than a year of launch.

Digital-first strategies like 24 hours before television windowing of network content, high decibel immersive experiences, International content and multi-award-winning originals have all been growth drivers for the platform, claimed Voot Select.

Gourav Rakshit, Chief Operating Officer, Viacom18 Digital Ventures, said, "We launched VOOT Select to engage and entertain audiences in India, with the most compelling stories from across the world. Despite being a recent entrant in a in the crowded subscription industry, we're thrilled to have made a mark, being the fastest to a million subscribers and delighting audiences on the back of our unique and innovative approach. Now that we have gotten a better sense of what they loved (and some of the stuff they didn't), we're excited to bring an even bigger and better entertainment extravaganza to their screens in 2021."

Ferzad Palia, Head – Voot Select & International Business, Viacom18, added, "It has been a phenomenal year for Voot Select. We have, ahead of our estimates, made the fastest run to a million active paying direct to consumer subscribers in the category in less than a year of launch. Our success story through the year has been scripted on the back of a digital first strategy that keeps consumers at its core as well as a multi genre slate of originals and international content experiences. With our upcoming slate of content and partnerships, we aim to build our leadership position as we continue to entertain our members. We have had a fantastic start to this journey and will continue to invest in quality content and enhanced

अमेज़न प्राइम वीडियो थियेटर में रिलीज के बाद विश्वस्तर पर फिल्म को स्ट्रीम करेगा।

वूट सिलेक्ट के पास 1 मिलियन पेड सब्सक्राइबर

वायकॉम 18 की एसवीओडी पेशकश वूट सिलेक्ट ने अपने लॉन्च के बाद से 1 मिलियन पेड ग्राहकों का अधिग्रहण किया है। यह लॉन्च होने के बाद से 1 मिलियन पेड ग्राहकों को पाने वाला पहला भारतीय ओटीटी प्लेटफॉर्म है। वूट सिलेक्ट का दावा है कि नेटवर्क कंटेंट की टेलीविजन विंडोईंग, हाई डेसिबल इमर्सिव एक्सपीरियंस, अंतरराष्ट्रीय कंटेंट और मल्टी अवार्ड विनिंग ऑरिजिनल्स जैसे डिजिटल फर्स्ट रणनीति सभी विकास के लिए सहायक रहे हैं।

वायकॉम 18 डिजिटल वेंचर्स के मुख्य संचालन अधिकारी गौरव रक्षित ने कहा कि 'हमारे दुनिया भर में सबसे सम्मोहन कहानियों के साथ भारत में दर्शकों को शामिल करना और उनका मनोरंजन करने के लिए वूट सिलेक्ट को लॉन्च किया है।

भीड़भाड़ वाले सब्सक्रिप्शन उद्योग में हाल में प्रवेश करने के बावजूद हम एक विशिष्ट ग्राहक आधार बनाकर रोमांचित हैं, सबसे तेज एक लाख ग्राहक प्राप्त करना, और हमारे अद्वितीय व अभिनव दृष्टिकोण से दर्शकों को प्रसन्न करना।

अब हमें पता चल गया है कि वे हमें क्यों प्यार करते हैं (और कुछ ऐसा जो कि उन्होंने नहीं किया), हम 2021 में उनकी स्क्रीन पर एक बड़ा और बेहतर मनोरंजन हंगामा करने के लिए उत्साहित हैं।

वायकॉम 18 के वूट सिलेक्ट व अंतरराष्ट्रीय व्यवसाय के प्रमुख फिज्जाद पलिया ने कहा कि 'वूट सिलेक्ट के लिए यह अभूतपूर्व वर्ष रहा है। हम अपने अनुमानों से आगे हैं और लॉन्च के एक साल से कम समय में श्रेणी में उपभोक्ता ग्राहकों को प्रत्यक्ष रूप से सक्रिय भुगतान करने वाले ग्राहकों के रूप में एक मिलियन की सबसे तेज दौड़ लगाई। वर्ष के दौरान हमारी सफलता की कहानी एक डिजिटल पहली रणनीति के आलोक में लिखी गयी है जो उपभोक्ताओं को मूल और अंतरराष्ट्रीय सामग्री के अनुभव के साथ-साथ विभिन्न भाषाई श्रेणी पर ख़तरा है। सामग्री व साझेदारी की हमारे आगामी स्लेट के साथ हम अपने नेतृत्व स्थिति का निर्माण करना चाहते हैं क्योंकि हम अपने सदस्यों का मनोरंजन करना जारी रखेंगे। हमने इस यात्रा की शानदार





product experience driving Select towards new echelons of growth.”

ELON MUSK'S INTERNET SERVICE STARLINK INDIA VENTURE

Elon Musk's satellite-based internet service Starlink is ready for an India venture and is available at \$99, or roughly Rs 7,200. Users can check the availability of the services in their area through Starlink's website.

The Starlink service is operated by Musk's aerospace company SpaceX. In India the service will be available in 2022 in the metro cities and later in the rural areas also. The internet service will be available through satellites that SpaceX will launch in orbit. It is currently in the beta-testing phase.

In the beta phase Starlink offers speeds between 50- 150 Mbps and will be doubled to 300 Mbps by the end of 2021.

The Starlink satellites beam down internet to Earth from positions that are more than 60 times closer than traditional satellites, leading to low latency period. As its unbounded by traditional ground infrastructure, Starlink can deliver high-speed broadband internet to locations where access has been unreliable or completely unavailable, claims Starlink.

The service will be released and will be available depending on various regulatory approvals.

GOVT DISCUSSES NEW IT LAWS

Prakash Javadekar discussed with OTT players and media houses on the proposed new laws and the responsibilities they need to follow as a digital publisher. These include adherence to the Code of Ethics such as the norms of journalistic conduct framed by the Press Council of India and the Programme Code under the Cable Television Network Act.

शुरूआत की है और गुणवत्तापूर्ण सामग्री व उन्नत उत्पाद अनुभव ड्राइविंग में निवेश करना जारी रखेंगे।

एलोन मस्क की इंटरनेट सेवा स्टारलिनक का भारतीय उपक्रम

एलोन मस्क की सैटेलाइट आधारित इंटरनेट सेवा स्टारलिनक भारत के उद्यम के लिए तैयार है और 99 डॉलर या मोटे तौर पर 7200 रुपये में उपलब्ध है। उपयोगकर्ता स्टारलिनक की वेबसाइट के माध्यम से अपने क्षेत्र में सेवा की उपलब्धता की जांच कर सकते हैं। स्टारलिनक सेवा एलोन मस्क की एयरोस्पेस कंपनी स्पेसएक्स द्वारा संचालित है। भारत में यह सेवा 2022 में मेट्रो शहरों और बाद में ग्रामीण क्षेत्रों में भी उपलब्ध होगी। इंटरनेट सेवा सैटेलाइट के माध्यम से उपलब्ध होगी जिसे कि स्पेसएक्स कक्षा में लॉन्च करेगी। यह अभी बीटा टेस्टिंग के चरण में है।

बीटा चरण में स्टारलिनक 50-150 एमबीपीएस के बीच स्पीड प्रदान करेगा और 2021 के अंत तक यह दोगुना होकर 300 एमबीपीएस हो जायेगा।

स्टारलिनक के सैटेलाइट पृथ्वी से ऐसी स्थिति से इंटरनेट को बीम करते हैं जो पारंपरिक सैटेलाइटों की तुलना में 60 गुना करीब है जिससे लेटेंसी अवधि कम लगती है। स्टारलिनक का दावा है कि पारंपरिक ग्राउंड इन्फ्रास्ट्रक्चर द्वारा इसकी अनुपलब्धता के कारण स्टारलिनक उन स्थानों पर हाई स्पीड बॉडबैंड इंटरनेट को पहुंचा सकता है जहां पहुंच अविश्वनीय या पूरी तरह से अनुपलब्ध रही है।

सेवा जारी की जायेगी और विभिन्न विनियामक अनुमोदन के आधार पर उपलब्ध होगी।

नये आईटी कानून पर सरकार द्वारा चर्चा

श्री प्रकाश जावड़ेकर ने प्रस्तावित नये कानूनों और एक डिजिटल प्रकाशक के रूप में पालन करने के लिए जिम्मेदारियों पर ओटीटी प्लेटफार्मों व मीडिया हाउस के साथ चर्चा की। इनमें आचार संहिता का पालन करना शामिल है जैसा केवल टेलीविजन नेटवर्क अधिनियम के तहत प्रेस काउंसिल ऑफ इंडिया और प्रोग्राम कोड द्वारा तैयार किये गये पत्रकारिता आचरण के मानदंड।





The rules envisage a three-tier grievance redressal mechanism, of which the first and second tier would be of the digital news publishers and the self-regulatory bodies constituted by them. The digital news publishers would be required to furnish some basic information to the Ministry in a simple form, which is being finalised. Periodically they would be required to place in the public domain the grievance redressal undertaken by them.

Print media and TV channels have digital versions whose content is almost the same as that on the traditional platforms. However, there is content that appears exclusively on the digital platforms. So, the rules seek to cover the news on digital media to bring them on a par with traditional media.

The Government would take note of the suggestions and continue with the consultative process for the overall growth of the media industry.

AMAZON OFFERS APOLOGY

Amazon Prime Video generated a huge controversy through its web series Tandav has issued apology and regrets that viewers found certain scenes objectionable

“Amazon Prime Video again deeply regrets that viewers considered certain scenes to be objectionable in the recently launched fictional series Tandav. This was never our intention, and the scenes that were objected to were removed or edited when they were brought to our attention.

We respect our viewers’ diverse beliefs and apologise unconditionally to anyone who felt hurt by these scenes,” said the platform.

“Our teams follow company content evaluation processes, which we acknowledge need to be



PRAKASH JAVADEKAR

नियम तीन स्तरीय शिकायत निवारण तंत्र की परिकल्पना करते हैं जिसमें से पहला व दूसरा स्तर डिजिटल समाचार प्रकाशकों और उनके द्वारा गठित स्व नियामक निकायों का होगा। डिजिटल समाचार प्रकाशकों को सरल रूप में मंत्रालय को कुछ बुनियादी जानकारी प्रस्तुत करने की आवश्यकता होगी, जिसे अंतिम रूप दिया जा रहा है। समय-समय पर उनके द्वारा किये गये शिकायत निवारण तंत्र को सार्वजनिक डोमेन पर रखना आवश्यक होगा।

प्रिंट मीडिया व टीवी चैनलों के डिजिटल संस्करण हैं जिनकी सामग्री पारंपरिक प्लेटफॉर्म पर लगभग समान है। हालांकि ऐसी सामग्री है जो विशेष रूप से डिजिटल प्लेटफॉर्म पर दिखाई देती है। इसलिए नियम पारंपरिक मीडिया के साथ सममूल्य पर लाने के लिए डिजिटल मीडिया पर समाचार को कवर करने

की मांग करते हैं।

मीडिया उद्योग के समग्र विकास के लिए सरकार सुझावों पर ध्यान देगी और परामर्श प्रक्रिया जारी रखेगी।

अमेज़न ने माफी की मांग की

अमेज़न प्राइम वीडियो ने अपनी वेब श्रृंखला तांडव के माध्यम से एक बड़ा विवाद खड़ा किया था अब उसने माफीनामा जारी किया है

और खेद व्यक्त किया कि दर्शकों ने कुछ दृश्यों को आपत्तिजनक पाया।

प्लेटफॉर्म ने बताया कि ‘अमेज़न प्राइम वीडियो को फिर से गहरा अफसोस है कि दर्शकों ने हाल में शुरू की गयी काल्पनिक श्रृंखला तांडव में कुछ दृश्यों को आपत्तिजनक पाया है। यह हमारा उद्देश्य कभी नहीं था और जिन दृश्यों पर आपत्ति जताई गयी थी, उन्हें हटा दिया गया है या संपादित कर दिया

गया है जब हमारा ध्यान इसके ओर आकर्षित किया गया। हम अपने दर्शकों के विविध मान्यताओं का सामान्य करते हैं और इन दृश्यों से आहत किसी व्यक्ति से बिना शर्त माफी मांगते हैं।

इसने यह भी बताया कि ‘हमारी टीम कंपनी की सामग्री मूल्यांकन प्रक्रियाओं का पालन करती है जिसे हम स्वीकार करते हैं कि हमारे दर्श





constantly updated to better serve our audiences. We will continue to develop entertaining content with partners, while complying with the laws of India and respecting the diversity of culture and beliefs of our audiences,” it added.

The Supreme Court had granted interim protection from arrest to Amazon Prime Video's Head of India Originals Aparna Purohit. Later she was also granted bail.

JIO LEADS IN WIRED BROADBAND

Jio has bagged 1.8 lakh new wired broadband subscribers in January 2021.

The growth of home broadband users in India continues as it gains 3.8 lakh (0.38 million) subscribers in January 2021 to reach a base of 22.67 million. Jio leads in subscriber addition with 1.8 lakh new users and currently have 2.25 million subscribers overall.

Airtel has also expanded its subscriber base adding 90,000 (0.09 million) subscribers in the month to reach 2.90 million base while BSNL has again lost subscribers, down to 7.69 million subscribers.

Two other leading private players – Atria Convergence Limited (ACT) and Hathway – have also gained 20,000 and 10,000 new subscribers respectively.

The wired broadband segment in 2020 added 31.5 lakh new subscribers to reach an overall 22.29 million subscribers in December 2020. ■



कों को बेहतर सेवा देने के लिए लगातार अपडेट रहने की आवश्यकता है। हम भारत के कानूनों का अनुपालन करते हुए अपने दर्शकों की संस्कृति और विश्वास की विविधता का सम्मान करते हुए भागीदारों के साथ मनोरंजक सामग्री विकसित करना जारी रखेंगे।

सुप्रीम कोर्ट ने अमेजन प्राइम वीडियो के हेड ऑफ इंडिया ओरिजनल्स अपर्णा पुरोहित को गिरफ्तारी से अंतरिम संरक्षण दिया था। बाद में उन्हें जमानत दे दी गयी।

वायर्ड ब्रॉडबैंड में जियो का वर्चस्व कायम

जियो ने जनवरी 2021 में 1.8 लाख वायर्ड ब्रॉडबैंड ग्राहक हासिल किये।

भारत में घरेलू ब्रॉडबैंड यूजर्स का विकास जारी है क्योंकि जनवरी 2021 में इसे 3.8 लाख (0.38 मिलियन) सब्सक्राइवर प्राप्त हुए जिसके चलते इसका सब्सक्राइवर आधार बढ़कर 22.67 मिलियन के स्तर पर पहुंच गया। जियो ने 1.8 लाख नये उपयोगकर्ताओं के साथ इस वर्ग में नेतृत्व को बनाये रखा और मौजूदा में इसके 2.25 मिलियन ग्राहक हैं। एयरटेल ने भी अपने सब्सक्राइवर आधार का विस्तार करते हुए 90000 उपभोक्ताओं को शामिल करते हुए अपना उपभोक्ता आधार 2.90 मिलियन तक पहुंचा दिया, जबकि वीएसएनएल ने फिर से

सब्सक्राइवर खो दिये, जो घटकर 7.69 मिलियन सब्सक्राइवर हो गया। दो अन्य प्रमुख निजी कंपनियां-अटरिया कर्नर्जंस लिमिटेड (एसीटी) और हैथवे ने भी क्रमशः 20,000 व 10,000 नये ग्राहक प्राप्त किये।

2020 में वायर्ड ब्रॉडबैंड सेगमेंट ने दिसंबर 2020 में कुल 22.29 मिलियन ग्राहकों तक पहुंचने के लिए 31.5 लाख नये ग्राहक जोड़े। ■

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



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

ADVERTISE NOW!

Contact: Mob.: +91-7021850198 Email: scat.sales@nm-india.com