



भारत का राजपत्र The Gazette of India

सी.जी.-डी.एल.-अ.-15092026-276197
CG-DL-E-15092026-276197

असाधारण
EXTRAORDINARY

भाग III—खण्ड 4
PART III—Section 4

प्राधिकार से प्रकाशित
PUBLISHED BY AUTHORITY

सं. 552]

नई दिल्ली, बृहस्पतिवार, सितम्बर 10, 2026/ भाद्र 19, 1948

No. 552]

NEW DELHI, THURSDAY, SEPTEMBER 10, 2026/ BHADRA 19, 1948

भारतीय दूरसंचार विनियामक प्राधिकरण

अधिसूचना

नई दिल्ली, 10 सितंबर, 2026

फा. सं. आरजी-7/1/(1)/2023-बी एंड सीएस (1 और 3) — भारतीय दूरसंचार विनियामक प्राधिकरण अधिनियम, 1997 (1997 का 24) की धारा 36 द्वारा प्रदत्त शक्तियों का प्रयोग करते हुए, भारतीय दूरसंचार विनियामक प्राधिकरण सेवा की गुणवत्ता के मानक (टेलीविजन चैनलों में विज्ञापन की अवधि) विनियम, 2012 (2012 का 15) को निरस्त करने के लिए एतद्वारा निम्नलिखित विनियम बनाता है, अर्थात्:—

सेवा की गुणवत्ता के मानक (टेलीविजन चैनलों में विज्ञापन की अवधि) (निरसन) विनियम, 2026

(2026 का 4)

1. संक्षिप्त शीर्षक और प्रारंभ— (1) इन विनियमों को “सेवा की गुणवत्ता के मानक (टेलीविजन चैनलों में विज्ञापन की अवधि) (निरसन) विनियम, 2026” कहा जाएगा।

(2) ये विनियम आधिकारिक राजपत्र में उनके प्रकाशन की तिथि से लागू होंगे।

2. निरसन और बचत - (1) इन विनियमों के लागू होने पर, सेवा की गुणवत्ता के मानक (टेलीविजन चैनलों में विज्ञापन की अवधि) विनियम, 2012 (2012 का 15) एवं उनके अधीन जारी सभी आदेशों और निर्देशों को निरस्त माना जाएगा।

(2) सेवा की गुणवत्ता के मानक (टेलीविजन चैनलों में विज्ञापन की अवधि) विनियम, 2012 (2012 का 15) का निरसन उक्त विनियमों के पूर्व संचालन और उसके तहत जारी किए गए किसी भी निर्देश या आदेश या वैधता, प्रभाव या पहले से

की गई किसी भी कार्यवाही या की गई कार्रवाई, या किए जाने या किए जाने के लिए कथित, या किए जाने के लिए छोड़े गए या उसके तहत परिणाम के भुगतने को प्रभावित नहीं करेगा।

अशोक कुमार झा, सचिव (प्रभारी), भादूविप्रा

[विज्ञापन-III/4/असा./321/2026-27]

टिप्पणी: व्याख्यात्मक ज्ञापन “सेवा की गुणवत्ता के मानक (टेलीविजन चैनलों में विज्ञापन की अवधि) (निरसन) विनियम, 2026” के उद्देश्यों और कारणों की व्याख्या करता है।

व्याख्यात्मक ज्ञापन

1. पृष्ठभूमि

1.1 14 मई, 2012 को, भारतीय दूरसंचार विनियामक प्राधिकरण अधिनियम, 1997 की धारा 36 के साथ पठित धारा 11 की उपधारा (1) के खंड (ख) के उपखंड (i) और (v) तथा भारत सरकार, संचार एवं सूचना प्रौद्योगिकी मंत्रालय (दूरसंचार विभाग) की अधिसूचना संख्या 39 द्वारा प्रदत्त शक्तियों का प्रयोग करते हुए सेवा की गुणवत्ता के मानक (टेलीविजन चैनलों में विज्ञापन की अवधि) विनियम, 2012 (2012 का 15) अधिसूचित किया गया था। सेवा की गुणवत्ता के उपाय के रूप में इन विनियमों में, अन्य बातों के साथ, यह उपबंध किया गया था कि कोई भी प्रसारक एक क्लॉक आवर में बारह मिनट से अधिक विज्ञापन प्रसारित नहीं करेगा, ताकि विज्ञापन की अवधि की प्रभावी निगरानी की जा सके और यह सुनिश्चित किया जा सके कि प्रसारक केवल टेलीविजन नेटवर्क नियम, 1994 के नियम 7 के उप-नियम (11) का अनुपालन करें। इसके अतिरिक्त, खेल-स्पर्धा के सीधे प्रसारण के दौरान विज्ञापनों के प्रसारण, विज्ञापन सत्रों के बीच न्यूनतम समय अंतराल, आंशिक-स्क्रीन और ड्राप-डाउन विज्ञापनों पर निषेध तथा कार्यक्रमों और विज्ञापनों के ऑडियो स्तर में समता संबंधी शर्तें निहित की गई थीं।

1.2 उक्त विनियमों को कुछ प्रसारकों द्वारा माननीय दूरसंचार विवाद समाधान एवं अपील अधिकरण (टीडीसैट) में चुनौती दी गई थी। टीडीसैट में प्रसारकों द्वारा उठाए गए मुद्दों पर विचार करते हुए, प्राधिकरण ने उक्त विनियमों का पुनर्विलोकन करने का निर्णय लिया। उचित परामर्श प्रक्रिया के पश्चात् उक्त विनियमों को सेवा की गुणवत्ता के मानक (टेलीविजन चैनलों में विज्ञापन की अवधि) (संशोधन) विनियम, 2013 (2013 का 3) द्वारा, जो 22 मार्च, 2013 को अधिसूचित हुए, संशोधित किया गया जिसके द्वारा विनियम 3 के अधीन एक क्लॉक आवर में विज्ञापनों की बारह मिनट की अधिकतम सीमा को बनाए रखते हुए, विनियम 4 के अधीन उपभोक्ताओं के हितों की सुरक्षा करने या विनियमों का अनुपालन सुनिश्चित करने के लिए सेवा प्रदाताओं को आदेश या निदेश जारी करने का अधिकार प्राधिकरण को दिया गया; तथा विनियम 5 के अधीन प्रसारकों के लिए रिपोर्टिंग की आवश्यकता भी तय की गई।

1.3 कुछ प्रसारकों ने विनियमों के प्रावधानों को माननीय दिल्ली उच्च न्यायालय के समक्ष रिट याचिका (सिविल) सं. 7989/2013, शीर्षक मैसर्स न्यूज ब्रॉडकास्टर्स एसोसिएशन और अन्य बनाम भादूविप्रा तथा अन्य संबंधित मामलों में चुनौती दी थी। माननीय दिल्ली उच्च न्यायालय ने अपने दिनांक 29.05.2026 के निर्णय यथासंशोधित 03.07.2026 में, रिट याचिकाओं के इस समूह को खारिज कर दिया और यह निर्णय किया कि केवल टेलीविजन नेटवर्क नियम, 1994 का नियम 7(11) तथा विज्ञापन-अवधि विनियमों का विनियम 3 विनियामक शक्ति का संवैधानिक रूप से वैध इस्तेमाल है, जो प्रसारकों के अधिकारों और प्रसारण स्पेक्ट्रम के कुशल तथा निष्पक्ष उपयोग में लोकहित के बीच आनुपातिक संतुलन स्थापित करते हैं।

2. केंद्र सरकार का निर्णय और निरसन का औचित्य

2.1 सूचना और प्रसारण मंत्रालय (एमआईवी) ने 14.08.2026 की प्रेस विज्ञप्ति के माध्यम से सीटीएन नियम, 1994 के तहत टेलीविजन चैनलों के लिए तय 12 मिनट की विज्ञापन अवधि की सीमा को हटाने के सरकार के निर्णय की घोषणा की। प्रेस विज्ञप्ति के अनुसार, यह सीमा 2006 में लागू की गई थी, जब केवल 62 टेलीविजन चैनल थे और उस समय मुख्य डिस्ट्रीब्यूशन प्लेटफॉर्म एनालॉग मोड में केवल टीवी था, जिसकी क्षमता सीमित थी और जो उपभोक्ताओं को बहुत कम विकल्प देता था। तब से डिस्ट्रीब्यूशन पूरी तरह से डिजिटल हो गया है; अब डीटीएच, केबल टीवी, हिट्स और आईपीटीवी प्लेटफॉर्म मिलकर 300 से 500 या उससे ज्यादा चैनल वहन करते हैं, जिससे बाजार में पर्याप्त प्रतिस्पर्धा और उपभोक्ताओं के लिए विकल्प मौजूद हैं। टीवी प्रसारण क्षेत्र में आए बदलावों को देखते हुए, मंत्रालय ने विज्ञापन की अवधि से जुड़े नियमों पर फिर से विचार करने की ज़रूरत महसूस की। यह क्षेत्र विज्ञापन पर बहुत ज्यादा निर्भर है, चाहे 'पे' चैनल हो या 'फ्री-टू-

एयर'। इसके अलावा, पारंपरिक टीवी चैनलों और डिजिटल मीडिया के बीच समान अवसर नहीं थे, क्योंकि डिजिटल मीडिया पर विज्ञापन की सीमा से जुड़ा कोई नियम नहीं है। मंत्रालय का मानना था कि बाज़ार में पर्याप्त प्रतिस्पर्धा है, इसलिए टेलीविज़न प्रसारण क्षेत्र में निष्पक्ष प्रतिस्पर्धा और ईज़ ऑफ़ डूइंग बिज़नेस को बढ़ावा देने के लिए विज्ञापन की अवधि की सीमा को हटाने का निर्णय लिया गया।

2.2 उक्त नीतिगत निर्णय के परिणामस्वरूप, एमआईबी ने 21.08.2026 को एक राजपत्र अधिसूचना जारी की, जिसके द्वारा सीटीएन नियम, 1994 के नियम 7 के उप-नियम (11) को हटा दिया गया है।

2.3 चूंकि भादूविप्रा के 2012 के विनियम और उनका 2013 का संशोधन सीटीएन नियम, 1994 के प्रावधानों की प्रभावी निगरानी और अनुपालन सुनिश्चित करने, उपभोक्ताओं की सेवा की गुणवत्ता और उनके देखने के अनुभव को सुरक्षित रखने के लिए बनाए गए थे, इसलिए केंद्र सरकार द्वारा सीलिंग हटाए जाने के बाद भी इन नियमों के तहत एक समानांतर सीमा और उससे जुड़ी तिमाही रिपोर्टिंग की ज़रूरत को बनाए रखना उसी पाबंदी को जारी रखने जैसा होगा जिसे सरकार ने हटाने का निश्चय किया है। अतः सेवा की गुणवत्ता के मानक (टेलीविज़न चैनलों में विज्ञापन की अवधि) विनियम, 2012 तथा इसके तहत जारी सभी आदेश और निर्देश, सीटीएन नियम, 1994 से असंगत प्रतीत होते हैं। भादूविप्रा अपने अधिदेश क्षेत्र के अनुसार, उपभोक्ता संरक्षण और सेवा की गुणवत्ता को ध्यान में रखते हुए विज्ञापन की सीमाओं पर दोबारा विचार करने का अधिकार सुरक्षित रखता है।

अतः, केंद्र सरकार के निर्णय के साथ संगति बनाए रखने तथा केबल टेलीविज़न नेटवर्क नियम, 1994 के नियम 7(11) को हटाने को ध्यान में रखते हुए जिसमें विज्ञापनों की अवधि की सीमा तय की गई थी, प्राधिकरण ने सेवा की गुणवत्ता के मानक (टेलीविज़न चैनलों में विज्ञापन की अवधि) विनियम, 2012 (2012 का 15) और इसके तहत जारी सभी आदेशों और निर्देशों को निरस्त करने का निर्णय किया है।

अस्वीकरण: यह सेवा की गुणवत्ता के मानक (टेलीविज़न चैनलों में विज्ञापन की अवधि) (निरसन) विनियम, 2026 मूल रूप से अंग्रेजी में लिखे गए सेवा की गुणवत्ता के मानक (टेलीविज़न चैनलों में विज्ञापन की अवधि) (निरसन) विनियम, 2026 का हिन्दी अनुवाद है। किसी भी विसंगति के मामले में, अंग्रेजी में लिखा गया सेवा की गुणवत्ता के मानक (टेलीविज़न चैनलों में विज्ञापन की अवधि) (निरसन) विनियम, 2026 मान्य होगा।

TELECOM REGULATORY AUTHORITY OF INDIA NOTIFICATION

New Delhi, the 10th September, 2026

F. No. RG-7/1/(1)/2023-B AND CS (1AND 3) — In exercise of the powers conferred by section 36 of the Telecom Regulatory Authority of India Act, 1997 (24 of 1997), the Telecom Regulatory Authority of India hereby makes the following regulations to repeal the Standards of Quality of Service (Duration of Advertisements in Television Channels) Regulations, 2012 (15 of 2012), namely:

THE STANDARDS OF QUALITY OF SERVICE (DURATION OF ADVERTISEMENTS IN TELEVISION CHANNELS) (REPEALING) REGULATIONS, 2026

(4 of 2026)

1. **Short title and commencement.** — (1) These regulations may be called the Standards of Quality of Service (Duration of Advertisements in Television Channels) (Repealing) Regulations, 2026.

(2) They shall come into force from the date of their publication in the Official Gazette.

2. **Repeal and Savings.** — (1) On coming into force of these regulations, the Standards of Quality of Service (Duration of Advertisements in Television Channels) Regulations, 2012 (15 of 2012) along with all orders and directions issued thereunder shall stand repealed.

- (2) The repeal of the Standards of Quality of Service (Duration of Advertisements in Television Channels) Regulations, 2012 (15 of 2012) shall not affect the previous operation of the said regulations and any direction or order issued thereunder, or validity, effect or consequences of anything already done or any action taken, or purported to have been done or taken, or omitted to be done or suffered thereunder.

ASHOK KUMAR JHA, Secy. I/C, TRAI

[ADVT.-III/4/Exty./321/2026-27]

Note: The Explanatory Memorandum explains the objects and reasons of the “Standards of Quality of Service (Duration of Advertisements in Television Channels) (Repealing) Regulations, 2026”.

EXPLANATORY MEMORANDUM

1. Background

1.1 The Standards of Quality of Service (Duration of Advertisements in Television Channels) Regulations, 2012 (15 of 2012) was notified on the 14th May, 2012, in exercise of powers conferred by section 36 read with sub clauses (i) and (v) of clause (b) of sub-section (1) of section 11 of the Telecom Regulatory Authority of India Act, 1997, read with the notification of the Government of India, in the Ministry of Communication and Information Technology (Department of Telecommunications), No. 39. These regulations as a quality of service measure provided, *inter alia*, that no broadcaster shall carry advertisements exceeding twelve minutes in a clock hour, to effectively monitor the duration of advertisement and to ensure that the broadcasters comply with rule 7, sub-rule (11) of Cable Television Networks Rules, 1994 (CTN Rules, 1994), and additionally prescribed conditions on carriage of advertisements during live sporting events, minimum time gaps between advertisement sessions, prohibition on part-screen and drop-down advertisements and parity of audio levels between programmes and advertisements.

1.2 The said regulations were challenged by some of the broadcasters in the Hon’ble Telecom Disputes Settlement and Appellate Tribunal (TDSAT). Considering the issues raised by broadcasters in TDSAT, the Authority decided to revisit the said regulations. Following due consultation process, the said regulations was subsequently amended by the Standards of Quality of Service (Duration of Advertisements in Television Channels) (Amendment) Regulations, 2013 (3 of 2013), notified on the 22nd March 2013, which, while retaining only the twelve-minute ceiling for advertisements in a clock hour under Regulation 3, empowered the Authority to issue order or direction to service providers to protect the interests of the subscribers or for ensuring compliance of the regulations under Regulation 4; and a reporting requirement by broadcasters under Regulation 5.

1.3 Some of the broadcasters had challenged the provisions of the Regulations before the Hon’ble High Court of Delhi in WP (C) No. 7989/2013 titled as M/s News Broadcasters Association & others Vs TRAI and other connected matters. The Hon’ble High Court of Delhi in its judgement dated 29.05.2026, as amended on 03.07.2026 has dismissed the batch of writ petitions and ruled that the Rule 7(11) of the Cable Television Networks Rules, 1994 and Regulation 3 of Ad-Cap Regulations constitute a constitutionally valid exercise of regulatory power, striking a proportionate balance between broadcaster rights and the public interest in efficient and fair use of broadcast spectrum.

2. Decision of the Central Government and justification for repeal

2.1 The Ministry of Information and Broadcasting (MIB), vide a Press Release dated 14.08.2026, announced the Government's decision to remove the 12-minute advertisement duration cap for television channels prescribed under the CTN Rules, 1994. As per the press

release, the ceiling was introduced in 2006, when there were only 62 television channels and the principal distribution platform at that time was cable TV in analog mode with limited carriage capacity which offered very limited choice to the consumers. Distribution has since been completely digitised, with DTH, Cable TV, HITS and IPTV platforms now together carrying 300 to 500 channels or more, resulting in adequate competition and consumer choice in the market. In view of the changes that have occurred in the TV broadcasting sector, the Ministry felt the need to revisit the stipulations relating to advertisement duration. The sector is heavily dependent on advertising irrespective of whether the channel is 'pay' or 'free-to-air'. Further there was a non-level playing field for traditional TV channels vis-à-vis digital media, where no such stipulation on advertisement cap regulation exists. The Ministry had a view that there exists adequate competition in the market and therefore decided to remove the advertisement duration cap to enable fair competition and ease of doing business for the television broadcasting sector.

2.2 Consequent upon the said policy decision, MIB issued a Gazette Notification dated 21.08.2026, whereby sub-rule (11) of rule 7 of the CTN Rules, 1994 has been omitted.

2.3 Since TRAI's regulations of 2012 and its amendment of 2013 was made to effectively monitor and ensure compliance with the provisions of the CTN Rules, 1994, safeguarding the quality of service and viewing experience of consumers, the continuation of a parallel cap and an associated quarterly reporting requirement under these regulations, after withdrawal of the ceiling by the Central Government, would perpetuate the very restriction that the Government has decided to remove. Therefore, the Standards of Quality of Service (Duration of Advertisements in Television Channels) Regulations, 2012 along with all orders and directions issued thereunder, appears to be inconsistent with the CTN Rules, 1994. TRAI, in accordance with its mandate, reserves the right to revisit the advertising limits in view of consumer protection and quality of service.

Hence, in order to maintain consistency with the decision of the Central Government, and in view of the omission of the Rule 7(11) of Cable Television Networks Rules, 1994, prescribing advertisement duration cap, the Authority has decided to repeal the Standards of Quality of Service (Duration of Advertisements in Television Channels) Regulations, 2012 (15 of 2012) along with all orders and directions issued thereunder.