

सं. 4407/13/2019-बीसी-1
भारत सरकार
सूचना और प्रसारण मंत्रालय
ए विंग, शास्त्री भवन
नई दिल्ली- 110 001

दिनांक: 04 दिसम्बर, 2020

सभी निजी सेटेलाइट चैनलों के लिए

विषय: ऑनलाइन गेमिंग, भ्रामक खेलों आदि के विज्ञापनों पर सलाह।

यह सूचना और प्रसारण मंत्रालय के संज्ञान में आया था कि बड़ी संख्या में ऑनलाइन गेमिंग, भ्रामक खेलों आदि के विज्ञापन टेलीविजन पर दिखाए जा रहे हैं। यह चिंता व्यक्त की गई कि इस तरह के विज्ञापन भ्रामक प्रतीत होते हैं, उपभोक्ताओं को सही रूप से वित्तीय लाभ नहीं देते हैं और इसके साथ जुड़े अन्य जोखिम, केबल टेलिविजन नेटवर्क (विनियमन) अधिनियम, 1995 और उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 2019 के तहत निर्धारित विज्ञापन नियमावली के अनुरूप नहीं हैं। तदनुसार, सूचना और प्रसारण मंत्रालय ने उपभोक्ता मामले मंत्रालय एवं इलेक्ट्रॉनिक्स और सूचना प्रौद्योगिकी मंत्रालय के साथ भारतीय विज्ञापन मानक परिषद (एएससीआई), न्यूज ब्रॉडकास्टर्स एसोसिएशन (एनबीए), इंडियन ब्रॉडकास्टिंग फाउंडेशन (आईबीएफ), ऑल इंडिया गेमिंग फेडरेशन (एआईजीएफ), फेडरेशन ऑफ इंडियन फैंटेसी स्पोर्ट्स (एफआईएफएस) और ऑनलाइन रूमी फेडरेशन (ओआरएफ) के हितधारकों के साथ 18.11.2020 को एक बैठक बुलाई।

2. विचार-विमर्श और परामर्श के बाद, यह सहमति हुई कि एएससीआई विज्ञापनदाताओं और प्रसारणकर्ताओं के लाभ के लिए एक उचित दिशानिर्देश जारी करेगा ताकि यह सुनिश्चित हो सके कि विज्ञापन पारदर्शी हों और उपभोक्ताओं के

हितों की सुरक्षा करें। 24.11.2020 की एक प्रेस विज्ञप्ति के माध्यम से, एएससीआई ने दिशा-निर्देश जारी किए गए हैं, जिसकी एक प्रति संलग्न है। एएससीआई ने प्रस्ताव दिया है कि ये दिशानिर्देश 15 दिसंबर, 2020 से प्रभावी होंगे।

3. उपरोक्त को ध्यान में रखते हुए, सभी प्रसारणकर्ताओं को सलाह दी जाती है कि एएससीआई द्वारा जारी दिशानिर्देशों को संगृहित किया जाता है और टेलीविजन पर प्रसारित विज्ञापनों में एएससीआई के उपरोक्त दिशानिर्देशों का पालन किया जाना चाहिए। यह भी सुनिश्चित किया जा सकता है कि विज्ञापन ऐसी किसी भी गतिविधि को प्रोत्साहन न देते हों जो संविधि अथवा कानून द्वारा निषिद्ध हैं। यह सक्षम प्राधिकारी की स्वीकृति के साथ जारी किया गया है।

संलग्न: उपरोक्तानुसार।

(जी.सी.अरोन)

निदेशक (बीसी)

दूरभाष: 23386393

प्रतिलिपि:

1. सुश्री मनीषा कपूर, महासचिव, भारतीय विज्ञापन मानक परिषद (एएससीआई, 717/बी, औरस चैंबर, एस एस अमृतवार मार्ग, वरली, मुंबई-400018. (contact@ascionline.org, manisha@acionline.org)
2. सुश्री एनी जोसेफ, महासचिव, न्यूज ब्रॉडकास्टर्स एसोसिएशन (एनबीए), मंटी हाऊस, सी-56/5, तृतीय तल सैक्टर 62, नोएडा, उत्तर प्रदेश-201301. (nba@nbanewdelhi.com)

3. श्री राधाकृष्णनन, सचिव, इंडियन ब्रॉडकास्टिंग फाउंडेशन (आईबीएफ), बी-304, अंसल प्लाजा, तृतीय तल, खेलगांव मार्ग, नई दिल्ली- 110049 (ibf@ibfindia.com)
4. ऑल इंडिया गेमिंग फेडरेशन (एआईजीएफ), 928, 9वाँ तल, यूनिट नं-9, कॉरपोरेट पार्क-II, स्वास्तिक चैम्बर्स के निकट, वी.एन.पूरव मार्ग, मुंबई-400071. (relation@aigf.in)
5. फेडरेशन ऑफ इंडियन फैंटेसी स्पोर्ट्स (एफआईएफएस), 1901, ए-विंग, नमन मिडटाउन, सेनापति बापट मार्ग, एलफिनस्टोन-वेस्ट मुंबई, मुंबई-400013. (anwar@fifs.in)
6. द ऑनलाइन रूमी फेडरेशन (ओआरएफ), 011/ए, केरल टाउन, बी-जे, पटेल रोड, मलाड वेस्ट, मुंबई-400064. (contact@torg.in)

**24.11.2020 को भारतीय विज्ञापन मानक परिषद (एएससीआई) द्वारा
ऑनलाइन गेमिंग पर जारी दिशा-निर्देश
(15 दिसम्बर, 2020 से प्रभावी)**

1. कोई भी गेमिंग विज्ञापन, 18 वर्ष से कम आयु अथवा 18 वर्ष से कम आयु का प्रतीत होने वाले किसी भी व्यक्ति को वास्तविक धनराशि जीतने के लिए खेले जा रहे ऑनलाइन खेल में शामिल नहीं दिखा सकता, अथवा ऐसा व्यक्ति इन खेलों को खेल सकता है इसका सुझाव नहीं दे सकता।

2. इस तरह के हर गेमिंग विज्ञापन में निम्नलिखित अस्वीकरण होना चाहिए:

ए. मुद्रण/ स्थैतिक: इस गेम में वित्तीय जोखिम शामिल है और यह व्यसनकारी हो सकता है।

i. इस तरह के अस्वीकरण के लिए विज्ञापन में 20 प्रतिशत से कम जगह नहीं होनी चाहिए।

ii. इसे एससीआई कोड में विशेष रूप से निर्धारित अस्वीकरण दिशा-निर्देशों 4 (i) (ii) (iv) और (viii) को पूरा करना चाहिए।

बी. श्रव्य/दृश्य: “इस गेम में वित्तीय जोखिम शामिल है और यह व्यसनकारी हो सकता है। कृपया जिम्मेदारी से और अपने जोखिम पर खेलें।”

i. इस तरह के अस्वीकरण को विज्ञापन के अंत में सामान्य बोलचाल की गति में रखा जाना चाहिए।

ii. यह विज्ञापन में बोले जाने वाली भाषा में ही होना चाहिए।

iii. श्रव्य-दृश्य माध्यमों के लिए, अस्वीकरण को श्रव्य और दृश्य दोनों माध्यमों में होना चाहिए।

3. विज्ञापनों को आय के अवसर या वैकल्पिक रोजगार विकल्प के रूप में वास्तविक धनराशि की जीत के लिए ऑनलाइन गेमिंग के तौर पर पेश नहीं किया जाना चाहिए।

4. विज्ञापनों को यह सुझाव नहीं देना चाहिए कि गेमिंग गतिविधि में शामिल व्यक्ति किसी भी तरह से दूसरों की तुलना में अधिक सफल हैं।
