

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।

THE FUTURE IS DIGITAL

Government Policy Oriented To Incentivising
Digital Usage.

UPBEAT IBEF FORECAST FOR MEDIA AND ENTERTAINMENT INDUSTRY 2024/25

India Brand Equity Foundation (IBEF) is a Trust established by the Department of Commerce, Ministry of Commerce and Industry, Government of India. IBEF's primary objective is "to promote and create international awareness of the Made in India label in overseas markets and facilitate disseminating knowledge of Indian products and services."

It has set up a website- www.ibef.org to act as a knowledge centre for global investors, international policymakers and world media seeking updated, accurate and comprehensive information on the Indian Economy, states, and sectors. **IBEF** regularly tracks government announcements in policy, foreign investment, macroeconomic indicators, and business trends.

The latest updated Media Industry report for June 2021, released in late August 2021, estimates that the Indian Media and Entertainment industry is projected to increase at a CAGR of 13.5% from 2019 to 2024 and is estimated to reach US\$ 43.93 billion by 2024.

A. KEY HIGHLIGHTS OF IBEF REPORT

- ◆ According to a **FICCI-EY report**, the Advertising to GDP ratio is expected to reach **0.4%** by **2025** from **0.38%** in **2019**.
- ◆ According to the **EY report**, the Indian Media and Entertainment (M&E) sector stood at **Rs. 1.38 trillion**

डिजिटल ही भविष्य है

डिजिटल उपयोग को प्रोत्साहित करने के लिए
उत्सुक सरकार की नीति

मीडिया और मनोरंजन उद्योग के लिए उत्साहित आईबीईएफ पूर्वानुमान 2024/25

इंडिया ब्रांड इक्विटी फाउंडेशन (आईबीईएफ) वाणिज्य विभाग, वाणिज्य और उद्योग मंत्रालय, भारत सरकार द्वारा स्थापित एक ट्रस्ट है। आईबीईएफ का प्राथमिक उद्देश्य 'विदेशी बाजारों में मेड इन इंडिया लेबल के बारे में अंतरराष्ट्रीय जागरूकता को बढ़ावा देना और पैदा करना और भारतीय उत्पादों व सेवाओं के ज्ञान का प्रसार की सुविधा प्रदान करना है।' इसने वैश्विक निवेशकों, अंतरराष्ट्रीय नीति निर्माताओं और विश्व मीडिया के लिए भारतीय अर्थव्यवस्था, राज्यों और क्षेत्रों पर अद्यतन, सटीक और व्यापक जानकारी प्राप्त करने के लिए एक ज्ञान केंद्र के रूप में कार्य करने के लिए एक वेबसाइट www.ibef.org की भी शुरुआत की

है। **आईबीईएफ** नियमित रूप से नीति, विदेशी निवेश, मैक्रोइकॉनॉमिक संकेतकों और व्यवसायिक रुझानों में सरकारी घोषणाओं को ट्रैक करता है।

अगस्त 2021 के अंत में जारी जून 2021 के लिए नवीनतम अपडेटेड मीडिया उद्योग रिपोर्ट का अनुमान है कि भारतीय मीडिया और मनोरंजन उद्योग 2019 से 2024 तक 13.5% की सीएजीआर से बढ़ने का अनुमान है और इसके 2024 तक 43.93 बिलियन डॉलर तक पहुंचने का अनुमान है।

ए. आईबीईएफ रिपोर्ट की प्रमुख विशेषता

- ◆ **फिक्की-ईवाई की रिपोर्ट** के अनुसार जीडीपी अनुपात के लिए विज्ञापन 2019 में **0.38%** से **2025 तक 0.4%** तक पहुंचने की उम्मीद है।
- ◆ **ईवाई की रिपोर्ट** के अनुसार भारतीय मीडिया और मनोरंजन (एमएंडई) क्षेत्र **2020 में 1.38 ट्रिलियन रुपये (यूएस 18 बिलियन डॉलर)** था और **2021 में 1.79 ट्रिलियन रुपये**



INDIA BRAND EQUITY FOUNDATION

(~ US\$ 18 billion) in 2020 and is estimated to grow to Rs. 1.79 trillion (~ US\$ 24 billion) in 2021. Further, it is projected to grow to Rs. 2.23 trillion (~ US\$ 29 billion) by 2023, due to the acceleration of *digital adoption among users across geographies*.

- ◆ The market is projected to increase at a CAGR of 17% between 2020 and 2023.
- ◆ In FY20, *digital and online added revenue* stood at Rs. 26 billion in the M & M&E sector. Their contribution to the sector increased to 23% in 2020 from 16% in 2019.
- ◆ *Within the M&E sector, the Animation, Visual Effects, Gaming and Comic (AVGC) sector is growing at a rate of ~29%, while the Audio-visual industry and services are rising at the rate of ~25%; is recognised as one of the champion sectors by the Government of India.*
- ◆ Advertising revenue in India is projected to reach Rs. 915 billion (US\$ 12.98 billion) in 2023, from Rs. 596 billion (US\$ 8.46 billion) in 2020.
- ◆ India's subscription revenue is projected to reach Rs. 940 billion (US\$ 13.34 billion) in 2023, from Rs. 631 billion (US\$ 8.95 billion) in 2020.
- ◆ According to the 'India: Online Video Trends and Omdia Consumer Research Highlights' Report published by Omdia (published in 2021), the Indian SVOD market, with OTT video subscriptions, reached ~62 million in 2020 from ~32 million in 2019.
- ◆ *Key growth drivers included rising demand for content among users and affordable subscription packages.*
- ◆ The Indian gaming industry stood at US\$ 930 million in 2020 and is expected to reach US\$ 3.8 billion by 2024. The online gaming market in India is projected to reach Rs. 155 billion (US\$ 2.12 billion) by 2023, from Rs. 76 billion (US\$ 1.08 billion) in 2020 due to a rapid increase in consumption.
- ◆ The Music Industry is expected to reach Rs. 23 billion (US\$ 330 million) by 2023, from Rs. 15 billion (US\$ 210 million) in 2020 at a CAGR of 15% between 2020 and 2023.
- ◆ Growth of the music sector is attributable to the trend of platforms such as YouTube that continue to offer recent and video content-linked music for free, which is expected to drive the paid OTT music sector to reach

- (यूएस 24 बिलियन) तक बढ़ने का अनुमान है। इसका अलावा, यह भौगोलिक क्षेत्रों में उपयोगकर्ताओं के बीच डिजिटल अपनाने की तेजी के कारण 2023 तक 2.23 ट्रिलियन रुपये (यूएस 29 बिलियन डॉलर) तक बढ़ने का अनुमान है।
- ◆ 2020 और 2023 के बीच बाजार के 17% सीएजीआर से बढ़ने का अनुमान है।
- ◆ एफवाई 20 में एम एंड एमएंडई क्षेत्र में डिजिटल और ऑनलाइन से प्राप्त अतिरिक्त राजस्व 26 अरब रुपये रहा। इस क्षेत्र में उनका योगदान 2019 में 16% से 2020 में बढ़कर 23% हो गया।
- ◆ एमएंडई क्षेत्र के भीतर एनिमेशन, विजुअल इफेक्ट्स, गेमिंग और कॉमिक (एवीजीएस) क्षेत्र 29% की दर से बढ़ रहा है, जबकि ऑडियो-विजुअल उद्योग और सेवाएँ 25% की दर से बढ़ रही हैं और यह भारत सरकार द्वारा चैंपियन क्षेत्रों में से एक के रूप में मान्यता प्राप्त है।
- ◆ भारत में विज्ञापन राजस्व 2023 में 915 बिलियन रुपये (12.98 बिलियन अमेरिकी डॉलर) तक पहुंचने का अनुमान है, जो 2020 में 596 बिलियन रुपये (8.46 बिलियन डॉलर) था।
- ◆ भारत का सब्सक्रिप्शन राजस्व 2023 में 940 अरब रुपये (13.34 अरब अमेरिकी डॉलर) तक पहुंचने का अनुमान है जो 2020 में 631 अरब रुपये (8.95 अरब अमेरिकी डॉलर) था।
- ◆ ओमीडिया (2021 में प्रकाशित) द्वारा प्रकाशित 'इंडिया: ऑनलाइन वीडियो ट्रेंड्स एंड ओमीडिया कंज्यूमर रिसर्च हाईलाइट्स' रिपोर्ट के अनुसार भारतीय एस्वीओडी बाजार, ओटीटी वीडियो सब्सक्रिप्शन के साथ 2019 में 32 मिलियन से 2020 में 62 मिलियन तक पहुंच गया।
- ◆ प्रमुख विकास प्रेरकों में उपयोगकर्ताओं के बीच सामग्री की बढ़ती मांग और किफायती सब्सक्रिप्शन पैकेज शामिल हैं।
- ◆ भारतीय गेमिंग उद्योग 2020 में 930 मिलियन अमेरिकी डॉलर था और 2024 तक इसके 3.8 बिलियन अमेरिकी डॉलर तक पहुंचने की उम्मीद है। भारत में ऑनलाइन गेमिंग बाजार 2023 तक 76 अरब रुपये से 155 अरब रुपये (2.12 अरब अमेरिकी डॉलर) तक पहुंचने का अनुमान है, ऐसा खपत में तेजी से बढ़ोतरी के कारण होगा।
- ◆ संगीत उद्योग के 2020 और 2023 के बीच 15% सीएजीआर पर 2020 में 15 बिलियन रुपये (210 मिलियन अमेरिकी डॉलर) से 2023 तक 23 बिलियन रुपये (यूएस 330 मिलियन डॉलर) तक पहुंचने की उम्मीद है।
- ◆ संगीत क्षेत्र का विकास यूट्यूब जैसे प्लेटफॉर्मों की प्रवृत्ति के कारण है जो हाल ही में और वीडियो सामग्री से जुड़े संगीत को मुफ्त में पेश करना जारी रखते हैं, जिससे 2023 तक भुगतान किये गये

~5 million end-users by 2023, generating revenue of ~Rs. 2 billion (US\$ 27 million).

- ◆ *By 2025, the number of connected smart televisions are expected to reach ~40-50 million. 30% of the content viewed on these screens will be gaming, social media, short video, and content items produced exclusively for this audience by television, print and radio brands.*
- ◆ According to the FICCI-EY Media and Entertainment industry survey, *those who watch online videos through bundled packages (online video services bundled with mobile and broadband connections) will account for half of all online video viewers (399 million) in 2023, up from 284 million in 2020.*
- ◆ As of 2020, India registered ~803 million online video viewers, including streaming services and videos on free platforms such as YouTube. Mobile video viewers stood at 356 million in 2020, driven by the rising number of users preferring video content over the last few years.
- ◆ **OTT video services market** (video-on-demand and live) in India is likely to post a CAGR of 29.52% to reach US\$ 5.12 billion by FY26, driven by rapid developments in online platforms and increased demand for quality content among users.

COMMENTS:

The last 18 months of lockdown/unlock and relock have led to challenging market scenarios for the media and entertainment market. The IBEF Report is heavily dependent on the FICCI-EY report. Clearly, the Report is highly optimistic. In view of this writer, the Report tends to ignore or underplays the savage impact of the continuing Lockdown. At the present stage of the Pandemic, while there are voices from the medical World who would like to downgrade it to an Epidemic, there are Government warnings of Phase 3. With a massive vaccination drive, no doubt the impact of Phase 3 may not be so deadly as Phase 1 and Phase 2. At the same time, all bets are off on when the Indian Economy will revive to at least 90% of pre lockdown era. So, some of the forecasts may remain unfilled.

At the same time, this writer finds greater acknowledgement by the Government of the recent trends towards digital and online adoption by the

ओटीटी संगीत क्षेत्र को 5 मिलियन अंतिम उपयोगकर्ताओं तक पहुंचने की उम्मीद है, और इससे 2 बिलियन रुपये (27 मिलियन अमेरिकी डॉलर) का राजस्व प्राप्त होगा।

- ◆ **2025 तक कनेक्टेड स्मार्ट टीवी संख्या 40-50 मिलियन तक पहुंचने की उम्मीद है। इन स्क्रीनों पर देखी जाने वाली सामग्री का 30% गेमिंग, सोशल मीडिया, लघु वीडियो और टेलीविजन, प्रिंट और रेडियो ब्रांडों द्वारा इस दर्शकों के लिए विशेष रूप से निर्मित सामग्री आइटम होगा।**
- ◆ **फिक्की-ईवाईमीडिया और मनोरंजन उद्योग के सर्वेक्षण के अनुसार जो लोग बंडल पैकेज (मोबाइल और ब्रॉडबैंड कनेक्शन के साथ बंडल की गयी ऑनलाइन वीडियो सेवायें) के माध्यम से ऑनलाइन वीडियो देखते हैं, वे 2023 में सभी ऑनलाइन वीडियो दर्शकों (399 मिलियन) का आधा हिस्सा होगा, जो 2020 में 284 मिलियन से अधिक है।**
- ◆ **2020 तक भारत ने 803 मिलियन ऑनलाइन वीडियो दर्शकों को पंजीकृत किया है जिसमें यूट्यूब जैसे मुफ्त प्लेटफॉर्म पर स्ट्रीमिंग सेवायें और वीडियो शामिल हैं। पिछले कुछ वर्षों में वीडियो सामग्री पसंद करने वाले उपयोगकर्ताओं की बढ़ती संख्या के कारण 2020 में मोबाइल वीडियो दर्शकों की संख्या 35.6 करोड़ थी।**
- ◆ **भारत में ओटीटी वीडियो सेवाओं का बाजार (वीडियो ऑन डिमांड और लाइव) वित्तवर्ष 26 तक 29.52% की सीएजीआर पोस्ट करके 5.12 बिलियन अमेरिकी डॉलर तक पहुंचने की संभावना है, जो ऑनलाइन प्लेटफॉर्म में तेजी से विकास और उपयोगकर्ताओं के बीच गुणवत्ता सामग्री की बढ़ती मांग से प्रेरित है।**

टिप्पणियां

पिछले 18 महीनों के लॉकडाउन/अनलॉक और रीलॉक ने मीडिया और मनोरंजन बाजार के लिए चुनौतीपूर्ण बाजार परिदृश्य को जन्म दिया है। आईबीईएफ रिपोर्ट काफी हद तक फिक्की ईवाई रिपोर्ट पर निर्भर है। स्पष्ट रूप से रिपोर्ट अत्यधिक आशावादी है। इस लेखक की नजरों में रिपोर्ट में जारी लॉकडाउन के क्रूर प्रभाव को नजरअंदाज या कम करके आंका गया है। महामारी वर्तमान चरण में हालांकि चिकित्सा जगत से इसे कुछ कम करके डाउनग्रेड करने की आवाज सुनाई दे रही है। हालांकि सरकार लगातार तीसरे चरण की चेतावनी दे रही है। बड़े पैमाने पर टीकाकरण अभियान के साथ इसमें कोई संदेह नहीं है कि चरण 3 का प्रभाव चरण 1 और चरण 2 के रूप में इतना घातक नहीं हो सकता है। हालांकि ये सभी दांव तब तक बेकार साबित हो सकते हैं जबकि भारतीय अर्थव्यवस्था प्री लॉकडाउन युग के कम से कम 90% तक पुर्नजीवित न हो जाये। इसलिए कुछ पूर्वानुमान अधूरे रह सकते हैं।

साथ ही इस लेखक को भारतीय दर्शकों द्वारा डिजिटल और ऑनलाइन अपनाने की दिशा में हाल के रुझानों की

Indian viewer. No doubt Lockdown did mean that families were homebound and began to watch more and more OTT programmes. At the same time, the adoption of mobile-only subscriptions enabled even the rural areas and those living in urban slums to start enjoying the benefits of digital viewing, especially on mobile phones.

This phenomenon will only grow and create new sources of revenue for content creators. At present, these platforms are subscription-based, but there will be more ad-based programming to come. A great example of this is this while Disney Hotstar has approximately 34 million paid subscribers as per a Media Partners Asia recent report on "The Future of India's Online Video Market" is expected to rise to 46 million by the end of 2021, Times MX had approximately 280 million apps installed in 2020. As per the latest Financials for the year ending March 2020, its revenues exceeded Rs. 1625 crores.

B. RECENT DEVELOPMENT/INVESTMENTS IN MEDIA AND ENTERTAINMENT SECTOR AS PER IBEF REPORT

- ◆ **FDI inflows** in the Information and Broadcasting sector (including print media) stood at **US\$ 9.5 billion** between **April 2000** and **March 2021**.
- ◆ In **June 2021**, **Netflix** announced its plan to open its **first live-action post-production** facility in Mumbai. With 40 offline editing rooms used by showrunners, directors, editors, and sound designers, the facility will be fully operational by **June 2022**.
- ◆ In **June 2021**, **Fujifilm India and Insight Print Communications (Insight Group)** joined forces to innovate and expand top-of-the-class solutions for the graphic arts portfolio.
- ◆ In **May 2021**, **Kwalee**, a UK-based game developer, announced to invest funds worth **US\$ 30 million**, over the next five years, in its operations to expand in the Indian market.
- ◆ In **May 2021**, **Mediabrand**s launched **Mediabrand Content Studio (MBCS)** in India. The company integrated its content division with **MBCS India** to cater to clients more efficiently. **MBCS** signed a production partnership with **Vice Media** to strengthen its capabilities and position in India.
- ◆ In **May 2021**, **Amazon India** launched **miniTV**, a new

सरकार द्वारा अधिक स्वीकृति मिलती है। निःसंदेह लॉकडाउन का मतलब यह था कि परिवार अधिक से अधिक घर के भीतर था और वे अधिक से अधिक ओटीटी कार्यक्रम देखने लगे। साथ ही मोबाइल ऑनली सब्सक्रिप्शन को अपनाने से ग्रामीण क्षेत्रों और शहरी झुग्गी-झोपड़ियों में रहने वाले लोगों को भी डिजिटल देखने का लाभ मिलना शुरू हो गया, खासकर मोबाइल फोन पर।

यह परिदृश्य और बढ़ेगी और सामग्री निर्माताओं के लिए राजस्व के नये स्रोत बनायेगी। वर्तमान में, ये प्लेटफॉर्म सब्सक्रिप्शन आधारित हैं, लेकिन आने वाले समय में अधिक विज्ञापन आधारित कार्यक्रम होंगे। इसका एक बड़ा उदाहरण यह है कि डिज्नी हॉटस्टार के लगभग 34 मिलियन सशुल्क ग्राहक हैं, मीडिया पार्टनर्स एशिया की हालिया रिपोर्ट 'द फ्यूचर ऑफ इंडियाज ऑनलाइन वीडियो मार्केट' के अनुसार 2021 के अंत तक 46 मिलियन तक बढ़ने की उम्मीद है। टाइम्स एमएक्स में 2020 में लगभग 280 मिलियन ऐप इंस्टॉल किये गये थे। मार्च 2020 को समाप्त होने वाले वर्ष के लिए नवीनतम वित्तीय के अनुसार इसका राजस्व 1625 करोड़ रुपये से अधिक था।

बी. आईबीईएफ रिपोर्ट के अनुसार मीडिया और मनोरंजन क्षेत्र में हालिया निवेश/विकास

- ◆ सूचना व प्रसारण क्षेत्र (प्रिंट मीडिया सहित) में **एफडीआई प्रवाह अप्रैल 2000** और **मार्च 2021** के बीच **9.5 बिलियन अमेरिकी डॉलर** रहा।
- ◆ **जून 2021** में **नेटफिलक्स** ने मुंबई में अपनी **पहली लाइव एक्शन पोस्ट प्रोडक्शन सुविधा** खोलने की अपनी योजना की घोषणा की। श्रोताओं, निर्देशकों, संपादकों और साउंड डिजाइनरों द्वारा उपयोग किये जाने वाले **40 ऑफलाइन संपादन कक्षों** के साथ यह सुविधा **जून 2022** तक पूरी तरह चालू हो जायेगी।
- ◆ **जून 2021** में **फुजीफिल्म इंडिया** और **इनसाइट प्रिंट कम्युनिकेशन्स (इनसाइट ग्रुप)** ग्राफिक आर्ट पोर्टफोलियो के लिए शीर्ष श्रेणी के समाधानों को नया करने और उसका विस्तार करने के लिए शामिल हुए।
- ◆ **मई 2021** में यूके स्थित गेम डेवलपर **क्वाली** ने भारतीय बाजार में विस्तार करने के लिए अपने परिचालन में अगले पांच वर्षों में **30 मिलियन अमेरिकी डॉलर** के निवेश की घोषणा की है।
- ◆ **मई 2021** में **मीडियाब्रांड्स** ने भारत में **मीडियाब्रांड्स कंटेंट स्टूडियो (एमबीसीएस)** लॉन्च किया। ग्राहकों को अधिक कुशलता से संभालने के लिए कंपनी ने **एमबीसीएस इंडिया** के साथ अपने कंटेंट डिवीजन को एकीकृत किया। **एमबीसीएस** ने भारत में अपनी क्षमताओं और स्थिति को मजबूत करने के लिए **वाइस मीडिया** के साथ एक उत्पादन साझेदारी पर हस्ताक्षर किये।
- * **मई 2021** में **अमेज़न इंडिया** ने देश में अपनी स्थिति को और

video streaming service for its users to further strengthen its position in the country.

- ◆ In May 2021, **HOTOTT Entertainment** announced its plan to launch '**HOTOTT**', a streaming service app, by **mid-June 2021** to expand in the country.
- ◆ In **April 2021**, **Zee Entertainment** signed a deal with **Tokyo Broadcasting System Television (TBS)** in **Japan** to produce diverse content for **India** and **Japan** and the global market.
- ◆ In **April 2021**, **InMobi Exchange** launched **in-game ads** to target premium mobile users with advertisements such as electronic advertisement boards, in-game sports stadiums, e-sports arenas, hyper-casual gaming rooms, etc.

COMMENTS

Almost all the new initiatives in 2021 are focused on digital and online content. The decision of Netflix to open a live-action, post-production facility in Mumbai is significant for two reasons- it gives an opportunity for content creators to collaborate with Netflix to create content with Indian focus but worldwide appeal.

Secondly, Netflix has decided to live with the new Information Technology (Intermediary Guidelines and Digital Media Ethics Code) Rules on 25.02.2021. It will have to tailor its content within the norms of the largely self-regulatory regime introduced by the Government.

This should give some solace to the Government, which has faced opposition from digital media companies, some of whom have filed cases in various courts and have managed to get some parts of the regulation (Rule 9) stayed from the Bombay High Court.

मजबूत करने के लिए अपने उपयोगकर्ताओं के लिए एक नयी वीडियो स्ट्रीमिंग सेवा **मिनी टीवी** लॉन्च की।

- ◆ मई 2021 में **हॉटओटीटी एंटरटेनमेंट** ने देश में विस्तार करने के लिए **जून 2021** के मध्य तक एक स्ट्रीमिंग सेवा ऐप **हॉटओटीटी** लॉन्च करने की अपनी योजना की घोषणा की।
- ◆ **अप्रैल 2021** में **जी एंटरटेनमेंट** ने **जापान** में **टोक्यो ब्रॉडकास्टिंग सिस्टम टेलीविजन (टीबीएस)** के साथ **भारत** व **जापान** और वैश्विक बाजार के लिए विविध सामग्री का उत्पादन करने के लिए एक समझौते पर हस्ताक्षर किये हैं।
- ◆ **अप्रैल 2021** में **इनमोबी एक्सचेंज** ने प्रीमियम मोबाइल उपयोगकर्ताओं को इलेक्ट्रॉनिक विज्ञापन बोर्ड, इन गेम स्पोर्ट्स स्टेडियम, ई-स्पोर्ट्स एरेनास, हाइपर कैजुअल गेमिंग रूम आदि जैसे विज्ञापनों के साथ लक्षित करने के लिए **इन गेम विज्ञापन** लॉन्च किया।

टिप्पणियां

2021 में लगभग सभी नयी पहल डिजिटल और ऑनलाइन सामग्री पर केंद्रित है। नेटफ्लिक्स का मुंबई में लाइव एक्शन, पोस्ट प्रोडक्शन सुविधा खोलने का निर्णय दो कारणों से महत्वपूर्ण है—यह कंटेंट क्रिएटर्स को नेटफ्लिक्स के साथ मिलकर भारतीय फोकस के साथ कंटेंट बनाने का मौका देता है लेकिन दुनिया भर में अपील करता है।

दूसरे नेटफिलक्स ने **25.02.2021** को नयी सूचना प्रौद्योगिकी (मध्यस्थ दिशानिर्देश और डिजिटल मीडिया आचर संहिता) नियमों के साथ रहने का फैसला किया है। इसे सरकार द्वारा शुरू किये गये बड़े पैमाने पर स्व-नियामक शासन के मानदंडों के भीतर सामग्री को तैयार करना होगा।

इसके लिए सरकार की ओर से राहत मिलनी चाहिए, जिसे डिजिटल मीडिया कंपनियों के विरोध का सामना करना पड़ा है, जिनमें से कुछ ने विभिन्न अदालतों में मामला दायर किये हैं और विनियमन के कुछ हिस्सों (नियम 9) को बांबे हाईकोर्ट से रोक पाने में कामयाब रहे हैं।

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

C. GOVERNMENT INITIATIVES AS PER IBF

◆ The **Telecom Regulatory Authority of India (TRAI)** is set to approach the Ministry of Information and Broadcasting, Government of India, with a request to fast track the recommendations on Broadcasting to boost reforms in the broadcasting sector.



Telecom Regulatory Authority of India
(IS/ISO 9001-2008 Certified Organisation)

◆ The Government of India has agreed to set up the **National Centre of Excellence for Animation, Gaming, Visual Effects and Comics industry** in Mumbai. The Indian and Canadian Governments have signed an audio-visual co-production deal to enable producers from both countries to exchange and explore their culture and creativity, respectively.

◆ In **June 2021**, the **Union Ministry of Information and Broadcasting** notified the **Cable Television Network (Amendment) Rules, 2021**, which aims to establish a three-layer statutory mechanism for citizens to raise grievances with respect to broadcasted content.

◆ As part of the expansion to include all digital platforms and digital (OTT) players under a single roof, in **May 2021**, the **Indian Broadcasting Foundation (IBF)** announced the move to be renamed the **Indian Broadcasting and Digital Foundation (IBDF)**. As per the **Information Technology (Intermediary Guidelines and Digital Media Ethics Code) Rules, 2021**, IBDF would also soon form a self-regulatory body (SRB).



◆ On **25.02 2021**, the Government outlined the **Information Technology (Intermediary Guidelines and Digital Media Ethics Code) Rules 2021** to establish a progressive institutional mechanism and a **three-tier grievance redressal framework** for news publishers and OTT platforms on the digital media.

◆ In **February 2021**, the **Digital Entertainment Committee of the Internet, and Mobile Association of India (IAMAI)** finalised a **code of conduct** to form the basis for the self-regulation code for OTT content. The code has been endorsed by 17 OTT platforms, including **Netflix, Amazon Prime Video, Disney+ Hotstar, ZEE5 and Voot.**



सी. आईबीएफ के मुताबिक सरकार की पहल

◆ **भारतीय दूरसंचार नियामक प्राधिकरण (ट्राई)** प्रसारण क्षेत्र में सुधारों को बढ़ावा देने के लिए प्रसारण पर सिफारिशों को तेजी से ट्रैक करने के अनुरोध के साथ सूचना और प्रसारण मंत्रालय, भारत सरकार से संपर्क करने के लिए तैयार है।

◆ भारत सरकार मुंबई में **एनिमेशन, गेमिंग विजुअल और कॉमिक्स उद्योग के लिए राष्ट्रीय उत्कृष्टता केंद्र** स्थापित करने पर सहमत हो गयी है। भारत और कनाडा की सरकारों ने दोनों देशों के उत्पादकों को क्रमशः अपनी संस्कृति और रचनात्मकता का आदान-प्रदान करने और उसका पता लगाने में सक्षम बनाने के लिए एक ऑडियो विजुअल सह उत्पादन सौदे पर हस्ताक्षर किये हैं।

◆ **जून 2021** में **केंद्रीय सूचना और प्रसारण मंत्रालय** ने **केबल टेलीविजन नेटवर्क (संशोधन) नियम 2021** को अधिसूचित किया, जिसका उद्देश्य नागरिकों के लिए प्रसारित सामग्री के संबंध में शिकायतों को उठाने के लिए एक तीन स्तरीय वैधानिक तंत्र स्थापित करना है।

◆ सभी डिजिटल प्लेटफॉर्म और डिजिटल (ओटीटी) खिलाड़ियों को एक छत के नीचे शामिल करने के विस्तार के हिस्से के रूप में **मई 2021** में **इंडियन ब्रॉडकास्टिंग फाउंडेशन (आईबीएफ)** ने इस कदम का नाम बदलकर **इंडियन ब्रॉडकास्टिंग एंड डिजिटल फाउंडेशन (आईबीडीएफ)** करने की घोषणा की। **सूचना प्रौद्योगिकी (मध्यवर्ती दिशा-निर्देश और डिजिटल मीडिया आचार-संहिता) नियम, 2021** आईबीडीएफ भी जल्द ही एक स्व-नियामक निकाय (**एसआरबी**) का गठन करेगा।

◆ **25.02.2021** को सरकार ने डिजिटल मीडिया पर समाचार प्रसारकों और ओटीटी प्लेटफॉर्मों के लिए एक प्रगतिशील संस्थागत तंत्र और त्रिस्तरीय शिकायत निवारण ढांचा स्थापित करने के लिए **सूचना प्रौद्योगिकी (मध्यवर्ती दिशा-निर्देश और डिजिटल मीडिया आचार-संहिता) नियम, 2021** की रूपरेखा तैयार की।

◆ **फरवरी 2021** में **इंटरनेट की डिजिटल मनोरंजन समिति और मोबाइल एसोसिएशन ऑफ इंडिया (आईएमएआई)** ने ओटीटी सामग्री के लिए स्व नियमन कोड का आधार बनाने के लिए एक आचार संहिता को अंतिम रूप दिया। इस कोड को **नेटफिलक्स, अमेजन प्राइम वीडियो, डिज्नी प्लस हॉटस्टार, जी5 और वूट** सहित 17 ओटीटी प्लेटफॉर्म द्वारा एंडोर्स किया गया है।

COMMENTS

- ❖ *The most interesting revelation is that IBEF expects the Telecom Regulatory Authority to approach the Ministry of Information and Broadcasting, Government of India, with a request to fast track the recommendations on broadcasting to boost reforms in the broadcasting sector.*
- ❖ *On 09.01.2004, TRAI was given the responsibility of regulating the Broadcasting and Cable Sector. A Government Press Note issued that day made the intention of the Government very clear that as the industry would grow, TRAI would play its designated role and bring in a level playing field condition in the industry, keeping customer interest paramount. While this column is not the right place to discuss what this writer would wryly describe as an "uneasy relationship", there are countless TRAI recommendations issued by TRAI to regulate the broadcasting and cable sector, which have been gathering dust in Shastri Bhawan cupboards securely forgotten and even if the dusted off the shelves, would require to be reframed given the relentless march of social and digital media in a converged era.*
- ❖ *With regard to the self-regulation code of IMAI, this was issued a fortnight before the Regulations were published in the form of a toolkit. It remains to be seen whether this will undergo further changes in view of the stringency of some of the conditions in the February 25, 2021 regulations.*

D. THE ROAD AHEAD AS PER IBEF

- ◆ **Indian M&E industry** is on an "*impressive growth path*". The industry is expected to grow at a much faster rate than the global average rate.
- ◆ Growth is expected in **retail advertisement** on the back of several players entering the food and beverages segment,
- ◆ **E-commerce** gaining more popularity in the country, and domestic companies testing out the waters.
- ◆ **Rural regions** are also a potentially profitable target.

टिप्पणियां

- ❖ सबसे दिलचस्प रहस्योद्घाटन यह है कि आईबीएफ उम्मीद करता है कि दूरसंचार नियामक प्राधिकरण प्रसारण क्षेत्रों में सुधारों को बढ़ावा देने के लिए प्रसारण पर सिफारिशों को तेजी से ट्रैक करने के अनुरोध के साथ सूचना और प्रसारण मंत्रालय, भारत सरकार से संपर्क करेगा।
- ❖ **09.01.2004** को ट्राई को प्रसारण और केबल क्षेत्र को विनियमित करने की जिम्मेदारी दी गयी थी। उस दिन जारी एक सरकारी प्रेस नोट ने सरकार की मंशा को बहुत स्पष्ट कर दिया कि जैसे-जैसे उद्योग बढ़ेगा, ट्राई अपनी निर्दिष्ट भूमिका निभायेगा और ग्राहकों के हितों को सर्वोपरि रखते हुए उद्योग में एक समान अवसर प्रदान करेगा। हालांकि यह कॉलम इस बात की चर्चा करने के लिए सही जगह नहीं है कि यह लेखक 'अजीब रिश्ते' के रूप में क्या वर्णन करेगा, ट्राई द्वारा प्रसारण और केबल क्षेत्र को विनियमित करने के लिए अनगिनत ट्राई सिफारिशें जारी की गयी हैं, जो शास्त्री भवन की अलमारी में धूल फांक रही हैं, सुरक्षित रूप से भुला दी गयी हैं। और यहां तक कि अगर अलमारियों से धूल उड़ गयी तो एक कर्न्वजंस युग में सोशल और डिजिटल मीडिया के अथक मार्च को देखते हुए फिर से तैयार करने की आवश्यकता होगी।
- ❖ आईएमआई के स्व विनियमन कोड के संबंध में यह विनियमों को टूलकिट के रूप में प्रकाशित किये जाने से एक पखवाड़े वाले जारी किया गया था। यह देखा जाना बाकी है कि फरवरी 25.2021 के नियमों में कुछ शर्तों की कठोरता को देखते हुए इसमें और बदलाव किये जायेंगे या नहीं।

डी. आईबीएफ के अनुसार आगे की राह

- ◆ **भारतीय एमएंडई उद्योग 'प्रभावशाली विकास के पथ'** पर है। उद्योग के वैश्विक औसत दर की तुलना में बहुत तेज दर से बढ़ने की उम्मीद है।
- ◆ खाद्य व पेय पदार्थ खंड में प्रवेश करने वाले कई खिलाड़ियों के लिए **खुदरा विज्ञापन** में बढ़ोतरी होने की पूरी उम्मीद है।
- ◆ **ई-कॉमर्स** देश में अधिक लोकप्रियता प्राप्त कर रहा है और घरेलू कंपनियां इस क्षेत्र का परीक्षण कर रही हैं।
- ◆ **ग्रामीण** क्षेत्र भी संभावित रूप से लाभदायक लक्ष्य है।

COMMENTS

The forecast for the future is upbeat based on three factors:

- ❖ *Growth is expected in retail advertisement mainly from the food and beverage segment- This expectation is borne out by the latest Media Partners Asia forecast that though advertisement revenue may have fallen by as much as 27% in 2020, ad spends on digital media would outstrip T.V. advertisement by 2024. The CAGR of growing ad revenue would be 13% by 2025, touching US\$ 13.3 Billion.*
- ❖ *Another estimate by media group Group M is that Digital advertising is already having a 35% market share and fast reaching the T.V. ad ratio of 45%. AVOD content (ad-based) will grow to 33.3US\$ Billion in the Asia Pacific Region.*
- ❖ *The second forecast is on the fast growth of E-Commerce. According to Government's Investindia.Com, the retail market size is expected to reach 1.5 trillion US\$ in 2030, which would mean an increase of an additional 700 US\$ Billion from the current market size of 793 US\$ Billion in 2020.*
- ❖ *The E-Commerce segment should also rise from 30 US\$ Billion in 2019 to 200 US\$ Billion by 2026. The online commerce industry is expected to leap to 188US\$ Billion in 2025 from only 64 US\$ Billion in 2020.*
- ❖ *The direct-to-consumer market could have a US\$ 100 Billion addressable market by 2025. Finally, households carrying online transactions may jump from 154 million to 233 million in 2025.*
- ❖ *The final expectation of profitability is the growth in Rural Regions of India. A separate IBEF report on Rural India states that the FMCG sector in rural and semi-urban India is estimated to cross US\$ 100 billion by 2025. It estimates an average growth of 17.41 per cent in the period 2009-2025.*
- ❖ *The Rural FMCG market is estimated at 40% of the total market for FMCG in revenue terms. India has about 6,50,000 villages inhabited by 850 million consumers making up 70% of the population and 50% of the country's GDP.*

टिप्पणियां

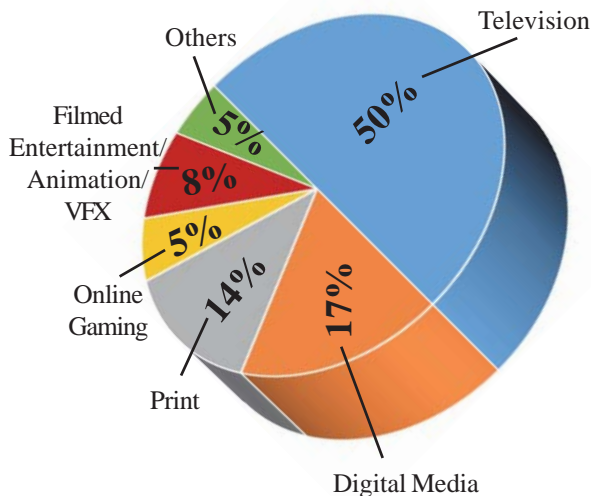
भविष्य के लिए पूर्वानुमान तीन कारकों के आधार पर उत्साहित हैं

- ❖ मुख्य रूप से खाद्य व पेय खंड से खुदरा विज्ञापन में वृद्धि की उम्मीद है। यह उम्मीद नवीनतम मीडिया पार्टनर्स एशिया के पूर्वानुमान से पैदा हुई है, हालांकि 2020 में विज्ञापन राजस्व में 27% तक की गिरावट हो सकती है, डिजिटल मीडिया पर विज्ञापन खर्च टीवी विज्ञापन से आगे 2024 तक निकल जायेगा। बढ़ते विज्ञापन राजस्व का सीएजीआर 2025 तक 13% होगा, जो यूएस 13.3 बिलियन डॉलर को छू रहा है।
- ❖ मीडिया समूह ग्रूप मिस का एक और पूर्वानुमान है कि डिजिटल विज्ञापन की बाजार हिस्सेदारी पहले से ही 35% है और टीवी विज्ञापन अनुपात 45% तक तेजी से पहुंच रहा है। एवीओडी सामग्री (विज्ञापन आधारित) एशिया प्रशांत क्षेत्र में बढ़कर 33.3 बिलियन यूएस डॉलर हो जायेगी।
- ❖ दूसरा पूर्वानुमान ई-कॉमर्स के तेज विकास पर है। सरकार के Investindia.Com अनुसार खुदरा बाजार का आकार 2030 में 1.5 ट्रिलियन अमेरिकी डॉलर तक पहुंचने की उम्मीद है जिसका अर्थ है 2020 में 793 बिलियन अमेरिकी डॉलर के मौजूदा बाजार आकार से अतिरिक्त 700 बिलियन अमेरिकी डॉलर की वृद्धि।
- ❖ ई-कॉमर्स खंड भी 2019 में 30 बिलियन अमेरिकी डॉलर से बढ़कर 2026 तक 200 बिलियन अमेरिकी डॉलर हो जाना चाहिए। ऑनलाइन वाणिज्यिक उद्योग के 2020 में केवल 64 यूएस% बिलियन से 2025 में 188 यूएस बिलियन डॉलर तक छलांग लगाने की उम्मीद है।
- ❖ डॉयरेक्ट टू कंज्यूमर मार्केट में 2025 तक 100 बिलियन अमेरिकी डॉलर का एड्रसेबल मार्केट हो सकता है। अंत में, ऑनलाइन ट्रांजैक्शन करने वाले परिवार 2025 में 154 मिलियन से बढ़कर 233 मिलियन हो सकते हैं।
- ❖ लाभ प्रदाता की अंतिम अपेक्षा भारत के ग्रामीण क्षेत्रों में वृद्धि है। ग्रामीण भारत पर एक अलग आईबीईएफ रिपोर्ट में कहा गया है कि ग्रामीण और अर्द्धशहरी भारत में एफएमसीजी क्षेत्र 2025 तक 100 अरब अमेरिकी डॉलर को पार करने का अनुमान है। 2009-2025 की अवधि में 17.41 प्रतिशत की औसत वृद्धि का अनुमान है।
- ❖ राजस्व के मामले में एफएमसीजी के लिए ग्रामीण एफएमसीजी बाजार कुल बाजार का 40% होने का अनुमान है। भारत में लगभग 6,50,000 गांव हैं जिनमें 850 मिलियन उपभोक्ता रहते हैं जो 70% आबादी और देश के सकल घरेलू उत्पाद का 50% है।

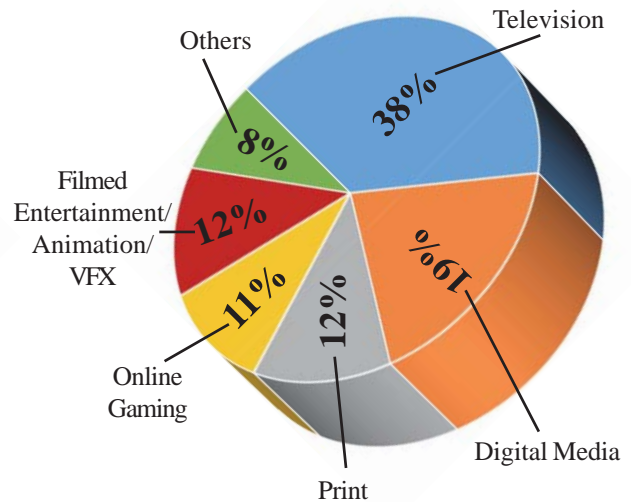
E. GRAPHICAL REPRESENTATION OF THE MEDIA AND ENTERTAINMENT INDUSTRY

ई. मीडिया और मनोरंजन उद्योग का ग्राफिकल प्रतिनिधित्व

Share of Industry Segments in 2020:



Share of Industry Segments in 2023:



COMMENTS

- ❖ *The infographic is consistent with the IBEF Forecasts for 2024/25. This should be a wake-up call for the cable tv distribution industry and the DTH platforms. In the recent past, there has been a growing, though reluctant, the realisation that, like the*
 - ❑ *The advent of Colour T.V. in India in the period 1979-1982.*
 - ❑ *Transmission of India's first Satellite Pay T.V. channels after the Gulf War of 1991, namely CNN, Zee TV, Star T.V., and Sun T.V. in 1992/1995.*
 - ❑ *Introduction of Conditional Access Systems (CAS) in 2012 and Digital Addressable Systems (DAS) in 2017/2018.*
 - ❑ *The shooting rise of Online Entertainment/Gaming and E-Commerce in 2020-2025 is a defining moment for the survival of legacy media networks.*
- ❖ *Today Tata Sky is actively pushing value-added services to try and provide anytime/*

टिप्पणियां

- ❖ *इन्फोग्राफिक 2024/25 के लिए आईबीईएफ पूर्वानुमानों के अनुरूप है। यह केबल टीवी वितरण उद्योग और डीटीएच प्लेटफॉर्मों के लिए एक वेक अप कॉल होना चाहिए। हाल के दिनों में एक बढ़ती हुई हालांकि अनिच्छुक, यह अनुभूति हुई है कि जैसे*
 - ❑ *1979-1982 की अवधि में भारत में कलर टीवी का आगमन*
 - ❑ *1991 के खाड़ी युद्ध के बाद भारत के पहले सैटेलाइट पे टीवी चैनल का प्रसारण यानि 1991/1995 में सीएनएन, जीटीवी, स्टार टीवी व सन टीवी।*
 - ❑ *2012 में कंडीशनल एक्सेस सिस्टम (सीएएस) और 2017/18 में डिजिटल एड्रेसेबल सिस्टम (डीएएस) की शुरुआत।*
 - ❑ *2020-25 में ऑनलाइन एंटरटेनमेंट/गेमिंग और ई-कॉमर्स की शूटिंग की वृद्धि विरासती मीडिया नेटवर्क के आस्तित्व के लिए एक निर्णायक क्षण है।*
- ❖ *आज टाटा स्काई अपने टाटा स्काई बिज प्लस एसटीवी के माध्यम से किसी भी समय/कहीं भी लाइव और डिमांड वीडियो सेवाओं की कोशिश करने और प्रदान*

anywhere" live and demand video services through its Tata Sky Binge + STB, which seeks to provide "seamless toggling" between T.V. and Video-on-demand content. It aggregates the content into "one interface" eliminating multiple log in.

- ❖ *Some day (when?) Jio Fibre will disrupt the cable/DTH market with its exclusive offerings; it seeks to be "India's first integrated T.V. platform bringing together movies, T.V. shows and videos from OTT apps".*
- ❖ *NXT Digital is finally bundling its 750+ T.V. channels with high-speed Broadband from its subsidiary One Broadband.*
- ❖ *All this means we, as consumers, are in for exciting times ahead.*

WHY ARE ALL BROADCAST REGULATIONS ALWAYS CHALLENGED IN COURT?

- ◆ The Modern **Media and Entertainment** era can safely be stated to have been launched after the **Gulf War of 1991**. That year is important as the Narasimha Rao led Government not only launched a series of economic and social reforms but allowed Indian and Foreign Private TV satellite broadcasts in a limited manner. These were codified in the **Downlinking Policy Guidelines** for downlinking on **11.11.2005**.
- ◆ The first **Multi-System Operators (MSOs)** were launched in **1994 (Siticable)** and **1995 (Incablenet (now NXTDigital) in 1995**. This writer vividly remembers many litigation battles with Pay-TV broadcasters right from **1997** onwards. All these took place in Bombay and other High Courts. That was an era of so-called under-declarations/abrupt switch offs at times of big cricket series and payment disputes with Broadcasters.
- ◆ By the time **Conditional Access Systems** were notified in **2003** by amending **Section 4 A** of the **Cable Act 1995** and **Rules 9/10/11/12/13** of the **Cable Rules 1994**, a series of court cases were started to block the entry of CAS. Ultimately CAS was revived by orders of the Delhi High Court by a judgment dated **26.12.2003** in the case of **Consumer Coordination Council vs UOI in CWP 8993-94/2003**.

करने के लिए मूल्य वर्धित सेवाओं को सक्रिय रूप से आगे बढ़ा रहा है, जो टीवी और वीडियो ऑन डिमांड सामग्री के बीच निर्बाध टॉगलिंग प्रदान करना चाहता है। यह एकाधिक लॉग इन की समाप्त करते हुए सामग्री को 'एक इंटरफेस' में एकत्रित करता है।

- ❖ किसी दिन (कब?) जियो फाइबर केबल/डीटीएच बाजार को अपनी विशेष पेशकशों के साथ बाधित कर देगा: यह भारत का पहला एकीकृत टीवी प्लेटफॉर्म बनना चाहता है जो ओटीटी ऐप्स से फिल्में, टीवी शो और वीडियो को एकसाथ ला रहा है।
- ❖ एनएक्सटी डिजिटल आखिरकर अपने 750 से अधिक टीवी चैनलों को अपनी सहायक कंपनी वन ब्रॉडबैंड से हाई स्पीड ब्रॉडबैंड के साथ जोड़ रहा है।
- ❖ इसका मतलब यह हुआ कि हम उपभोक्ताओं के रूप में आने वाले समय उत्साहजनक है।

सभी प्रसारण नियमों को हमेशा अदालत में चुनौती क्यों दी जाती है?

- ◆ आधुनिक मीडिया और मनोरंजन युग को **1991** के खाड़ी युद्ध के बाद सुरक्षित रूप से लॉन्च किया जा सकता है। वह वर्ष महत्वपूर्ण है क्योंकि नरसिम्हा राव के नेतृत्व वाली सरकार ने न केवल आर्थिक और सामाजिक सुधारों की एक श्रृंखला शुरू की बल्कि भारतीय और विदेशी निजी टीवी सैटेलाइट को सीमित तरीके से प्रसारण की अनुमति दी। इन्हें **11.11.2005** को **डाउनलिंकिंग नीति दिशा निर्देशों** में संहिताबद्ध किया गया था।
- ◆ पहला मल्टी सिस्टम ऑपरेटर्स (एमएसओ) **1994 (सिटीकेबल)** और **1995 (इनकेबलनेट, अब एनएक्सटी डिजिटल)** में लॉन्च किया गया था। यह लेखक **1997** के बाद पे-टीवी प्रसारकों के साथ कई मुकदमेवाजी की स्पष्ट रूप से याद करता है। यह सब वंबई और अन्य उच्च न्यायालयों में हुआ था। यह युग बड़ी क्रिकेट श्रृंखलाओं और प्रसारकों के साथ भुगतान विवादों के समय तथाथित अंडर डिक्लरेशन/अचानक स्विच ऑफ का युग था।
- ◆ जब तक **केबल अधिनियम 1995** की धारा **4ए** और **केबल नियम 1994** के नियम **9/10/11/12/13** में संशोधन करके **2003** में **कंडिशनल एक्सेस सिस्टम** को अधिसूचित किया गया, तब तक **सीएएस** के प्रवेश को अवरूद्ध करने के लिए अदालती मामलों की एक श्रृंखला शुरू की गयी थी। अंततः सीडब्ल्यूपी **8993-94/2003** में **उपभोक्ता समन्वय परिषद बनाम यूओआई** के मामले में **दिल्ली उच्च न्यायालय** के आदेश दिनांक **26.12.2003** द्वारा सीएएस को पुर्नजीवित किया गया था।

◆ **TRAI** was appointed the Broadcast and Cable Regulator by invoking the **proviso to Section 2 (I) (k)** of the **TRAI Act** on **09.01.2004**. On **23.02.2004**, despite two favourable Division Bench orders of Delhi High Court, It proposed a delay in **CAS** implementation for three months to examine various connected issues.

◆ The Government went ahead and completely withdrew the **CAS** Notification on **27.02.2004**. Two MSOs, namely **Hathway Cable and Datacom Ltd** and **IndusInd Media and Communications Ltd**, filed a writ in Delhi High Court in **2004**, which took two years to be decided in favour of the revival of **CAS** by judgment dated **10.03.2006**. Ultimately **CAS** came to be implemented on **01.01.2007** partially in the four metro cities.

◆ By **October 1, 2004**, **TRAI** had completed its detailed examination of the broadcast and cable sector, resulting in the **Interconnection Regulations of 2004** dated **10.12.2004**. The key highlights were:

- ◆ **Non-discriminatory** access to T.V. channels.
- ◆ **Must provide provisions** with safeguards for broadcasters.
- ◆ Procedure including the **prior notice** for disconnection of signals.

A. FIRST CHALLENGE BY STAR TV TO AUTHORITY OF TRAI TO REGULATE BROADCASTERS 2005

◆ **Star T.V.** filed a writ petition in **2005**, numbered as **Writ Petition Civil 24105/2005**, challenging the Tariff Orders issued on **15.01.2004; 01.12.2004; 29.11.2005** and the **Interconnection Regulations** issued on **10.12.2004**.

◆ It also prayed for **certiorari** to quash the **proviso** to the **TRAI Act's Section 2 (I) (k)**.

◆ It prayed that the **Court** should declare that **TRAI** is **not competent** to regulate **Broadcasting Services**.

◆ It prayed that the High Court declare that the impugned Tariff Orders and Interconnection Regulation were **violative of Article 14/19 (1) (a) and Articles 301-307** of the Constitution.



◆ **ट्राई** को **09.01.2004** को **ट्राई अधिनियम की धारा 2 (आई) (के)** प्रावधान को लागू करके प्रसारण और केबल नियामक नियुक्त किया गया था। **23.02.2004** को दिल्ली उच्च न्यायालय के दो अनुकूल बेंच के आदेशों के बावजूद इसने विभिन्न मुद्दों की जांच के लिए तीन महीने के लिए **सीएएस** कार्यान्वयन में देरी का प्रस्ताव रखा।

◆ सरकार ने आगे बढ़कर **27.02.2004** को **सीएएस** अधिसूचना को पूरी तरह से वापस ले लिया। दो एमएसओ जिनके नाम **हैथवे केबल एंड डेटाकॉम लिमिटेड** और **इंडसइंड मीडिया एंड कम्युनिकेशन्स लिमिटेड** ने दिल्ली उच्च न्यायालय में **2004** में एक रिट दायर किया, जिस पर निर्णय दिनांक **10.03.2006** द्वारा **सीएएस** के पुनरुद्धार के पक्ष में निर्णय लेने में दो साल लग गये। अंततः **सीएएस** को **4** मेट्रो शहरों में आंशिक रूप से **01.01.2007** को लागू किया गया।

◆ **1 अक्टूबर 2004** तक, **ट्राई** ने प्रसारण और केबल क्षेत्र की अपनी विस्तृत जांच पूरी कर ली थी, जिसके परिणामस्वरूप **2004** के **10.12.2004** के **इंटरकनेक्शन विनियम** थे। इसके प्रमुख आकर्षण थे:

- ◆ टीवी चैनलों तक **भेदभाव रहित** पहुंच
- ◆ प्रसारकों के लिए रक्षोपायों के साथ **प्रावधान प्रदान करना** चाहिए।
- ◆ सिगनलों के डिस्कनेक्शन के लिए **पूर्ण सूचना** सहित प्रक्रिया।

ए. **2005 में प्रसारकों को नियमित करने के ट्राई के प्राधिकरण को स्टार टीवी द्वारा चुनौती दी गयी**

◆ **स्टार टीवी** ने **15.01.2004, 01.12.2004, 29.11.2005** और **10.12.2004** को जारी किये गये इंटरकनेक्शन विनियम सहित टैरिफ आदेशों को चुनौती देते हुए **2005** में एक **रिट याचिका** दायर की गयी, जिसे **रिट पिटीशन सिविल 24105/2005** के रूप में क्रमांकित किया गया।

◆ इसने **ट्राई अधिनियम की धारा 2 (आई) (के)** के परंतुक को रद्द करने के लिए प्रमाणिकता के लिए भी प्रार्थना की।

◆ इसने प्रार्थना की कि न्यायालय को यह घोषित करना चाहिए कि **ट्राई प्रसारण सेवाओं को विनियमित करने के लिए सक्षम नहीं** है।

◆ इसने प्रार्थना की कि उच्च न्यायालय यह घोषित करे कि अपेक्षित टैरिफ आदेश और इंटरकनेक्शन विनियम **संविधान के अनुच्छेद 14/19 (1) (ए)** और अनुच्छेद **301-307** का **उल्लंघन** है।

- ◆ The High Court comprehensively dismissed all the grounds of appeal, holding that it did not find any merit in the writ petitions. It held in **Para 46**:
- ◆ *On a perusal of Section 11 (2) of the TRAI Act, there is no scope for any controversy concerning the competence of TRAI to prescribe the impugned rates at which the telecommunication services are to be provided. Therefore, dehors the CTN Act and CTN Rules, TRAI is otherwise competent to fix tariffs and prescribe the Standard Interconnection Agreements.*
- ◆ The **Special Leave Petition** filed by **Star T.V.** was summarily dismissed by the **Supreme Court in SLP No. 23612/23613 of 2007.**

B. SECOND CHALLENGE TO THE POWERS OF TRAI TO REGULATE BROADCASTERS 2017

- ◆ On **10.12.2016**, TRAI had issued a consultation paper on the **Draft Eighth Addressable Systems Tariff Order** and another Consultation Paper on **December 14, 2016**, namely the **Interconnection Addressable Systems Regulations**. Two petitioners, namely Star TV and Vijay TV, filed writs in the Madras High Court on various grounds in writ petition numbering **44126** and **44127** of **2016** seeking to quash both the consultation papers. The key argument was the alleged non-amenability of broadcasters to the **TRAI Act** and alleged conflict with the **Copyright Act** as amended.
- ◆ The Regulations and Tariff Order came to be notified in **March 2017** on **03.03.2017**. The Broadcasters also challenged these orders and regulations by amending their petitions.
- ◆ In view of a split verdict, the case was referred to a third judge who sided with the Chief Justice and upheld TRAI's power to regulate broadcasters and substantially upheld the impugned regulation and tariff order. The reliance on the **Copyright Act** was dismissed by him in a speaking order. The Court held that
 - ◆ *On a conspectus of the above, there is no difficulty in holding that the Copyright Act 1957 and the TRAI Act 1997 stand apart in their respective arena. Their fields are distinct and separate. There is no element of regulation. The TRAI Act is a sector-specific Act. As airwaves are public property, there is no overwhelming public interest under the Copyright Act, unlike the TRAI Act. Para 20.20 of Judgment of Justice Sundresh*

- ◆ उच्च न्यायालय ने अपील के सभी आधारों को व्यापक रूप से खारिज करते हुए कहा कि उसे रिट याचिकाओं में कोई योग्यता नहीं मिली। यह पैरा 46 में दिखता है।
- ◆ **ट्राई अधिनियम की धारा 11(2)** के परिशीलन पर, दूरसंचार सेवाओं को प्रदान की जाने वाली आक्षेपित दरों को निर्धारित करने के लिए ट्राई की क्षमता से संबंधित किसी विवाद की कोई गुंजाइश नहीं है। इसलिए **सीटीएन अधिनियम** और **सीटीएन नियमों** का उल्लंघन करते हुए ट्राई अन्यथा टैरिफ तय करने और **मानक इंटरकनेक्शन समझौतों** को निर्धारित करने के लिए सक्षम है।
- ◆ **स्टार टीवी** द्वारा दायर विशेष अनुमति याचिका को सुप्रीम कोर्ट ने **2007 की एसएलपी संख्या 23612/23613** में सरसरी तौर पर खारिज कर दिया था।

2017 में प्रसारकों को विनियमित करने के लिए ट्राई की शक्तियों के लिए दूसरी चुनौती

- ◆ **10.12.2016** को ट्राई ने **14 दिसंबर 2016** को **आठवें एड्रेसेबल सिस्टम टैरिफ आदेश** और एक अन्य परामर्श पत्र पर एक **परामर्श पत्र** जारी किया था, अर्थात् **इंटरकनेक्शन एड्रेसेबल सिस्टम विनियम**। स्टार टीवी और विजय टीवी नाम के दो याचिकाकर्ताओं ने **2016** की रिट याचिका संख्या **44126** और **44127** में विभिन्न आधारों पर मद्रास उच्च न्यायालय में रिट याचिका दायर की और दोनों परामर्श पत्र को रद्द करने की मांग की। मुख्य तर्क ट्राई अधिनियम के लिए प्रसारकों की कथित गैर योग्यता और संशोधित कॉपीराइट अधिनियम के साथ कथित संघर्ष था।
- ◆ विनियम और टैरिफ आदेश मार्च **2017** में **03.03.2017** को अधिसूचित किये गये। प्रसारकों ने अपनी याचिकाओं में संशोधन करके इन आदेशों और विनियमों को भी चुनौती दी।
- ◆ एक विभाजित फैसले के मद्देनजर मामले को तीसरे न्यायाधीश के पास भेज दिया गया, जिसने मुख्य न्यायाधीश का पक्ष लिया और प्रसारकों को विनियमित करने के लिए ट्राई की शक्ति को बरकरार रखा और लागू विनियमन और टैरिफ आदेश को काफी हद तक बरकरार रखा। **कॉपीराइट अधिनियम** पर निर्भरता को उनके द्वारा स्पष्ट आदेश में खारिज कर दिया गया कोर्ट ने माना कि
 - ◆ उपरोक्त के संदर्भ में **कॉपीराइट अधिनियम 1957** और **ट्राई अधिनियम 1997** को उनके संबंधित क्षेत्र में अलग रखने में कोई कठिनाई नहीं है और उनके क्षेत्र अलग और अलग हैं। नियमन कोई तत्व नहीं है। ट्राई अधिनियम एक क्षेत्र विशिष्ट अधिनियम है। चूंकि एयरवेव सार्वजनिक संपत्ति है, इसलिए **ट्राई अधिनियम** के विपरीत **कॉपीराइट अधिनियम** के तहत कोई भारी जनहित नहीं है। तीसरे सदस्य के फैसले में न्यायमूर्ति सुंदरेश के फैसले के

in the Third Member Judgment (2018 SCC Online Mad 1595.)

- ◆ In the **Special Leave Petition no Civil Appeal no 7326-27 of 2018 reported in (2019) 2 SCC 104** filed by the Broadcasters, the Supreme Court dismissed the Broadcaster appeals pithily, stating in **Para 37** of its judgment on **30.10.2018** as under:
 - ◆ *It can thus be seen that both the Regulation as well as the Tariff Order have been the subject matter of extensive discussions between TRAI, all stakeholders and consumers, pursuant to which most of the suggestions given by the broadcasters themselves have been accepted and incorporated into the Regulation and the Tariff Order. The Explanatory Memorandum shows that the focus of the Authority has always been the provision of a level playing field to both broadcaster and subscriber.*
 - ◆ *For example, when high discounts are offered for bouquets provided by the broadcasters, the effect is that subscribers are forced to take bouquets only, as the a-la-carte rates of the pay channels are found in these bouquets are much higher. This results in the perverse pricing of bouquets vis-à-vis individual pay channels. In the process, the public ends up paying for unwanted channels, thereby blocking newer and better T.V. channels and restricting subscribers' choice. It is for this reason that discounts are capped.*
 - ◆ *While doing so, however, full flexibility has been given to broadcasters to declare the prices of their pay channels on an a-la-carte basis. The Authority has shown that it does not encroach upon the freedom of broadcasters to arrange their business as they choose. Also, when such discounts are limited, a subscriber can then be free to choose a-la-carte channels of his choice.*
 - ◆ *To maintain the balance between the subscribers' interests and broadcasters' interests, again, the Authority makes it clear that broadcasters have complete freedom to price channels that do not form part of any bouquet and are offered only on an a-la-carte basis.*
 - ◆ *We are, therefore, clearly of the view that the Regulation and the Tariff Order have been made keeping the interests of the stakeholders and*

ड्राई अधिनियम पैरा 20.20 के विपरित (2018 एससीसी ऑनलाइन मैड 1595)

- ◆ प्रसारकों द्वारा दायर विशेष अनुमति याचिका संख्या 2018 की सिविल अपील संख्या 7326-27 (2019) 2एससीसी 104 में सुप्रीम कोर्ट ने 30.10.18 को अपने फैसले के पैरा 37 में बताते हुए प्रसारकों की अपील को पूरी तरह खारिज कर दिया। जो इस तरह से है:
 - ◆ इस प्रकार यह देखा जा सकता है कि विनियमन और टैरिफ आदेश दोनों ही ड्राई सभी हितधारकों और उपभोक्ताओं के बीच व्यापक चर्चा का विषय रहे हैं, जिसके अनुसरण में प्रसारकों द्वारा स्वयं दिये गये अधिकांश सुझावों को स्वीकार कर लिया गया है और उन्हें विनियमन और टैरिफ आदेश में शामिल कर लिया गया है। व्याख्यात्मक ज्ञापन से पता चलता है कि प्राधिकरण का हमेशा प्रसारक और ग्राहक दोनों के लिए समान अवसर प्रदान करने पर रहा है।
 - ◆ उदाहरण के लिए जब प्रसारकों द्वारा प्रदान किये गये बुके के लिए उच्च छूट की पेशकश की जाती है तो इसका प्रभाव यह होता है कि सब्सक्राइवर केवल बुके लेने पर मजबूर होते हैं, क्योंकि इन बुके में पे चैनलों की अ-ला-कार्टे दरें बहुत अधिक होती हैं। यह अलग-अलग पे चैनलों की तुलना में बुके के विपरित मूल्य निर्धारण में परिणत होता है। इस प्रक्रिया में जनता अवांछित चैनलों के लिए भुगतान करती है जिससे नये और बेहतर टीवी चैनल अवरूद्ध हो जाते हैं और ग्राहकों की पसंद सीमित हो जाती है। यही वजह है कि छूट की सीमा तय की गयी है।
 - ◆ हालांकि ऐसा करते समय प्रसारकों को अपने पे चैनलों की कीमतों को अ-ला-कार्टे आधार पर घोषित करने के लिए पूर्ण लचीलापन दिया गया है। प्राधिकरण ने दिखाया है कि यह प्रसारकों को अपने व्यवसाय की व्यवस्था करने की स्वतंत्रता का अतिक्रमण नहीं करता है जैसा वे चुनते हैं। साथ ही जब इस तरह की छूट सीमित होती है तब ग्राहक अपनी पसंद के अ-ला-कार्टे चैनल चुनने के लिए स्वतंत्र हो सकते हैं।
 - ◆ ग्राहकों के हितों और प्रसारकों के हितों के बीच संतुलन बनाये रखने के लिए प्राधिकरण फिर से यह स्पष्ट करता है कि प्रसारकों को उन चैनलों के मूल्य निर्धारण की पूरी स्वतंत्रता है जो किसी बुके का हिस्सा नहीं हैं और केवल अ-ला-कार्टे आधार पर पेश किये जाते हैं।
 - ◆ इसलिए हमारा स्पष्ट रूप से यह विचार है कि विनियमन और टैरिफ आदेश हितधारकों और उपभोक्ताओं के

the consumers in mind and are intra vires the regulation power contained in Section 36 of the TRAI Act. Consequently, we agree with the conclusion of the learned Chief Justice and the third learned Judge of the Madras High Court that these writ petitions deserve to be dismissed.

C. THIRD CHALLENGE BY BROADCASTERS TO POWER OF TRAI 2020

◆ On **01.01.2020**, TRAI issued Amendments to the existing **03.03.2017 Tariff Order** based on an exhaustive consultation process as mandated under **Section 11 (4)** of the **TRAI Act**. This and the connected **Interconnection Order** was challenged by Star and other Broadcasters in the **Bombay High Court** in a batch of writ petitions, No 680 of 2020 and Ors. The petitions mainly alleged violation of constitutional rights under **Article 19 (1) (a)** and **Article 14** of the Constitution.

◆ The Bombay High Court, in its judgment dated **30.06.2021**, upheld both **TRAI's** powers and rejected the arguments relating to violation of constitutional rights of broadcasters under **Article 19 (1) (a)** and **Article 14 of the Constitution**. It did strike down one of the *twin conditions* relating to bouquet pricing. The High Court in **Para 106** of its judgment held:

The upshot of the above discussion is as under:

1. The challenge to the constitutional validity of **section 11** of the **Telecom Regulatory Authority of India Act, 1997** (so far as it relates to broadcasting services), fails.
2. The challenge to the constitutional validity of the **Telecommunication (Broadcasting and Cable) Services Interconnections (Addressable Systems) Regulations, 2017, Telecommunication (Broadcasting and Cable) Standard of Quality of Service and Consumer Protection (Addressable Systems) Regulations 2017** (hereinafter referred to as "**Principal 2017 Regulations**") and the **Telecommunication (Broadcasting and Cable) Services (Eighth) (Addressable Systems) Tariff Order, 2017**, fails.
3. The challenge to the constitutional validity of the **Telecommunication (Broadcasting and Cable) Services Interconnections (Addressable Systems) (Second Amendment) Regulations, 2020, Telecommunication (Broadcasting and**

हितों को ध्यान में रखते हुए बनाये गये हैं और ट्राई अधिनियम की धारा **36** में निहित विनियमन शक्ति के भीतर हैं। नतीजतन हम मद्रास उच्च न्यायालय के विद्वान न्यायाधीश के निष्कर्ष से सहमत हैं कि ये रिट याचिकायें खारिज करने योग्य हैं।

2020 में ट्राई की शक्तियों पर प्रसारकों द्वारा तीसरी चुनौती

◆ **01.01.2020** को ट्राई ने मौजूदा **03.03.2017 टैरिफ आदेशों** में संशोधन जारी किया जो ट्राई अधिनियम की धारा **11 (4)** के तहत अनिवार्य परामर्श प्रक्रिया पर आधारित है। इसे और इससे जुड़े **इंटरकनेक्शन आदेश** को स्टार और प्रसारकों द्वारा **बंबई उच्च न्यायालय में रिट याचिकाओं के एक बैच नंबर 680 ऑफ 2020 और अन्य में चुनौती दी गयी थी**। याचिकाकर्ताओं में मुख्य रूप से संविधान के **अनुच्छेद 19 (1) (ए)** और **अनुच्छेद 14** के तहत संवैधानिक अधिकारों के उल्लंघन का आरोप लगाया गया है।

◆ बंबई उच्च न्यायालय ने **30.06.2021** के अपने फैसले में, ट्राई की दोनों शक्तियों को बरकरार रखा और संविधान के **अनुच्छेद 19 (1) (ए)** और **अनुच्छेद 14** के तहत प्रसारकों के संवैधानिक अधिकारों के उल्लंघन से संबंधित तर्कों को खारिज कर दिया। इसने बुके निर्धारण से संबंधित शर्तों में से एक शर्त को समाप्त कर दिया। उच्च न्यायालय ने अपने फैसले के पैरा नंबर **106** में कहा:

उपरोक्त चर्चा का निष्कर्ष इस प्रकार है:

1. **भारतीय दूरसंचार नियामक प्राधिकरण अधिनियम, 1997** (जहां तक यह प्रसारण सेवाओं से संबंधित है) की धारा **11** की संवैधानिक वैधता को चुनौती विफल हो जाती है।
2. **दूरसंचार (प्रसारण और केबल) सेवा इंटरकनेक्शन (एड्रेसिबल सिस्टम) विनियम, 2017 दूरसंचार (प्रसारण और केबल) सेवा की गुणवत्ता का मानक और उपभोक्ता संरक्षण (एड्रेसिबल सिस्टम) विनियम 2017** (इसके बाद प्रिंसिपल **2017 विनियम के रूप में संदर्भित**) और **दूरसंचार (प्रसारण और केबल सेवा) (आठवां) (एड्रेसिबल सिस्टम) टैरिफ आर्डर, 2017** विफल रहता है।
3. **दूरसंचार (प्रसारण और केबल) सेवा इंटरकनेक्शन (एड्रेसिबल सिस्टम) (दूसरा संशोधन) विनियम 2020, दूरसंचार (प्रसारण और केबल) सेवा की गुणवत्ता और उपभोक्ता संरक्षण (एड्रेसिबल सिस्टम) (तीसरा संशोधन) की संवैधानिक वैधता को चुनौती, विनियम**

Cable) Standard of Quality of Service and Consumer Protection (Addressable Systems) (Third Amendment) Regulations 2020 and the Telecommunication (Broadcasting and Cable) Services (Eighth) (Addressable Systems Tariff (Second Amendment) Order, 2020, fails, except to the extent stated hereinafter. It is held that 2nd twin condition (Average Test) contained in the proviso to clause (3)(b) of The Telecommunication (Broadcasting and Cable) Services (Eighth) (Addressable Systems) Tariff (Second Amendment) Order, 2020 is arbitrary, being contrary to the mandate of section 11(4) of the TRAI Act of ensuring transparency and violates the Petitioners' fundamental rights under Articles 14 of the Constitution.

- ◆ The **Special Leave Petition** filed by the Broadcasters has so far been heard twice by the Supreme Court. In its order dated **August 18, 2021**, the Court passed the following order:
 - ◆ Issue notice returnable on **07.09.2021** Mr Tushar Mehta, learned Solicitor General appearing for the Union of India and Mr Rakesh Dwivedi, learned Senior counsel appearing for the Telecom Regulatory Authority of India, accept and waive formal notice on behalf of the said respondents.
 - ◆ So far as the prayer for grant of **interim relief** is concerned, taking into consideration the rival submissions made by the learned Senior counsel appearing for the parties, we are not inclined to grant the same at this stage.
 - ◆ The respondents are directed to file their respective counter-affidavits in the matters well before the next date of hearing. The petitioners are also permitted to file a reply to the counter-affidavits, if any, well in advance, and both the parties are directed to file the counter-affidavits & rejoinder affidavits in a convenience volume.
 - ◆ List the matters on **07.09.2021** to consider the question of granting interim relief in the matters.

COMMENT:

India holds the distinction of being the only country in the World that regulates Broadcasters either through powers given to the Ministry of Information and Broadcasting through Allocation

2020 और दूरसंचार (प्रसारण और केबल) सेवायें (आठवां) (एड्रेसेबल सिस्टम टैरिफ (दूसरा संशोधन) आदेश 2020 इसके बाद के विस्तार को छोड़कर विफल रहता है। यह माना जाता है कि दूरसंचार (प्रसारण और केबल) सेवाओं (आठवां) (एड्रेसेबल सिस्टम) टैरिफ (दूसरा संशोधन) आदेश 2020 के खंड (3) (बी) के प्रावधान में निहित दूसरी जुड़वां शर्तें (औसत परीक्षण) मनमाना है, पारदर्शिता सुनिश्चित करने और संविधान के अनुच्छेद 14 के तहत याचिककर्ताओं के मौलिक अधिकारों का उल्लंघन करने के ट्राई अधिनियम की धारा 11 (4) के जनादेश के विपरीत है।

- ◆ प्रसारकों द्वारा दायर किये गये **विशेष अनुमति याचिका** पर अब तक सुप्रीम कोर्ट दो बार सुनवाई कर चुका है। **18 अगस्त 2021** के अपने आदेश में न्यायालय ने निम्नलिखित आदेश पारित किया:
 - ◆ जारी नोटिस **07.09.2021** को वापस किया जा सकता है, भारत संघ की ओर से उपस्थित विद्वान सॉलिसिटर जनरल श्री तुषार मेहता और भारतीय दूरसंचार नियामक प्राधिकरण की ओर से उपस्थित विद्वान वरिष्ठ अधिवक्ता श्री राकेश द्विवेदी ने उक्त प्रतिवादियों की ओर से औपचारिक नोटिस को स्वीकार और माफ कर दिया।
 - ◆ जहां तक **अंतरिम राहत** प्रदान करने की प्रार्थना का संबंध है पक्षकारों की ओर से उपस्थित वरिष्ठ विद्वान अधिवक्ता द्वारा दी गयी प्रतिद्वंदी दलीलों को ध्यान में रखते हुए हम इस स्तर पर इसे देने को ईच्छुक नहीं हैं।
 - ◆ प्रतिवादियों को निर्देश दिया जाता है कि वे सुनवाई की अगली तारीख से काफी पहले मामलों में अपनी जवाबी हलफनामों को दायर करें। याचिककर्ताओं को भी जवाबी हलफनामों, यदि कोई हो, का जवाब काफी पहले दाखिल करने की अनुमति है, दोनों पक्षों को सुविधाजनक मात्रा में जवाबी हलफनामों और प्रत्युत्तर हलफनामों दाखिल करने का निर्देश दिया जाता है।
 - ◆ मामलों में अंतरिम राहत देने के प्रश्न पर विचार करने के लिए **07.09.2021** को मामलों की सूची बनायी गयी है।

टिप्पणी

भारत दुनिया में एकमात्र ऐसा देश होने का गौरव रखता है जो या तो सूचना और प्रसारण मंत्रालय को कार्यकारी निर्देश जारी करके या केबल अधिनियम के माध्यम से कार्यक्रम व विज्ञापन कोड के तहत सामग्री विनियमन के

of Business Rules by issuing executive instructions or through the Cable Act on issues of content regulation under the programming and advertising codes in the Cable Act and the Cable Rules and by granting power to TRAI to regulate interconnection/tariff and quality of service issues by the 09.01.2004 Notification.

In the absence of a Broadcasting Act (none is in sight in 2021 though S.C. directed the setting up of an independent, autonomous regulatory authority to govern the use of the airwaves-a scarce resource), the Broadcasters continue to expend substantial legal resources, including lobby power trying to get rid of TRAI as its regulator.

What it has achieved for them is for broadcast companies to ponder upon. Still, another battle has restarted in the Supreme Court. Where it will lead them remains to be seen.

Incidentally, the Bombay High Court noted in its June 30, 2021, judgments that if the broadcasters were to succeed, all the TRAI tariff orders were issued right from 15.01.2004 and Interconnection Regulations issued from 10.12.2004 would be nullified.

Is that possible? Since the matter is sub judice, nothing further needs to be said for the time being.

WHERE DO THE SOCIAL AND DIGITAL MEDIA REGULATIONS OF FEBRUARY 25, 2021, STAND TODAY?

BACKGROUND:

The new **Information Technology (Intermediary Guidelines and Digital Media Ethics Code) Rules 2021** were notified on **25.02.2021**. The **Press Information Bureau** issued a media release on **25.02.2021** indicating the rationale for the amendments:

- ◆ Amidst growing concerns around lack of transparency, accountability and rights of users related to digital media and after elaborate consultation with the public and stakeholders, the **Information Technology (Intermediary Guidelines and Digital Media Ethics Code) Rules 2021** has been framed in exercise of powers under **Section 87 (2)** of the **Information**

मुद्रों पर सूचना और प्रसारण मंत्रालय को दी गयी शक्तियों के माध्यम से नियंत्रित करता है।केवल अधिनियम व केवल नियमों में और **09.01.2004** अधिसूचना द्वारा ट्राई को इंटरकनेक्शन/टैरिफ और सेवा मुद्रों की गुणवत्ता को विनियमित करने के लिए शक्ति दी गयी है।

बॉडकास्टिंग एक्ट के अभाव में (2021 में कोई भी दृष्टि में नहीं है, हालांकि एससी ने एयरवेक्स एक दुर्लभ संसाधन के उपयोग को नियंत्रित करने के लिए एक स्वतंत्र, स्वायत्त नियामक प्राधिकरण की स्थापना का निर्देश दिया), प्रसारक पर्याप्त कानूनी संसाधनों पर खर्च करना जारी रखते हैं जिसमें लॉबी पॉवर भी शामिल है जो ट्राई को इसके नियामक के रूप में छुटकारा दिलाने की कोशिश कर रहे हैं।

इसने उनके लिए जो हासिल किया है वह है प्रसारण कंपनियों को विचार करने को बाध्य करना।फिर भी सुप्रीम कोर्ट में एक और लड़ाई फिर से शुरू हो गयी है, यह उन्हें कहां ले जायेगा यह देखना बाकी है।

संयोग से बंबई उच्च न्यायालय ने अपने **30 जून 2021** के निर्णयों में उल्लेख किया है कि यदि प्रसारकों को सफल होना था तो ट्राई के सभी टैरिफ आदेश **15.01.2004** और **10.12.2004** से जारी इंटरकनेक्शन विनियमों को रद्द कर दिया जायेगा।

क्या यह संभव है? चूंकि मामला विचाराधीन है, इसलिए फिलहाल कुछ और कहने की जरूरत नहीं है।

25 फरवरी 2021 के सामाजिक और डिजिटल मीडिया नियम आज कहां हैं?

पृष्ठभूमि

नयी सूचना और प्रौद्योगिकी (मध्यवर्ती दिशा निर्देश और डिजिटल मीडिया आचार संहिता) नियम **2021** को **25.01.2021** को अधिसूचित किया गया था।प्रेस सूचना ब्यूरो ने **25.02.2021** को एक मीडिया विज्ञप्ति जारी की जिसमें संशोधनों के औचित्य को दर्शाया गया है।

- ◆ डिजिटल मीडिया से संबंधित उपयोगकर्ताओं की पारदर्शिता, जवाबदेही और अधिकारों की कमी के बारे में बढ़ती चिंताओं के बीच और जनता व हितधारकों के साथ विस्तृत परामर्श के बाद, सूचना प्रौद्योगिकी (मध्यवर्ती दिशा निर्देश और डिजिटल मीडिया आचार संहिता) नियम **2021** के तहत शक्तियों का प्रयोग करते हुए तैयार किया गया है।सूचना प्रौद्योगिकी अधिनियम

Technology Act, 2000 and in supersession of the earlier **Information Technology (Intermediary Guidelines) Rules 2011**.

- ◆ The **Digital India** programme has now become a movement empowering common Indians with the power of technology. The extensive spread of mobile phones, the Internet etc., has also enabled many social media platforms to expand their footprints in India. Common people are also using these platforms in a very significant way.
- ◆ These social platforms have enabled common Indians to show their creativity, ask questions, be informed, and freely share their views, including criticism of the Government and its functionaries. The Government acknowledges and respects the right of every Indian to criticise and disagree as an essential element of democracy. India is the World's largest open Internet society. The Government welcomes social media companies to operate in India, do business, and earn profits. However, they will have to be accountable to the Constitution and laws of India.
- ◆ Over the years, the increasing instances of misuse of social media by criminals, anti-national elements have brought new challenges for law enforcement agencies. These include inducement for recruitment of terrorists, circulation of obscene content, the spread of disharmony, financial frauds, incitement of violence, public order etc.
- ◆ It was found that currently, there is no **robust complaint mechanism** wherein the ordinary users of social media and OTT platforms can register their complaints and get them redressed within a defined timeline. Lack of transparency and absence of robust grievance redressal mechanism has left the users totally dependent on the whims and fancies of social media platforms.
- ◆ If we notice the evolution of social media intermediaries, they are no longer limited to playing the role of pure intermediaries and often become publishers. These **Rules** are a fine blend of liberal touch with a gentle self-regulatory framework. It works on the existing laws and statutes of the country, which are applicable to the content, whether online or offline. Regarding news and current affairs, publishers are expected to follow the journalistic conduct of the **Press Council of India**

2000 की धारा **87 (2)** और पूर्व सूचना प्रौद्योगिकी (मध्यवर्ती दिशा निर्देश) नियम **2011** के अतिक्रमण में तैयार किया गया है।

- ◆ **डिजिटल इंडिया** कार्यक्रम अब आम भारतीयों को प्रौद्योगिकी की शक्ति से सशक्त बनाने वाला एक आंदोलन बन गया है। मोबाइल फोन, इंटरनेट आदि के व्यापक प्रसार ने भी कई सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म को भारत में अपने पदचिह्नों का विस्तार करने में सक्षम बनाया है। आम लोग भी इन प्लेटफॉर्म का इस्तेमाल काफी अहम तरीके से कर रहे हैं।
- ◆ इन सामाजिक मंचों ने आम भारतीयों को अपनी रचनात्मकता दिखाने, प्रश्न पूछने, जानकारी प्राप्त करने और सरकार और उसके पदाधिकारियों की आलोचना सहित अपने विचारों को स्वतंत्र रूप से साझा करने में सक्षम बनाया है। सरकार लोकतंत्र के एक अनिवार्य तत्व के रूप आलोचना और सहमत होने के प्रत्येक भारतीयों के अधिकार को स्वीकार करती है और उसका सम्मान करती है। भारत दुनिया का सबसे बड़ा खुला इंटरनेट समाज है। सरकार भारत में काम करने, व्यापार करने और मुनाफा कमाने के लिए सोशल मीडिया कंपनियों का स्वागत करती है। हालांकि उन्हें भारत के संविधान और कानूनों के प्रति जवाबदेह होना पड़ता है।
- ◆ पिछले कुछ वर्षों में अपराधियों, राष्ट्रविरोधी तत्वों द्वारा सोशल मीडिया के दुरुपयोग की बढ़ती घटनाओं ने कानून प्रवर्तन एजेंसियों के लिए नयी चुनौतियां लायी हैं। इनमें आतंकवादियों की भर्ती के लिए प्रलोभन, अश्लील सामग्री का प्रसार, वैमनस्य का प्रसार, वित्तीय धोखाधड़ी, हिंसा भड़काना, सार्वजनिक व्यवस्था आदि शामिल है।
- ◆ यह पाया गया है कि वर्तमान में कोई **मजबूत शिकायत तंत्र** नहीं है जिसमें सोशल मीडिया और ओटीटी प्लेटफॉर्म के सामान्य उपयोगकर्ता अपनी शिकायतें दर्ज कर सकें और एक निर्धारित समय सीमा के भीतर उनका निवारण कर सकें। पारदर्शिता की कमी और मजबूत शिकायत निवारण तंत्र की अनुपस्थिति ने उपयोगकर्ताओं को पूरी तरह से सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म की सनक और कल्पनाओं पर निर्भर कर दिया है।
- ◆ यदि हम सोशल मीडिया विचौलियों के विकास पर ध्यान दें, तो वे अब केवल शुद्ध विचौलियों की भूमिका निभाने तक सीमित नहीं रह गये हैं और अक्सर प्रकाशक बन जाते हैं। ये **नियम** उदार स्व नियामक ढांचे के साथ उदार स्पर्श का एक अच्छा मिश्रण है। यह देश के मौजूदा कानूनों और कानूनों पर काम करता है जो ऑनलाइन या ऑफलाइन सामग्री पर लागू होते हैं। समाचार व समसामयिक मामलों के संबंध में, प्रकाशकों से अपेक्षा की जाती है कि वे **भारतीय प्रेस परिषद** के पत्रकारिता आचरण और **केबल**

and the Programme Code under the **Cable Television Network Act**, which is already applicable to print and T.V. Hence, only a level playing field has been proposed.

- ◆ These **Rules** substantially empower the ordinary users of digital platforms to seek redressal for their grievances and command accountability in case of infringement of their rights.

LITIGATIONS AGAINST NEW REGULATIONS

While the general public has broadly welcomed the **New Regulations**, the fine print of the new **Regulations** has led to a spate of litigations in many courts ranging from Delhi to Madras to Kerala and Karnataka. Hearings are on, and most courts have not issued any interim relief barring Kerala and Bombay High Courts. The Government has already moved a petition in the Supreme Court to transfer all pending litigations to its own jurisdiction. The main unease has been expressed by Digital Media Organisations of various hues.

In the Kerala High Court, a legal website, **Live Law**, which reports on all legal proceedings in all courts ranging from Magistrates Courts right up to the Supreme Court, filed a **Civil Writ Petition No 6272/2021 (H)** alleging that the new rules imposed arbitrary, vague, and disproportionate and unreasonable restrictions on digital news media organisations and social media intermediaries. It secured a stay for itself when the H.C. issued notice on **14.04.2021** to the UOI directing that

- ◆ *The Respondents shall not take any coercive action against the petitioners for non-compliance with the provisions contained in Part 3 of I.T. Rules as the petitioners are the publishers of law reports and legal literature.*

A similar order was passed by another bench of the Kerala High Court in a writ no **W.P. (C) 13675/2021 (H)** filed by the **News Broadcasters Association** wherein the Court directed in its interim order dated **09.07.2021** from taking any action of the Association Members stating:

- ◆ *In the light of the interim order passed by this Court in W.P.(C)No.6272 of 2021 on 10.03.2021, there will be an interim order directing the respondents to refrain from taking coercive action against the petitioners for non-compliance of the provisions contained in Part III of Ext. P1 Rules, pending disposal of the writ petition.*

टेलीविजन नेटवर्क अधिनियम के तहत कार्यक्रम संहिता का पालन करें, जो पहले से ही प्रिंट और टीवी पर लागू है। इसलिए एक समान खेल का मैदान प्रस्तावित किया गया है।

- ◆ ये **नियम** डिजिटल प्लेटफॉर्म के सामान्य उपयोगकर्ताओं को उनकी शिकायतों के निवारण के लिए और उनके अधिकारों के उल्लंघन के मामले में जवाबदेही का आदेश देने के लिए काफी हद तक सशक्त बनाते हैं।

नये विनियमों के खिलाफ मुकदमों

जबकि आम जनता ने **नये विनियमों** का व्यापक रूप से स्वागत किया है, लेकिन नये **विनियमों** के फाइन प्रिंट को दिल्ली से लेकर मद्रास तक केरल और कर्नाटक तक की कई अदालतों में मुकदमेंवाजी का सामना करना पर रहा है। सुनवाई चल रही है और अधिकांश अदालतों ने केरल और बांबे उच्च न्यायालय को छोड़कर कोई अंतरिम राहत जारी नहीं की है। सरकार पहले से ही सभी लंबित मुकदमों को अपने अधिकार क्षेत्र में स्थानांतरित करने के लिए सुप्रीम कोर्ट में एक याचिका दायर कर चुकी है। विभिन्न तरह के डिजिटल मीडिया संगठनों द्वारा कई तरह की नाराजगी व्यक्त की गयी है।

केरल उच्च न्यायालय में एक कानूनी वेबसाइट **लाइव लॉ**, जो सभी अदालतों में मजिस्ट्रेट न्यायालयों से लेकर सर्वोच्च न्यायालय तक की सभी कानूनी कार्यवाही पर रिपोर्ट करती है, ने एक **सिविल रिट याचिका संख्या 6272/2021 (एच)** दायर की, जिसमें आरोप लगाया गया है कि नये नियमों ने डिजिटल समाचार मीडिया संगठनों और सोशल मीडिया विचौलियों पर मनमाने, अस्पष्ट, असंगत व अनुचित प्रतिबंध लगाये हैं, जब एच.सी. ने **14.04.2021** को यूओआई को नोटिस जारी कर निर्देश दिया कि :

- ◆ *प्रतिवादी आईटी के भाग 3 में निहित प्रावधानों के अनुपालन न करने के लिए याचिकाकर्ताओं के खिलाफ कोई दंडात्मक कार्रवाई नहीं करेगा। याचिकाकर्ता के रूप में नियम कानून की रिपोर्ट और कानून साहित्य के प्रकाशक हैं।*

इसी तरह का आदेश केरल उच्च न्यायालय की एक अन्य पीठ ने एक रिट नंबर **डब्ल्यू.पी. (सी) 13675/2021 (एच) न्यूज ब्रॉडकास्टर्स एसोसिएशन** द्वारा दायर किया गया जिसमें कोर्ट ने अपने अंतरिम आदेश में दिनांक **09.07.2021** में एसोसिएशन के सदस्यों की कोई कार्रवाई करने का निर्देश दिया, जिसमें कहा गया है कि:

- ◆ *इस न्यायालय द्वारा 10.03.2021 को डब्ल्यूपी (सी) संख्या 6272 में 2021 में पारित अंतरिम आदेश के आलोक में एक अंतरिम आदेश होगा, जिसमें प्रतिवादियों को निर्देश दिया जायेगा कि वे याचिकाकर्ताओं के खिलाफ गैर-अनुपालन के लिए दंडात्मक कार्रवाई करने से परहेज करें। रिट याचिका के लंबित निपटान के लिए एक्सटेंशन पी 1 नियमों के भाग 3 में निहित प्रावधान।*

In the **Bombay High Court, Agij Promotion of Nineteenonea Media Pvt. Ltd. & Ors.**, a company that owns and operates a digital news web portal known as "**The Leaflet**", filed a writ petition number **Writ Petition (L) No 14172 of 2021**. It offers a platform for eminent personalities, renowned journalists, academics, social workers, and common citizens to express their views.

Mr Nikhil Mangesh Wagle, a long-standing journalist/ Writer and Television Personality, also filed a **Public Interest Litigation Petition no 14204/2021**.

The two petitions challenged the **Information Technology (Intermediary Guidelines and Digital Media Ethics Code) Rules, 2021** (for short "the 2021 Rules"), on the ground that they are *ultra vires* the **Information Technology Act, 2000** (for short "the I.T. Act") and the provisions of **Articles 14, 19(1)(a) and 19(1)(g) of the Constitution**.

The UOI of India filed a short affidavit claiming that barring the two petitioners, nationally, over **95%** of digital news web portals have already complied with the new Regulations. It also did not want the Court to pass any interim order given the transfer petitions pending in the Supreme Court.

However, the High Court heard the arguments in great detail. It ultimately stayed some key provisions of **Rule 9**, affording substantial relief to the Petitioners. Key excerpts of the interim order are reproduced below:

- ◆ *Mr Khambata, learned senior counsel for the petitioners in the first petition and Mr Nevagi, learned counsel for the second petitioner in the second petition, has made extensive submissions in support of the interim prayers as made in the two petitions. It is their submission that the 2021 rules are ex-facie draconian, arbitrary. Patently ultra vires the provisions of the I.T. Act and the provisions of Articles 14, 19(1)(a) and 19(1)(g) of the Constitution, which guarantees fundamental rights to the petitioners. - Para 4.*
- ◆ *Insofar as Rule 9 is concerned, the petitioners have severely criticised, as noted above, as an affront on the guarantee of the right of freedom of free speech and expression conferred by Article 19(1)(a) of the Constitution. What is peculiar of Rule 9 is that the publishers referred to in Rule 8, namely, the publishers of news and current affairs content and publishers of online curated content, are under a mandatory obligation to observe and adhere to the Code of Ethics*

बंबई उच्च न्यायालय में अगिज प्रमोशन ऑफ नाइनटीनोनिया मीडिया प्रा.लि. व ओआरएस, एक कंपनी जो 'द लीफटेल' नामक एक डिजिटल समाचार वेब पोर्टल का स्वामित्व और संचालन करती है, ने 2021 की रिट याचिका संख्या **रिट याचिका (एल संख्या) संख्या 14172** दायर की। यह प्रतिष्ठित व्यक्तियों, प्रसिद्ध पत्रकारों, शिक्षाविदों, सामाजिक कार्यकर्ताओं, और आम नागरिकों को अपने विचार व्यक्त करने के लिए एक मंच प्रदान करता है।

श्री निखिल मंगेश वागले, काफी लंबे समय से पत्रकारिता से जुड़े पत्रकार/लेखक और टेलीविजन व्यक्तित्व ने भी एक **जनहित याचिका याचिका संख्या 14204/2021** दायर की।

दो याचिकाकर्ताओं ने **सूचना प्रौद्योगिकी (मध्यवर्ती दिशा निर्देश और डिजिटल मीडिया आचार संहिता) नियम 2021 (संक्षेप में 2021 नियम)** को इस आधार पर चुनौती दी कि वे **सूचना प्रौद्योगिकी अधिनियम 2000 (संक्षेप में 'आईटी अधिनियम' के लिए) और संविधान के अनुच्छेद 14, 19 (1) (ए) और 19(1)(जी) के प्रावधानों का उल्लंघन करते हैं।**

भारतीय यूओआई ने एक छोटा हलफनामा दायर किया जिसमें दावा किया गया कि दो याचिकाकर्ताओं को छोड़कर राष्ट्रीयस्तर पर **95%** से अधिक डिजिटल समाचार वेबपोर्टल पहले ही नियमों का अनुपालन कर चुके हैं। वे यह भी नहीं चाहते थे कि सुप्रीम कोर्ट में लंबित स्थानांतरण याचिकाओं को देखते हुए न्यायालय कोई अंतरिम आदेश पारित करे।

हालांकि हाई कोर्ट ने दलीलों को विस्तार से सुना। इसने अंततः **नियम 9** के कुछ प्रमुख प्रावधानों पर रोक लगा दी, जिससे याचिकाकर्ताओं को पर्याप्त राहत मिली। अंतरिम आदेश के मुख्य अंश नीचे प्रस्तुत हैं:

- ◆ पहली याचिका में याचिकाकर्ताओं के विद्वान वरिष्ठ वकील श्री खंबाटा और दूसरी याचिका में दूसरे याचिकाकर्ता के विद्वान वकील श्री नेवागी ने दो याचिकाओं में किये गये अंतरिम प्रार्थना के समर्थन में व्यापक अनुरोध किया है। उनका कहना है कि **2021 के नियम** के पूर्व दृष्टया कठोर, मनमाना हैं। **आई.टी. के प्रावधानों का पूरी तरह से उल्लंघन करता है।** अधिनियम और संविधान के **अनुच्छेद 14, 19(1)(ए) और 19(1)(जी)** के प्रावधान, जो याचिकाकर्ताओं को मौलिक अधिकारों की गारंटी देता है-**पैरा 4।**
- ◆ जहां तक **नियम 9** का संबंध है याचिकाकर्ताओं ने संविधान के **अनुच्छेद 19 (1)(ए)** द्वारा प्रदत्त अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता के अधिकार की गारंटी के अपमान के रूप में, जैसाकि ऊपर उल्लेख किया गया है, कड़ी आलोचना की है। **नियम 9** की खसियत यह है कि **नियम 8** में उल्लेखित प्रकाशक, अर्थात् समाचार और समसामयिक मामलों के सामग्री के प्रकाशक और ऑनलाइन क्यूरेट की गयी सामग्री के प्रकाशक में निर्धारित आचार संहिता का पालन और पालन करने के लिए अनिवार्य दायित्व के तहत है। जैसाकि ऊपर उल्लेख किया गया है परिशिष्ट में **आचार संहिता** है। **पैराग्राफ**

laid down in the Appendix annexed to the impugned Rules. The Appendix, as noted above, contains the Code of Ethics. In paragraph (1) it obligates adherence for news and current affairs content to norms of Journalistic Conduct of the Press Council of India under the Press Council Act, 1978 (for short, the P.C. Act); and of the Programme Code prescribed under Section 5 of the Cable Television Networks (Regulation) Act, 1995 (for short, the CTVN Act); it further prescribes that the content which is prohibited under any law for the time being in force shall not be published or transmitted. The petitioners have contended that the I.T. Act does not seek to censor the content on Internet; secondly, it is impermissible for the Central Government to have subordinate legislation in the form of Rule 9 inasmuch as it provides for restrictions which travel beyond the provisions of Section 69 A of the I.T. Act. Thirdly, the Rulemaking power itself, as exercised in framing the impugned rules, namely, the power under Section 87 sub-section (1) and clauses (z) and (zg) of sub-section (2) itself does not provide for the imposition of such restrictions. Para 21.

- ◆ *Considering the effect of such substantive provisions of the parent Act, in our opinion, Rule 9, prima facie, suffers from two illegalities. Firstly, it imposes an obligation on the publishers of news and current affairs content and publishers of online curated content to observe the Code of Ethics under a completely different statutory regime alien to the I.T. Act, namely, by applying norms of Journalistic Conduct of the Press Council of India under the P.C. Act and Programme Code under Section 5 of the CTVN Act. Further, Section 87 does not confer any power on the Central Government to frame rules contemplating such provisions under clauses (z) and (zg) of sub-section (2). Thus, it is difficult to accept the contention as urged by Mr Singh that Rule 9 is intended to carry out the provisions of the I.T. Act.*
- ◆ *Even otherwise, the I.T. Act does not seek to censor content on the Internet, except to the extent mentioned in Section 69 A thereof. Para 26.*
- ◆ *However, adherence and/or observance of moral standards in the code has been exalted to the status of mandatory compliance. One who violates the code does so at his own peril and would expose himself/itself to more rigorous action than the PCI Act envisages. It is, therefore, incomprehensible as to how*

(1) में यह प्रेस परिषद अधिनियम, 1978 (संक्षेप में पीसी अधिनियम) के तहत भारतीय प्रेस परिषद के पत्रकारिता आचारण के मानदंडों के लिए समाचार और समसामयिक मामलों की सामग्री के पालन के लिए बाध्य करता है और केबल टेलीविजन नेटवर्क (विनियम) अधिनियम, 1995 (संक्षेप में सीटीवीएन अधिनियम) की धारा 5 के तहत निर्धारित कार्यक्रम संहिता; यह आगे निर्धारित करता है कि किसी भी कानून के तहत प्रतिबंधित सामग्री को प्रकाशित या प्रसारित नहीं किया जायेगा। याचिकाकर्ताओं का कहना है कि आई.टी. अधिनियम इंटरनेट पर सामग्री को सेंसर नहीं करने का प्रयास करता है, दूसरे, केंद्र सरकार के लिए नियम 9 के रूप में अधिनियम कानून होना अनुमत है, क्योंकि यह उन प्रतिबंधों के लिए प्रदान करता है जो आईटी की धारा 69 ए के प्रावधानों से परे यात्रा करते हैं। तीसरा, नियम बनाने की शक्ति, जिसके अपेक्षित नियमों को तैयार करने में प्रयोग किया जाता है, अर्थात् धारा 87 उप-धारा (1) और उप-धारा (2) के खंड (जेड) और (जेडजी) के तहत शक्ति ऐसे प्रतिबंध लगाने के लिए प्रदान नहीं करती है, पैरा 21।

- ◆ मूल अधिनियम के ऐसे मूल प्रावधानों के प्रभाव को ध्यान में रखते हुए, हमारी राय में नियम 9 प्रथम दृष्टया दो अवैधताओं से ग्रस्त है। सबसे पहले यह समाचार और समसामयिक सामग्री के प्रकाशकों और ऑनलाइन क्यूरेट की गयी सामग्री के प्रकाशकों और ऑन लाइन क्यूरेट की गयी सामग्री के प्रकाशकों पर एक पूरी तरह से अलग वैधानिक शासन के तहत आचार संहिता का पालन करने के लिए एक दायित्व लगता है जो आईटी अधिनियम अर्थात् पीसी एक्ट के तहत भारतीय प्रेस परिषद के पत्रकारिता आचारण के मानदंडों और सीटीवीएन अधिनियम की धारा 5 के तहत अधिनियम व कार्यक्रम संहिता का पूरा पालन करता है। इसके अलावा धारा 87 केंद्र सरकार को उप-धारा (2) के खंड (जेड) और (जेडजी) के तहत ऐसे प्रावधानों पर विचार करते हुए नियम बनाने की कोई शक्ति प्रदान नहीं करती है। इस प्रकार श्री सिंह द्वारा आग्रह किये गये तर्क को स्वीकार करना मुश्किल है कि नियम 9 का उद्देश्य आईटी अधिनियम के प्रावधानों को लागू करना है।
- ◆ अन्यथा भी आईटी धारा 69ए में उल्लेखित सीमा को छोड़कर, अधिनियम इंटरनेट पर सामग्री को सेंसर करने का प्रयास नहीं करता है। पैरा 26।
- ◆ हालांकि आचार संहिता में नैतिक मानकों का पालन और/या पालन अनिवार्य अनुपालन की स्थिति तक बढ़ा दिया गया है। जो व्यक्ति संहिता का उल्लंघन करता है वह अपने जोखिम पर ऐसा करता है और पीसीआई अधिनियम की परिकल्पना की तुलना में अधिक कठोर कार्रवाई के लिए खुद को जिम्मेवार पायेगा। इसलिए यह

by subordinate legislation, contravention of such code laying down standards of moral behaviour could validly be made around for attracting action of the nature specified in **Rule 14(5) of the 2021 Rules. Para 27.**

- ◆ Also, the **Programme Code under Rule 6 of the Cable Television Networks Rules, 1994**, framed in terms of **Section 5 read with Section 22(2)(b) of the CTVN Act**, is mainly intended to provide a framework for the regulation of programme carried in the cable service. The various "do's" and "don'ts" of the **Programme Code** may be relevant for a programme carried in the cable service but per se cannot bind writers/editor/publishers of content on the Internet to express views that may be against good taste or even may not be decent. If a writer/editor/publisher has to adhere to or observe the **Programme Code** in toto, he would necessarily be precluded from criticising an individual in respect of his public life [see **Rule 6(1)(i). Para 28.**
- ◆ Dissent in democracy is vital. It is, however, the checks and balances that make democracy work. There can be no two opinions that a healthy democracy has developed on criticism and acceptance of contra views. Opinion based on criticism reinforces its acceptance in a democratic society. For proper administration of the State, it is healthy to invite criticism of all those in public service for the nation to have a structured growth. Still, with the **2021 Rules** in place, one would have to think twice before criticising any such personality, even if the writer/editor/publisher may have good reasons to do so without resorting to defamation and without inviting action under any other provision of law. Allowing the operation of the **2021 Rules** in its form and substance would result in the writer/editor/publisher standing the risk of being punished and sanctioned, should the inter-departmental committee be not in favour of criticism of any public figure. It is, therefore, quite possible that the writer/editor/publisher on contravention of the provisions of **clause (1) of Rule 9 of 2021 Rules**, but without even transgressing the boundaries set by **clause (2) of Article 19 of the Constitution**, may expose himself/itself to punishment/sanction under the **2021 Rules**. The indeterminate and wide terms of the Rules bring about a chilling effect on the right of freedom of speech and expression of writers/editors/publishers because they can be

समझ से बाहर है कि अधिनस्थ विधान द्वारा नैतिक व्यवहार के मानकों को निर्धारित करने वाली इस तरह की संहिता का उल्लंघन वेध रूप से **2021 के नियमों के नियम 14 (5)** में निर्दिष्ट प्रकृति की कार्रवाई को आकर्षित करने के लिए कैसे किया जा सकता है। **पैरा 27।**

- ◆ इसके अलावा **केबल टेलीविजन नेटवर्क नियम, 1994** के **नियम 6** के तहत **कार्यक्रम कोड**, जिसे **सीटीवीएन अधिनियम की धारा 22 (2)(बी)** के साथ पाठित **धारा 5** के अनुसार तैयार किया गया है, का उद्देश्य मुख्य रूप से निम्नलिखित के विनियमन के लिए एक ढांचा प्रदान करना है। **प्रोग्राम कोड** के विभिन्न 'क्या करें' और 'क्या न करें' केवल सेवा में किये जाने वाले कार्यक्रम के लिए प्रासंगिक हो सकते हैं, लेकिन इंटरनेट पर सामग्री के लेखकों/संपादकों/प्रकाशकों को ऐसे विचार व्यक्त करने के लिए बाध्य नहीं कर सकते हैं जो अच्छे स्वाद के विरुद्ध हो सकते हैं या सभ्य भी नहीं हो सकते हैं। यदि किसी लेखक/संपादक/प्रकाशक को **कार्यक्रम संहिता** का पूर्ण रूप से पालन करना है या उसका पालन करना है तो उसे अनिवार्य रूप से उसके सार्वजनिक जीवन के संबंध में किसी व्यक्ति की आलोचना करने से रोका जायेगा। **(नियम 6 (1)(आई) देखें।) पैरा 28।**
- ◆ लोकतंत्र में असहमति महत्वपूर्ण है। हालांकि यह जांच और संतुलन है जिससे लोकतंत्र मजबूत होता है। इसमें कोई दो राय नहीं हो सकती है कि एक स्वस्थ लोकतंत्र का विकास आलोचना और विपरीत विचारों की स्वीकृति पर हुआ है। आलोचना पर आधारित राय एक लोकतांत्रिक समाज में इसकी स्वीकृति को पुष्ट करती है, राज्य के समुचित प्रशासन के लिए राष्ट्र के संरचित विकास के लिए सार्वजनिक सेवा में लगे सभी लोगों की आलोचना को आमंत्रित करना स्वस्थ है। फिर भी **2021 के नियमों** के साथ किसी भी ऐसे व्यक्तित्व की आलोचना करने से पहले दो बार सोचना होगा, भले ही लेखक/संपादक/प्रकाशक के पास मानहानि का सहारा लिए बिना और कानून के किसी अन्य प्रावधान के तहत कार्रवाई को आमंत्रित किये बिना ऐसा करने के अच्छे कारण हों। यदि अंतर विभागीय समिति किसी सार्वजनिक हस्ती की आलोचना के पक्ष में नहीं तो **2021 के नियमों** को उसके स्वरूप और सार के रूप में लागू करने से लेखक/संपादक/प्रकाशक को दंडित और स्वीकृत किये जाने का जोखिम होगा। इसलिए यह बहुत संभव है कि लेखक/संपादक/प्रकाशक **2021 के नियम 9 के खंड (1)** के प्रावधानों के उल्लंघन पर, लेकिन संविधान के **अनुच्छेद 19 के खंड (2)** द्वारा निर्धारित सीमाओं को भी लांघे बिना **2021 के नियमों** के तहत खुद को सजा/मंजूरी के लिए उजागर कर सकता है। **नियमों की अनिश्चित और विस्तृत शर्तें लेखकों/संपादकों/प्रकाशकों के भाषण और अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता के अधिकार पर ठंडा प्रभाव डालती है**

hauled up for anything if such committee so wishes. The 2021 Rules are, thus, manifestly unreasonable and go beyond the I.T. Act, its aims, and provisions. Para 29.

- ◆ *Democracy would thrive only if the people of India regulate their conduct in accordance with the preambular promise that they took while giving themselves the Constitution. Liberty of thought is one of such promises. Exercising this liberty, expressions take shape. Should at least a part of Rule 9 of the 2021 Rules be not interdicted even at the interim stage, it would generate a pernicious effect. As it is, the constant fear of being hauled up for contravention of the Code of Ethics is a distinct possibility now. People will be starved of the liberty of thought and feel suffocated to exercise their right of freedom of speech and expression if they are made to live in present times of content regulation on the Internet with the Code of Ethics hanging over their head like the Sword of Damocles. This regime would run clearly contrary to the well-recognised Constitutional ethos and principles. Para 30.*
- ◆ *In our opinion, neither clause (z) nor clause (zg) of sub-section (2) of Section 87 under which the 2021 Rules are framed would confer any power on the Central Government to frame a provision like Rule 9. Thus, in our prima facie opinion, Rule 9 appears to be ultra vires the I.T. Act's provisions beyond the delegated power. Para 31.*
- ◆ *This apart, Rule 9 also prima facie appears to be infringing the constitutional guarantee of Freedom of Speech and Expression as conferred by Article 19(1)(a) in subjecting the publishers of news and current affairs content and publishers of online curated content subject to action under the statutory regime of the P.C. Act and the CTVN Act, which provides for an independent mechanism for any violation of the provisions of such legislation. We prima facie find much substance in the contentions as urged on behalf of the petitioner that such transgression of powers occupied by different legislations cannot be disrupted by subordinate legislation. Para 32.*
- ◆ *For the above reasons, as an interim relief on the petitions, we direct the stay of operation of sub-rules (1) and (3) of Rule 9 of the 2021 Rules. Ordered accordingly. Para 37.*

क्योंकि यदि ऐसी समिति चाहे तो उन्हें किसी भी चीज के लिए तैयार किया जा सकता है। इस प्रकार, 2021 के नियम स्पष्ट रूप से अनुचित हैं और आईटी अधिनियम के सीमा से उद्देश्य व प्रावधान से परे हैं, पैरा 29।

- ◆ लोकतंत्र तभी पनपेगा जब भारत के लोग अपने आचरण को उस प्रस्तावना के अनुसार विनियमित करेंगे जो कि उन्होंने खुद को संविधान देते समय लिया था। विचार की स्वतंत्रता ऐसे ही वादों में से एक है। इस स्वतंत्रता का प्रयोग करते हुए अभिव्यक्तियां आकार लेती हैं। क्या 2021 के नियम 9 के कम से कम एक हिस्से को अंतरिम चरण में भी बाधित नहीं किया जाना चाहिए, यह एक हानिकारक प्रभाव उत्पन्न करेगा। वैसे भी आचार संहिता के उल्लंघन के लिए पकड़े जाने का डर अब एक अलग संभावना है। लोगों को विचार की स्वतंत्रता से वंचित किया जायेगा और भाषण व अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता के अपने अधिकार का प्रयोग करने के लिए घुटन महसूस होगी यदि उन्हें इंटरनेट पर सामग्री विनियमन के वर्तमान समय में रहने के लिए बनाया जाता है, जिसके साथ आचार संहिता उनके सिर पर दामोक्लस की तलवार की तरह लटकी हुई है। यह शासन स्पष्ट रूप से मान्यता प्राप्त संवैधानिक लोकाचार और सिद्धांतों के विपरीत चलेगा। पैरा 30।
- ◆ हमारी राय में धारा 87 की उपधारा (2) का खंड (जेडजी) जिसके तहत 2021 नियम बनाये गये हैं, केंद्र सरकार को नियम 9 जैसे प्रावधान बनाने के लिए कोई शक्ति नहीं प्रदान करेगा। इस प्रकार हमारी प्रथम दृष्टया राय में, नियम 9 आईटी प्रत्यायोजित शक्ति से परे अधिनियम के प्रावधान प्रतीत होता है। पैरा 31।
- ◆ इसके अलावा नियम 9 भी प्रथम दृष्टया समाचार और समसामयिक सामग्री के प्रकाशकों और ऑनलाइन क्यूरेट की गयी सामग्री के प्रकाशकों के विषय में अनुच्छेद 19 (1)(ए) द्वारा प्रदत्त बोलने और अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता की संवैधानिक गारंटी का उल्लंघन प्रतीत होता है। पीसी के वैधानिक शासन के तहत कार्रवाई करने के लिए अधिनियम और सीटीवीएन अधिनियम, जो इस तरह के कानून के प्रावधानों के किसी भी उल्लंघन के लिए एक स्वतंत्र तंत्र प्रदान करता है। हम प्रथम दृष्टया याचिकाकर्ता की ओर से आग्रह किये गये तर्कों में बहुत अधिक सार पाते हैं कि विभिन्न विधानों द्वारा कब्जा की गयी शक्तियों के इस तरह के उल्लंघन को अधीनस्थ कानून द्वारा बाधित नहीं किया जा सकता है। पैरा 32।
- ◆ उपरोक्त कारणों से याचिकाओं पर अंतरिम राहत के रूप में हम 2021 नियमों के नियम 9 के उप-नियम (1) और (3) के संचालन पर रोक लगाने के निर्देश देते हैं। इसके अनुसार आदेश दिया। पैरा 37।

COMMENT:

The Bombay High Court stayed two provisions of the I.T. Rules – rules 9(1) and 9(3) – which say that digital news media and publishers should adhere to the 'Code of Ethics laid out in the rules. The Court made it applicable to the two petitioners. It held that

◆ *As far as we are concerned, we have found it prima facie to be an intrusion of the petitioner's rights under Article 19(1)(a). We have also held that it goes beyond the substantive law. Therefore, we have stayed clauses 9(1) and 9(3). The Rule is not stayed in its entirety."*

In the Aparna Purohit Tandav case where the appellant had filed an SLP while staying her proceedings by the U.P. Police on 06.03.2021, S.C. was provided with a copy of the Social/Digital media regulations of February 25, 2021 and had commented to the Solicitor General that the Regulations were more like guidelines. It observed that the new regulations lacked teeth as there is no provision for prosecution or fine. The Court expressed the view that without legislation, there cannot be an effective control. The S.G. "agreed" to provide a better draft. The Court recorded the statement of the S.G. It documented that

◆ *The S.G. submits that Government shall consider and take appropriate steps by regulation or legislation as may be found for by the Government. The same shall be placed before the Court.*

Nearly 6 months have passed since that assurance, but there is no sign of a new I.T. Act so far. However, press reports state it is probably under drafting by the Ministry of Electronics and Information Technology.

◆ *With the order of SC dated 2nd September 2021, all challenges to Social Media/Digital and Cable Regulations stand transferred to SC which will hear the matters after 6 weeks. This will bring a finality to the plethora of legal challenges to government initiatives from February 2021-August 2021. ■*

टिप्पणी

बॉम्बे हाई कोर्ट ने आईटी के दो प्रावधानों पर रोक लगा दी है, नियम 9(1) और नियम 9(3), जो बताता है कि डिजिटल समाचार मीडिया और प्रकाशकों को नियमों में निर्धारित आचार संहिता का पालन करना चाहिए। कोर्ट ने इसे दो याचिकाकर्ताओं पर लागू कर दिया। इसने यह माना है कि

◆ *जहां तक हमारा संबंध है हमने इसे प्रथम दृष्टया अनुच्छेद 19(1)(ए) के तहत याचिकाकर्ता के अधिकारों का अतिक्रमण पाया है। हमने यह भी माना है कि यह मूल कानून से परे है। इसलिए हमने खंड 19(1) और 19(3) पर रोक लगा दी है। नियम पूरी तरह से रूका नहीं है।'*

अपर्णा पुरोहित तांडव मामले में जहां अपीलकर्ता ने 06.03.2021 को यूपी पुलिस द्वारा अपनी कार्यवाही पर रोक लगाते हुए एक एसएलपी दायर किया था, एसजी को 25 फरवरी 2021 के सोशल/डिजिटल मीडिया नियमों की एक प्रति प्रदान की गयी थी और सॉलिसिटर जनरल ने टिप्पणी की थी कि विनियम दिशानिर्देशों की तरह अधिक थे। यह देखा गया कि नये नियमों में बहुत सारी खामियां हैं क्योंकि अभियोजन या जुर्माने का कोई प्रावधान नहीं है। न्यायालय ने विचार व्यक्त किया कि कानून के बिना प्रभावी नियंत्रण के नहीं हो सकता है। एसजी एक बेहतर मसौदा प्रदान करने पर सहमत हो गये। कोर्ट ने एसजी का बयान दर्ज किया। उन्होंने बताया कि

◆ *एसजी का निवेदन है कि सरकार विनियम या कानून द्वारा उचित कदम उठायेगी और विचार करेगी जैसाकि सरकार द्वारा पाया जा सकता है। इसे कोर्ट के सामने रखा जायेगा।*

उस आश्वासन को लगभग 6 महीने बीत गये हैं लेकिन नये आईटी कानून का अभी तक कोई संकेत नहीं है। हालांकि प्रेस रिपोर्ट में कहा गया है कि यह संभवतः इलेक्ट्रॉनिक्स और सूचना प्रौद्योगिकी मंत्रालय द्वारा मसौदा तैयार किया जा रहा है।

◆ *सुप्रीम कोर्ट के दिनांक 2 सितंबर 2021 के आदेश के साथ सोशल मीडिया/डिजिटल और केवल विनियमों की सभी चुनौतियों को सुप्रीम कोर्ट में स्थानांतरित कर दिया गया है जो 6 सप्ताह के बाद मामलों की सुनवाई करेगी। यह फरवरी 2021 से अगस्त 2021 के बीच सभी सरकारी पहलों के लिए उपस्थित कानूनी चुनौतियों की अधिकता को अंतिम रूप देगी। ■*