अध्याय XV

विज्ञापन प्रसारण

(केन्द्रीय विक्रय एकांश तथा विविध भारती सहित)

प्रस्तावना

15.1.1 भारत में रेडियो पर विज्ञापन वास्तव में भारत में प्रसारण के साथ ही शुरू हुआ। इंडियन ब्राडकास्टिंग कम्पनी ने अपना कार्य जुलाई, 1927 में शुरू किया था। यह अपने खर्चे के कुछ भाग को पूरा करने के लिए विज्ञापन घोषणा और प्रायोजित दोनों प्रकार के विज्ञापनों का प्रयोग करती थी। यह 1934 तक चलता रहा। उस समय सरकार पर दबाव पड़ा। फलस्वरूप सरकार को विज्ञापन कार्य बन्द कर देना पड़ा। इस पर पुनर्विचार होता रहा और चन्दा समिति की रेडियो पर विज्ञापन प्रसारण आरम्भ करने की दृढ़ सिफारिश इसी पुनर्विचार का परिलाभ थी। अन्ततः भारत सरकार ने आकाशवाणी की विविध भारती सेवा में विज्ञापन प्रसारण आरम्भ करने का निश्चय किया।

15.1.2 विविध भारती सेवा को जिसे पहले अखिल भारतीय विविध कार्यक्रम के नाम से जाना जाता था यह सेवा 3 अक्टूबर, 1957 को शुरू हुई। मुख्यालय में मनोरंजन कार्यक्रम केन्द्रीय रूप से तैयार किए जाते थे तथा ये केन्द्रों को छोटे मीडियम वेव ट्रांसमीटरों पर प्रसारित करने के लिए भेजे जाते थे। 1959 में जिनेवा में हुए प्रशासनिक रेडियो सम्मेलन में लिए गए कुछ निर्णयों के परिणामस्वरूप भारत के लिए यह आवश्यक हो गया कि इस देश को आबंटित मध्यम तरंग आवृत्तियों के उपयोग के लिए तत्काल कदम उठाए। तदनुसार मध्यम तरंग विस्तार के लिए एक विकास कार्यक्रम तैयार किया था। इस कार्यक्रम में उस क्षेत्र में मध्यम तरंग सेवा की व्यवस्था की गई जहां अभी तक यह सेवा उपलब्ध नहीं थी और मध्यम तरंग पर विविध भारती कार्यक्रम चालू किया गया। इसका परिणाम यह हुआ कि विविध भारती का विस्तार हुआ और इससे प्राइमरी चैनल द्वारा प्रदान की जा रही सेवा का वैकल्पिक श्रवण प्रदान किया गया।

15.1.3 बम्बई, पुणे और नागपुर ऐसे पहले केन्द्र थे जिनसे 1 नवम्बर, 1967 से विज्ञापन प्रसारण शुरू हुआ। विविध भारती को वाहक सेवा बनाया गया और विविध भारती कार्यक्रमों को प्रसारित करने वाले ट्रांसमिटरों को चरणबद्ध तरीके से विज्ञापन प्रसारण केन्द्रों में बदल दिया गया। अन्य केन्द्रों से विज्ञापन प्रसारण शुरू होने की तारीखें इस प्रकार हैं:—

कलकत्ता	15-10-1968
दिल्ली	1-4-1969
मद्रास-तिरुचि	13-4-1969
चंडीगढ़-जालंधर	14-10-1970
बंगलौर-धारवाड़	18-10-1970
अहमदाबाद-राजकोट	29-11-1970
कानपुर-लखनऊ-इलाहाबाद	27-12-1970
हैदराबाद-विजयवाड़ा	21-3-1971
भोपाल-इन्दौर	1-5-1975
जयपुर-जोधपुर	1-5-1975
त्रिवेन्द्रम-कालीकट	1-5-1975
पटना-रांची	1-5-1975
कटक	1-5-1975
श्रीनगर	1-7-1975

15.1.4 28-3-68 तक विज्ञापन प्रसारण सेवा का सम्पूर्ण कार्य उपमहानिदेशक (विज्ञापन प्रसारण) देखते थे। जिनका मुख्यालय बम्बई में था। जब उपमहानिदेशक का मुख्यालय दिल्ली अंतरित कर दिया गया तो इसका कार्य अस्थायी रूप से केन्द्र निदेशक, बम्बई को सौंप दिया गया।

CHAPTER XV

COMMERCIAL BROADCASTING
(Including C.S.U. and Vividh Bharati)

15.1.1. Introductory

Advertising over the air in India, in fact, began with broadcasting in India. The Indian Broadcasting Company, which started operation in July 1927 used both spot and sponsored advertisements to finance a part of its expenditure. The activity continued upto 1934, when as a result of pressure exerted on the Government, the commercial operation had to be discontinued. The Chanda Committee's firm recommendation to introduce advertising on the ratio was the result of the rethinking which had been going on for some years, and ultimately the Government of India decided to introduce advertising on the Vividh Bharati Service of All India Radio.

15.1.2. Vividh Bharati Service, earlier known as All India Variety Programme, was started on 3rd October 1957. The programmes, mainly entertainment, were prepared centrally and supplied to stations for broadcast on small-medium-wave transmitters. The Administrative Radio Conference, held in Geneva in 1959, made it necessary for India to make immediate steps to utilise the medium-wave frequencies allotted to her. The developmental programmes included installation of medium-wave transmitter, to provide Vividh Bharati Service, to those areas which were not receiving it till then. This resulted in the expansion of Vividh Bharati and provided an alternate listening to the one being provided by the Primary Channel.

15.1.3. The Bombay, Pune, and Nagpur were the first Stations from where Commercial advertisements started from 1st November, 1967. Vividh Bharati was made the Carrier Service and the existing transmitters carrying Vividh Bharati Programmes were converted into Commercial Broadcasting Centres in a phased manner. Date of start of Broadcasting Commercials for other Stations is as under:—

Calcutta	15.10.1968
Delhi	1.04.1969
Madras—Tiruchi	13.04.1969
Chandigarh—Jullundur	14.10.1970
Bangalore—Dharwad	18.10.1970
Ahmedabad—Rajkot	29.11.1970
Kanpur—Lucknow—Allahabad	27.12.1970
Hyderabad—Vijayawada	21.03.1971
Bhopal—Indore	1.05.1975
Jaipur—Jodhpur	1.05.1975
Trivandrum—Calicut	1.05.1975
Patna—Ranchi	1.05.1975
Cuttack	1.05.1975
Srinagar	1.07.1975

15.1.4. Till 28.3.68, the entire work of the Commercial Broadcasting Services was handled by the Deputy Director General (Commercial Broadcasts) with Headquarters at Bombay. When the Headquarters of the Deputy Director General was shifted to Delhi, the work was temporarily entrusted to the Station Director, Bombay.

15.1.5 1-10-68 से बम्बई में "केन्द्रीय विक्रय एकांश" नाम से एक अलग कार्यालय खोला गया। कार्य को दो भागों अर्थात् "विक्रय" और "प्रस्तुतिकरण" में बांट दिया गया। निदेशक, केन्द्रीय विक्रय एकांश विविध भारती का भी कार्यालयाध्यक्ष है जो बम्बई में ही स्थित है। विविध भारती के सभी कार्यक्रम (कर्नाटक संगीत को छोड़कर जिसके कार्यक्रम मद्रास में तैयार होते हैं) बम्बई में तैयार होते हैं तथा उनकी टेप की प्रतियां सभी केन्द्रों को एक साथ प्रसारित करने के लिए पहले भेज दी जाती हैं। बम्बई में कार्यक्रम एकक का अध्यक्ष एक उपनिदेशक होता है।

15.1.6 विज्ञापन की दरों में 16-4-81 से संशोधन किया गया तथा व्यक्तिगत और केन्द्रवार अलग-अलग बुकिंग के लिए सभी केन्द्र विज्ञापनदाताओं को उपलब्ध कराए गए। विज्ञापन प्रसारण सेवा के मुख्य केन्द्रों को सहयोगी केन्द्रों का सारा कार्य सौंप दिया गया।

15.1.7 बड़ोदरा में 29 अप्रैल, 1983 से 29वां केन्द्र शुरू किया गया।

प्रक्रिया और कार्यप्रणाली

15.1.8 केन्द्रों का समूहीकरण तथा समय का वर्गीकरण

विज्ञापनदाताओं के माध्यम से विज्ञापन समय की बिक्री के लिए विविध भारती सेवा पर विभिन्न समय में प्रसारित कार्यक्रमों की वास्तविक श्रोताओं में लोकप्रियता के आधार पर समय को विभिन्न वर्गों में बांटा गया है। विज्ञापन प्रसारण सेवा के 29 केन्द्रों को औद्योगिक विकास, शहरी बाजार इंडेक्स और उन विभिन्न केन्द्रों पर विज्ञापन संभावना के आधार पर विभिन्न समूहों में बांटा गया है जिनमें ये विज्ञापन प्रसारण सेवा केन्द्र स्थित हैं। विज्ञापनों की दरें समय और केन्द्र के वर्गीकरण के आधार पर निश्चित की जाती है।

15.1.9 स्पॉट

विज्ञापन विभिन्न अवधियों के स्पॉटों के रूप में प्रसारित किए जाते हैं जैसे 7 सैकेण्ड, 10 सैकेण्ड, 15 सैकेण्ड, 20 सैकेण्ड तथा 30 सैकेण्ड। 7 सैकेण्ड की अवधि का स्पॉट टाइम चेक के रूप में जाना जाता है। यह उस समय की उद्घोषणा करता है जब एक विज्ञापन स्पॉट उद्घोषित किया जाता है। व्यापारिक उद्घोषणाएं विज्ञापनदाताओं द्वारा और एजेंसियों द्वारा चुम्बकीय रिकार्डिंग टेपों पर रिकार्ड की जाती है और उन्हें आकाशवाणी द्वारा निर्धारित कुछ तकनीकी विशिष्टताओं और मानकों के अनुसार चलना पड़ता है। प्रसारण के लिए स्वीकार करने से पहले इन टेपों की जांच की जाती है।

15.1.10 प्रायोजित कार्यक्रम

विज्ञापन प्रसारण सेवा स्पाटों के साथ 1967 में आरम्भ की गई थी लेकिन प्रायोजित कार्यक्रम सबसे पहले 3 मई, 1970 से बम्बई-पुणे-नागपुर से शुरू किए गए। बाद में धीरे-धीरे उन्हें अन्य विज्ञापन सेवा केन्द्रों से भी प्रसारित किया जाने लगा। विशेष रूप से विज्ञापनदाताओं द्वारा प्रायोजित इन कार्यक्रमों में हंसिकाएं, क्विज, संगीत, खेल कमेंटरियां आदि होती हैं लेकिन इस समय प्रायोजित कार्यक्रमों का एक बड़ा भाग फिल्मी संगीत पर आधारित है। प्रायोजित कार्यक्रम 10, 15 और 30 मिनट की अवधि के होते हैं। इन्हें बाहरी एजेंसियां तैयार और प्रस्तुत करती हैं तथा कार्यक्रम की विषय-वस्तु भी वही तैयार करती हैं लेकिन आकाशवाणी की संहिता के कोड और नैतिकता का ध्यान रखा जाता है।

15.1.11 विज्ञापन प्रायोजक

विज्ञापन प्रसारण सेवा ने 1975-76 से भारत और विदेशों में खेले जा रहे महत्वपूर्ण खेलों तथा टेस्ट मैचों की विज्ञापन प्रायोजक सेवा भी शुरू की है जिनमें क्रिकेट, फुटबाल, हॉकी, ओलम्पिक खेल आदि सम्मिलित हैं।

15.1.12. समय की उपलब्धता और उसका उपयोग

व्यावसायिक विज्ञापनों के लिए विविध भारती के कुल समय का 10 प्रतिशत भाग उपलब्ध है। हर केन्द्र पर समय अलग-अलग उपलब्ध होता है। तथापि प्रतिदिन बिक्री योग्य समय करीब 75 मिनट का होता है। प्रारम्भ में आकाशवाणी के समय के व्यापार का

15.1.5. On 1st October 1968 a separate independent Office at Bombay known as 'Central Sales Unit' was created. The work was divided into two wings i.e. 'Sales' and 'Production.' The Director, Central Sales Unit is also the head of Office of Vividh Bharati which is also stationed at Bombay. All Vividh Bharati Programmes (Except the Karnatak Music which are produced at Madras) are prepared at Bombay and tape copies are sent in advance to all Centres for simultaneous Broadcast. The programme unit at Bombay is headed by a Deputy Director.

15.1.6. The rate card for Commercial Broadcasting was revised with effect from 16.4.1981 and all the Stations were made available to advertisers for individual and separate booking, station wise. The main Commercial Broadcasting Service Centre was entrusted with all the work in connection with the linked stations.

15.1.7. The 29th Centre at Vadodra was started on 29th April 1983.

PROCEDURE AND WORKING

15.1.8. Groupings of Stations and Time Classification

Commercial time for sale through advertisers is divided into categories on the basis of actual audience ratings of popularity of the programmes broadcast at different timings on the Vividh Bharati Service. The 29 Commercial Broadcasting Services Centres have been placed in different groups depending upon the industrial development, urban market index and commercial potential of the various centres at which the Commercial Broadcasting Service Stations are located. The rate for commercials vary according to time and Station classification.

15.1.9. Spots

Advertisements are broadcast as Spots of different durations, namely, 7 seconds, 10 seconds, 15 seconds, 20 seconds, 30 seconds. Spot of 7 seconds duration is known as Time-check. It announces the time when a commercial spot is announced. Commercial announcements are recorded on magnetic recording tapes by the advertisers and the agencies are required to conform to certain technical specifications and standards prescribed by the All India Radio. These tapes are screened before they are accepted for broadcast.

15.1.10. Sponsored Programmes

Commercial Broadcasting Service was started with spots in 1967, but Sponsored Programmes were first introduced at Bombay—Pune—Nagpur beam from 3rd May, 1970, and were gradually extended to all other commercial Broadcasting Service Centres. Sponsored specifically by the advertisers, these programmes include skits, quizzes, music items, sports commentaries, etc., though a major portion of Sponsored Programmes are currently based on film music. Sponsored Programmes are of 10,15 and 30 minutes duration and are devised and produced by outside agencies, who decide the nature and contents of the programme, while keeping within the All India Radio Code of Conduct and ethics.

15.1.11. Commercial Sponsorship

Commercial Broadcasting Service has also started from 1975-76. Commercial Sponsorship of important games and test matches played in India and abroad, covering Cricket, Football, Hockey, Olympic Games, etc.

15.1.12. Time Availability and Utilisation

Total time available for Commercial Advertising is 10 percent of the Vividh Bharati transmission time. The time available varies from Station to Station. The saleable time on an average, however, works out

सारा दायित्व विज्ञापन प्रसारण सेवा के केन्द्रीय विक्रय एकांश पर था। बाद में स्थानीय रूचियों के बढ़ने के साथ समय के विक्रय को अंशत: विकेन्द्रित करना वांछनीय समझा गया। तदनुसार यह निर्णय लिया गया कि दिल्ली, मद्रास और कलकत्ता के उपलब्ध व्यावसायिक समय के 20 प्रतिशत भाग का विक्रय केन्द्र करेंगे। जबकि अन्य विज्ञापन प्रसारण सेवा केन्द्रों के लिए कुछ स्थानीय विक्रय समय के 10 प्रतिशत की अनुमति दी गई। विज्ञापन समय के विक्रय के इस आंशिक विकेन्द्रीकरण से स्थानीय विज्ञापनदाताओं द्वारा विज्ञापनों की बुकिंग में सुविधा हो गई।

15.1.13. प्राइमरी चैनल पर विज्ञापनों की शुरूआत

योजना का प्रथम चरण 1 अप्रैल, 1982 से शुरू हुआ। इससे प्राप्त: और सायं के राष्ट्रीय समाचार बुलेटिनों से पहले और अंग्रेजी समाचार बुलेटिन के बाद एक-एक मिनट के विज्ञापनों की अनुमति दी गई। इनकी बुकिंग, बिल आदि का सारा कार्य विज्ञापन प्रसारण सेवा, दिल्ली करता है।

15.1.14. केन्द्रवार प्रसारण के लिए योजना का दूसरा चरण 26 जनवरी, 1985 और 55 प्राइमरी चैनल केन्द्रों से शुरू किया गया। ग्रामीण कार्यक्रमों, श्रोताओं की पसन्द सहित फिल्मी/सुगम संगीत (भारतीय एवं पाश्चात्य) और अन्य लोकप्रिय कार्यक्रमों में स्पॉट/प्रायोजित कार्यक्रम स्वीकार किए जाते हैं। क्षेत्रीय भाषाओं में समाचार बुलेटिन से पहले भी विज्ञापन स्वीकार किये जाते हैं।

15.1.15. विज्ञापन प्रसारण सेवा की तरह प्राइमरी चैनल पर बाहरी लोगों द्वारा तैयार प्रायोजित कार्यक्रम स्वीकार नहीं किए जाते हैं, लेकिन सम्बन्धित केन्द्र द्वारा प्रसारित कार्यक्रमों को प्रायोजित करने की अनुमति विज्ञापदातों/विज्ञापन एजेन्सी को दी जाती है।

15.1.16. कुल प्रसारण अवधि का पांच प्रतिशत समय विज्ञापन के लिए सीमित किया गया है। प्रत्येक वर्ग के कार्यक्रम के लिए विज्ञापनों की अवधि इस प्रकार है:–

1. फिल्मी संगीत और अन्य लोकप्रिय कार्यक्रमों के कुल समय का 15 प्रतिशत।
2. अन्य सभी कार्यक्रमों के लिए 10 प्रतिशत।

15.1.17. विज्ञापन प्रसारण सेवा के 15 मुख्य केन्द्रों पर उनके कार्य क्षेत्र के अन्तर्गत आने वाले प्राइमरी चैनल केन्द्रों पर विज्ञापनों की बुकिंग, बिल बनाने तथा लेखा रखने का दायित्व है। प्रत्येक विज्ञापन प्रसारण सेवा केन्द्र द्वारा जिन प्राइमरी चैनल केन्द्रों की सेवा की जा रही है उनकी सूची अनुलग्नक-I (क) में है। विज्ञापन प्रसारण सेवा केन्द्रों की सूची अनुलग्नक-I (ख) में दी गई है।

संगठन

निदेशालय

15.2.1. मुख्यालय में उपमहानिदेशक (विज्ञापन) विज्ञापन प्रसारण से सम्बन्धित सभी मामलों पर महानिदेशक, आकाशवाणी को सलाह देता है और उसकी सहायता करता है। साथ ही वह विभिन्न केन्द्रों पर स्थापित विज्ञापन प्रसारण के कार्य की देखभाल करता है। उपमहानिदेशक की सहायता के लिए कार्यक्रम निदेशक (विज्ञापन) हैं।

15.2.2. केन्द्रीय विक्रय एकांश एवं विविध भारती

विक्रय निदेशक "कार्यालय अध्यक्ष" है। उसकी सहायता के लिए एक उपनिदेशक (विक्रय), एक उपनिदेशक (लेखा), एक उपनिदेशक (श्रोता अनुसंधान), एक उपनिदेशक (लागत) तथा एक उपनिदेशक (विविध भारती) हैं। केन्द्रीय विक्रय एकांश के संगठन का ढांचा अनुलग्नक-II (क) में दिया गया है।

to about 75 minutes per day. Initially, the Central Sales Unit of Commercial Broadcasting Service was responsible for the entire marketing of commercial time of AIR. Later, with the growth of local interests, it was considered desirable to partly decentralise the sale of time. Consequently, it was decided that 20 percent of the commercial time available in Delhi, Madras and Calcutta be sold by the local Stations, whereas in respect of other Commercial Broadcasting Service Stations, local sale of time to the extent of 10% of the available time was allowed. This partial decentralisation of the sale of commercial time facilitated booking of advertisements by local advertisers.

15.1.13. Introduction of Commercials on Primary Channel

The first phase of the scheme was introduced on 1st April, 1982 with advertisements being allowed for a minute each before the National News Bulletins in the morning and evening and after the English News Bulletin in the morning and evening. The booking, billing, etc. is handled by Commercial Broadcasting Service, Delhi.

15.1.14. The second phase of the Scheme, for broadcast Station-wise, was implemented on 26th January 1985 from 55 Primary Channel Stations. Spots/Sponsorship are being accepted in Rural Programmes, Women's Programme, Film/Light Music (Indian and Western) including Listeners' Choice, plays and other popular programmes. Ads are also accepted before the news Bulletin in Regional Languages.

15.1.15. Unlike the Commercial Broadcasting Service, Sponsored Programmes produced by Outsiders are not accepted in the Primary Channel but the Advertisers/Advertising agencies are allowed to sponsor the programmes being broadcast by the concerned stations.

15.1.16. The Ad content has been limited to five percent of the total transmission hours. The duration of ads for each category of programme is:

i) 15 percent of the time for programme of Film Music and other popular chunks.
ii) 10 percent for all other programmes.

15.1.17. The 15 Commercial Broadcasting Service Main Stations are responsible for booking, billing and accounting of Commercials on Primary Channel Stations coming under their jurisdiction. The list of Primary Channel Stations Serviced by each Commercial Broadcasting Service Centre is given at Annexure IA. The list of Commercial Broadcasting Service Centres is given at Annexure IB.

ORGANISATION

15.2.1. Directorate

At the Headquarters, the Deputy Director General (Commercial) advises and assists the Director General, All India Radio in all matters relating to Commercial Broadcasting and supervises the functioning of the Commercial Broadcasting set up at various centres. The Deputy Director General (Commercial) is assisted by a Director of Programmes (Commercial).

15.2.2. Central Sales Unit & Vividh Bharati

The Director of Sales is the Head of Office. He is assisted by a Deputy Director (Sales), a Deputy Director (Accounts), a Deputy Director (Audience Research), a Deputy Director(Costs) and a Deputy Director(VB). The organisation chart of Central Sales Unit, Bombay is given at Annexure IIA.

15.2.3. विज्ञापन प्रसारण केन्द्र

दिल्ली, बम्बई, कलकत्ता, मद्रास, कानपुर तथा चंडीगढ़ केन्द्रों के अध्यक्ष केन्द्र निदेशक हैं जबकि अहमदाबाद, त्रिवेन्द्रम, बंगलौर, हैदराबाद, जयपुर, पटना, भोपाल, श्रीनगर और कटक केन्द्रों के अध्यक्ष सहायक केन्द्र निदेशक हैं।

कार्य और जिम्मेदारियां

विभिन्न पदों से सम्बद्ध मुख्य-मुख्य कार्यों का उल्लेख नीचे किया गया है। प्रत्येक पद के साथ दिए गए ब्यौरे सर्वतः पूर्ण नहीं माने जाने चाहिएं।

15.3.1. केन्द्रीय विक्रय एकांश

(क) निदेशक

कार्यालय अध्यक्ष के रूप में, वह कार्यालय की सभी शाखाओं के दक्षतापूर्ण कार्य-चालन के लिए जिम्मेदार है। वह निम्नलिखित का निदेशन और पर्यवेक्षण करता है:—

1. श्रोता अनुसंधान
2. विज्ञापनों की योजना बनाना और अनुसूची तैयार करना।
3. सामान्य कार्यालय प्रशासन, बजट बनाना, संसद प्रश्न आदि।
4. सलाहकार बोर्ड की बैठकें।
5. विविध भारती कार्यक्रम।

(ख) उपनिदेशक (विक्रय)

1. एजेंसियों और विज्ञापनदाताओं से पूछताछ करने, बुकिंग करने और निरसन आदि के सम्बन्ध में सभी प्रकार का पत्र-व्यवहार।
2. केन्द्रों से उनसे सम्बन्धित पूछताछ, बुकिंग और निरसन के सम्बन्ध में सभी प्रकार का पत्र-व्यवहार।
3. सभी केन्द्रों पर निरसन और समय की उपलब्धता पर नजर रखना और समय के पूरे उपयोग को सुनिश्चित करने के लिए कार्रवाई करना।
4. रजिस्टर और विवरण रखना जिनमें विज्ञापन के लिए बुक किया गया समय, उपलब्ध समय, मांगा गया समय,समय के लिए प्रतीक्षारत विज्ञापकों आदि के विषय में विवरण दिया गया हो।
5. मासवार प्रत्येक केन्द्र से समय के विक्रय से सम्बन्धित समस्त सूचना निदेशालय को भेजना।
6. प्रसारित विज्ञापनों के स्वरूप और उनकी संख्या, विभिन्न श्रेणियों के विज्ञापनों से वित्तीय प्रतिलाभ, समय, व्यक्तिगत एजेंसियों और विज्ञापकों से हुई आय और निरन्तर अपेक्षित अनेक प्रकार की अन्य सूचनाओं से सम्बन्धित आंकड़ों को तैयार करना।
7. प्रत्येक केन्द्र के लिए मासिक अनुसूची तैयार करना।

(ग) उपनिदेशक (श्रोता अनुसंधान)

उपनिदेशक (श्रोता अनुसंधान) निम्नलिखित प्रकार की विज्ञापन सेवा से सम्बन्धित श्रोता अनुसंधान कार्य की देखभाल करता है:—

1. विज्ञापन प्रसारणों पर सर्वेक्षण और अनुसंधान रिपोर्टों की योजना बनाना, उन्हें कार्यान्वित और तैयार करना।
2. इस प्रकार का विपणन और विज्ञापन (मीडिया) अनुसंधान करना जो इस विभाग और ग्राहकों के उपयोग के लिए इस सेवा के लिए आवश्यक हो।
3. विज्ञापन दरों में परिवर्तन करने के लिए समय-समय पर श्रवण प्रमात्रा निर्धारित करना।

15.2.3. Commercial Broadcasting Stations

Delhi, Bombay, Calcutta, Madras, Kanpur and Chandigarh Stations are headed by Station Director, while Ahmedabad, Trivandrum, Bangalore, Hyderabad, Jaipur, Patna, Bhopal, Srinagar and Cuttack are under the charge of Asstt. Station Director.

DUTIES AND RESPONSIBILITIES

The broad duties attached to the various posts are given in subsequent paragraphs. The details given against each post should not be deemed to be exhaustive.

15.3.1. Central Sales Unit

a) Director:

As the Head of Office, he is responsible for the efficient functioning of all the branches of the Office. The broad duties include the direction and Supervision of:—

i) Audience Research.

ii) Planning and Scheduling of advertisements.

iii) General Office Administration, budgeting, Parliament Questions, etc.

iv) Advisory Board Meetings.

v) Vividh Bharati Programmes.

b) Deputy Director (Sales):

i) All correspondence with agencies and advertisers in connection with inquiries, booking, cancellation, etc.

ii) All correspondence with Stations regarding inquiries, booking, cancellations, etc. concerning them.

iii) Watching cancellations at all Centres and availability of time for sale and to take action to ensure maximum utilisation.

iv) Maintenance of Registers and statements showing time sold, time available, time demanded, advertisers waiting for time, etc.

v) Supply of all information to Directorate concerning sale of time at each Centre from month to month.

vi) Maintenance of statistics concerning the number and nature of advertisements broadcast, the financial returns from different categories of advertisement time, the income from individual agencies and advertisers, and various other information constantly required.

vii) Preparation of monthly schedule for each Centre.

c) Deputy Director (Audience Research):

Deputy Director (Audience Research) looks after Audience Research work in connection with the Commercial Service of the following nature:

i) To plan, execute and prepare survey and research reports on Commercial Broadcasters.

ii) Undertake marketing and media research of a type necessary for this service for the use of this department and for clients.

iii) Determine from time to time listening quantum for effecting changes in advertisement rates.

4. श्रोता अनुसंधान कार्यकारी ग्रुप के कार्य का समन्वय करना।
5. विज्ञापन सेवा के लिए आवश्यक मूलभूत आधार-सामग्री और सूचना एकत्र करना और उसे संकलित करना।

(घ) उपनिदेशक (लेखा)

1. मान्यता प्राप्त एजेंसियों और विज्ञापकों के अग्रिम बिल तैयार करना और उन्हें भेजना और समय पर सभी अदायगियों की रसीद सुनिश्चित करना।
2. प्रत्याशित एजेंसियों के सभी मासिक बिलों को तैयार करना और उन्हें इस प्रकार भेजना कि वे पार्टी को अगले मास की 5 तारीख तक जरूर मिल जाएं।
3. सम्बन्धित रजिस्टरों में सभी बिलों को दर्ज करना और उनकी राशियों का जोड़ करना।
4. प्रत्येक ग्राहक (विज्ञापक) के साथ की गई संविदा की स्वीकृत प्रति के संदर्भ में विज्ञापन रोजनामचे में इन्दराज करना।
5. प्रत्येक केन्द्र से प्राप्त दैनिक प्रस्तुतीकरण शीटों की प्रमाणित प्रति के संदर्भ में प्रस्तुतीकरण शीटों का मासिक सारांश तैयार करना।
6. सभी बिलों की अदायगी की रसीदों पर निगरानी रखना और जिन मामलों में देर हुई हो, उनकी रिपोर्ट निदेशक को भेजना।
7. निम्नलिखित खाते और रजिस्टर रखना:—
   (क) एजेंटों की खाता-बही,
   (ख) विज्ञापकों की खाता बही,
   (ग) बिल रजिस्टर।

(8) बिल रजिस्टरों और रोकड़ बही के इन्दराजों का मासिक समाधान।

(ङ) उपनिदेशक (लागत)

1. लागत आंकड़े इकट्ठे करने के लिए विज्ञापन प्रसारण सेवा के 29 केन्द्रों के साथ सभी पत्र-व्यवहार।
2. विज्ञापन और प्रसारण सभा गतिविधियों के बीच व्यय के आबंटन के लिए 29 विज्ञापन प्रसारण सेवा केन्द्रों तथा केन्द्रीय विक्रय एकांश के आय और व्यय के लेखों का विश्लेषण करना।
3. 29 विज्ञापन प्रसारण सेवा केन्द्रों के स्पॉटों और प्रायोजित कार्यक्रमों की दैनिक उत्पादन सारणी की मासिक सारणियों का विश्लेषण तथा प्रत्येक विज्ञापन प्रसारण सेवा केन्द्र द्वारा विज्ञापन प्रसारण की कुल अवधि की गणना तथा प्राप्त कुल राजस्व की गणना करना।
4. केन्द्रवार विज्ञापन प्रसारण से सम्बन्धित आंकड़ों की सारणी बनाना और प्रतिवर्ष प्रत्येक केन्द्र द्वारा बिक्री समय के इस्तेमाल की गणना करना।
5. प्रति घंटे की दर से विविध भारती कार्यक्रमों के प्रस्तुतीकरण की लागत की गणना करना।
6. विज्ञापन प्रसारण सेवा की कुल लागत की तुलना में कुल अर्जित राजस्व का निर्धारण तथा वर्ष के दौरान प्रति मिनट के हिसाब से कुल लाभ निर्धारित करना।
7. वर्ष के लिए विज्ञापन प्रसारण सेवा की लागत की रिपोर्ट तैयार करना।

(च) प्रशासनिक अधिकारी (सामान्य)

1. सामान्य प्रशासन अर्थात् नियुक्ति, सेवा मुक्ति, छुट्टी आदि, वेतन बिल तैयार करने और वेतन वितरण करने, वेतन-वृद्धि रजिस्टर, छुट्टी रजिस्टर, सेवापंजियों आदि रखने, फर्नीचर खरीदने/किराए पर लेने, लेखन सामग्री खरीदने और फार्म छपवाने से सम्बन्धित कार्य की देखभाल करना।
2. नकदी/चेक की प्राप्ति और बैंक को प्रेषण।
3. निदेशालय को व्यय का मासिक विवरण भेजना।

vi) To co-ordinate the work of the Working Group for Audience Research.

v) To compile and collect such basic data and information as necessary for the Commercial Service.

d) Deputy Director (Accounts):

i) Preparation and despatch of advance Bills for the recognised Agencies and Advertisers and ensuring receipts of all payments in time.

ii) Preparation and despatch of all monthly bills for the accredited agencies to reach the party latest by the 5th of the month following.

iii) Posting of all bills in the respective registers and totalling.

iv) Posting of Advertisement journal with reference to the accepted copy of the contracts with each client.

v) Preparation of Monthly Summary of Production Sheets with reference to the certified copy of the Daily Production Sheets received from each Station.

vi) Watching receipt of the payment of all bills and submission of report to the Director showing cases of delays, if any.

vii) Maintenance of:

(a) Agents' Ledger
(b) Advertisers' Ledger
(c) Bill Registers
(d) Commission Adjustment Register

viii) Monthly reconciliation of bills registers and Cash Book entries.

e) Deputy Director (Cost)

i) All correspondence with the 29 CBS Stations for collection of the Cost data.

ii) Analysis of Income and Expenditure accounts of 29 CBS Stations and of CSU for allocation of expenses between Commercial and transmission functions.

iii) Analysis of the monthly summaries of daily Production Sheets for Spots and Sponsored Programmes of 29 CBS stations and computation of total duration of commercials broadcast by each CBS Station and the gross revenue earned thereof.

iv) Tabulation of data relating to commercials broadcast station-wise and calculation or utilisation of saleable time by each station during the year.

v) Computation of cost of production of V.B. programme per hour.

vi) Determination of total cost of CBS vis-a-vis gross revenue earned and net profit of Commercials per minute for the year.

vii) Preparation of report on the cost of Commercial Broadcasting Service for the year.

f) Administrative Officer (General):

i) General Administration i.e. dealing with appointment, discharge, leave, etc., preparation of pay bills and disbursement of salaries, maintenance of Increment Register, Leave Register, Service Books, etc,; purchase/hire of furniture; purchase of stationery and printing of forms, etc.

ii) Receipt of cash/cheque and remittance to the Bank.

iii) Submission of monthly statement of expenditure to the Directorate.

4. रोकड़ बही और अन्य सहायक पुस्तक और खाता-बहियां रखना।
5. वार्षिक गोपनीय रिपोर्टें तैयार करना।
6. निदेशालय को भेजने के लिए आवधिक विवरणियां तैयार करना।
7. प्रतिमास निदेशालय को राजस्व प्राप्तियों का विवरण भेजना।
8. बजट और प्रोफार्मा लेखों को तैयार करना।
9. प्रत्येक मास महानिदेशालय और वेतन एवं लेखा अधिकारी को समाधान विवरण भेजना।
10. सभी संसद प्रश्नों का निपटान।
11. निदेशालय द्वारा अपेक्षित रजिस्टर और बहियां रखना।
12. डायरी और प्रेषण।

(छ) प्रशासन अधिकारी (बिल)

1. बिलों का पर्यवेक्षण, बिल तैयार करना और उन्हें प्रेषित करना।
2. डाटा प्रोसेसिंग यूनिट के कार्य का पर्यवेक्षण।
3. एजेंसियों के करार सुरक्षित रखना।
4. बिलों का विक्रय प्रसारण के साथ मासिक समाधान।
5. भुगतान पर्चियों/सूचना पर्चियों आदि की जांच।
6. न्यायालय सम्बन्धी मामले।
7. लेखा परीक्षा आपत्तियां।
8. वरिष्ठ लेखाकारों/बिल अनुभागों का सम्पूर्ण पर्यवेक्षण।

(ज) कार्यक्रम निष्पादक

1. प्रायोजित कार्यक्रमों/स्पॉटों की बुकिंग।
2. एजेंसियों/ग्राहकों/केन्द्रों के साथ सम्पर्क बनाना तथा व्यापार में सुधार के रास्ते तथा तरीके बताना।
3. स्पॉटों/प्रायोजित कार्यक्रमों का पुनरीक्षण।
4. स्पॉटों/प्रायोजित कार्यक्रमों के जांच की व्यवस्था करना।
5. प्रसारण निष्पादक के कार्यों का पर्यवेक्षण करना।

(झ) प्रसारण निष्पादक

1. एजेंसियों और विज्ञापनदाताओं की बुकिंगों के आधार पर विभिन्न विज्ञापन प्रसारण सेवा केन्द्रों पर विज्ञापन स्पाटों के लिए प्रसारण समय का विक्रय करना, प्रसारण के लिए अनुदेश जारी होने से पहले औपचारिकताएं पूरी करना और आवश्यक स्वीकृति प्राप्त करना।
2. विज्ञापनदाताओं/एजेंसियों के साथ पत्र-व्यवहार करना।
3. स्पॉटों की मासिक अनुसूची तैयार करना।
4. केन्द्रों के साथ पूछताछ, बुकिंग आदि के सम्बन्ध में पत्र-व्यवहार करना।
5. अनुसूची, करार की जांच, फिक्स प्वाइंट चार्ट और प्रतीक्षा सूची रजिस्टरों का अनुरक्षण।
6. अन्तिम रूप से बिल तैयार करने के लिए डाटा प्रोसेसिंग यूनिट को सूचना देना।
7. एजेंसियों/ग्राहकों तथा बिल अनुभाग के कर्मचारियों और विविध भारती सेवा के प्रस्तुतीकरण कर्मचारियों के साथ सम्पर्क बनाना।

15.4.1. विविध भारती

नीचे प्रत्येक पद के कार्य दिए जा रहे हैं जिन्हें सर्वतः पूर्ण नहीं माना जाना चाहिए। निदेशक, केन्द्रीय विक्रय एकांश कार्यालयाध्यक्ष

iv) Maintenance of cash book and other subsidiary Books and Ledgers.

v) Preparation of Annual Confidential Reports.

vi) Preparation of periodical returns for submission to the Directorate.

vii) Preparation of Budget and Proforma accounts.

viii) Submission of statement of Revenue Receipt to the Directorate each month.

ix) Submission of reconciliation statement to the Directorate General and PAO monthly.

x) Disposal of all Parliament Questions.

xi) Maintenance of all Registers and Books required by the Directorate.

xii) Diary and Despatch.

g) Administrative Officer (Billing):

i) Supervision, preparation and despatch of bills.

ii) Supervision of the work of Data Processing Unit.

iii) Preservation of contracts of agencies.

iv) Monthly reconciliation of billing with Sales broadcast.

v) Verification of payment slips/intimation slips, etc.

vi) Court cases.

vii) Audit objections.

viii) Overall supervision of Sr.Accountants/Billing Sections.

h) Programme Executive:

i) Booking of Sponsored Programmes/spots.

ii) Keep liaison with Agencies/clients/stations and explore ways and means to improve business.

iii) Vetting scripts of spots/sponsored programmes.

iv) Arrange screening of spots/sponsored programmes.

v) Supervision of TREX's work.

i) Transmission Executives:

i) Sale of airtime for commercial spots over various Commercial Broadcasting Service. Centres on the basis of bookings by Agencies and Advertisers', getting the formalities completed and obtaining necessary approval before instructions are transmitted for broadcast.

ii) Attending to correspondence with advertisers/agencies.

iii) Preparation of monthly schedules of spots.

iv) Attending correspondence with stations regarding inquiries, bookings, etc.

v) Maintenance of scheduling, contract checking, fixed point and waiting list registers.

vi) Giving information to Data Processing Unit for final preparation of bills.

vii) Keeping Liaison with Agencies/clients and the staff in the billing section and the production staff in the Vividh Bharati Service.

15.4.1. Vividh Bharati

The duties mentioned below against each post, should not be deemed to be exhaustive. Director, Central

होता है तथा सेवा के हित में उसे छोटे-छोटे विचलनों के लिए प्राधिकृत किया गया है। तथापि बड़े परिवर्तनों के लिए महानिदेशक की स्वीकृति आवश्यक है। विविध भारती का संगठनात्मक ढांचा अनुलग्नक-II (ख) में दिया गया है।

(क) उपनिदेशक (विविध भारती)

वह सामान्यतया कार्यक्रमों के तैयार करने तथा उन्हें समय पर सभी केन्द्रों को भेजने के लिए उत्तरदायी है। कलाकारों, वार्ताकारों तथा अन्य के साथ सम्पर्क स्थापित करना। आकाशवाणी पत्रिकाओं तथा स्थानीय प्रेस आदि को कार्यक्रमों का विवरण तथा प्रचार सामग्री भेजना, तथा अधीनस्थ कर्मचारियों का पर्यवेक्षण करना उसका कार्य है।

(ख) केन्द्र इंजीनियर

केन्द्र इंजीनियर इंजीनियरी स्थापना के अध्यक्ष के रूप में कार्य करता है तथा कार्यालयाध्यक्ष की इन कार्यों के निष्पादन में सहायता करता है।

(ग) सहायक केन्द्र इंजीनियर

सहायक केन्द्र इंजीनियर उसे सौंपे गए इंजीनियरी कार्य में केन्द्र इंजीनियर की सहायता करता है। वह कार्यालयाध्यक्ष की उसे सौंपे गए प्रशासनिक कार्यों में भी सहायता करता है।

(घ) अन्य कर्मचारी

अन्य तकनीकी कर्मचारियों, कार्यक्रम कर्मचारियों तथा अनुसचिवीय कर्मचारियों के कार्य आकाशवाणी केन्द्रों में इनके प्रतिस्थानियों के कार्यों के अनुरूप हैं।

(ङ) मजदूर

विविध भारती में टेप, टेप के बक्से, प्रसारण सामग्री चढ़ाने, उतारने तथा परिचालन के लिए तथा सेवा के लिए अन्य श्रमसाध्य कार्य के लिए मजदूर नियुक्त किए जाते हैं।

कार्य की प्रक्रिया

15.5.1. मतार्थकों के रूप में प्रत्यायन/मान्यता/पंजीकरण

विज्ञापन एजेंसियों के मतार्थकों के रूप में प्रत्यायत/मान्यता/पंजीकरण के लिए विनियम अनुलग्नक-III में उद्धृत किए गए हैं। विज्ञापन एजेंसियों द्वारा प्रत्यायन के लिए आवेदन अनुलग्नक-IV में दिए गए फार्म में प्रस्तुत किये जाते हैं। इन आवेदनों की संवीक्षा उपमहानिदेशक (विज्ञापन प्रसारण) करता है। जिन एजेंसियों को प्रत्यायन मिल जाता है, उनको अनुलग्नक-V में दिए गए फार्म में विज्ञापन प्रसारण सेवा के साथ एक करार सम्पन्न करना होता है।

जो मान्यता प्राप्त एजेंसियां उधार सुविधाओं के लिए आवेदन करती हैं, उनके द्वारा भरी जाने वाली बैंक गारंटी का फार्म अनुलग्नक-VI में में दिया गया है।

टिप्पणी : ऐसी गारंटी से उठने वाले दावों से सम्बन्धित वाद छः मास के अन्दर दाखिल किए जाने चाहिएं अन्यथा सरकार इस गारंटी से कुछ भी दावा करने योग्य नहीं होगी।

15.5.2. संहिता

विज्ञापन प्रसारण के लिए संहिता अनुलग्नक-VII में उद्धृत की गई है।

(प्राधिकार: सूचना और प्रसारण मंत्रालय यू०ओ० सं० 26/2/66-बी(बी) खण्ड-II तारीख 20 जुलाई, 1968)

Sales Unit is the head of office and is authorised to order minor deviations in the interest of service. Major deviations, however, require the approval of the Director General. The organisational chart of Vividh Bharati Service is given in Annexure IIB.

a) Deputy Director (VB): He is generally responsible for production and timely despatch of programmes to all centres, liaison with artists, talkers and others, to send details of programmes and other publicity material to the Akashvani Magazine and to local press, etc., and supervision of the subordinate staff.

b) Station Engineer: Station Engineer functions as the Head of the Engineering set up and assists the Head of Office in the discharge of those duties.

c) Asstt. Station Engineer: Asstt. Station Engineer assists Station Engineer in the discharge of the engineering duties that may be entrusted to him. He also assists the Head of Office in respect of administrative duties that may be allocated to him.

d) Other Staff: Duties of other technical staff, programme staff and ministerial staff correspond to those of their counter parts at a Radio Station.

e) Mazdoors: Mazdoors in Vividh Bharati are engaged in loading, unloading and movement of tapes, tape boxes, broadcast materials and any other manual work as required by the Service.

WORKING PROCEDURE

15.5.1. Accreditation/Recognition/Registration Status:

Regulations for accreditation/recognition/registration status of advertising agencies are reproduced in Annexure 3. Applications for accreditation are submitted by advertising agencies in the form given in Annexure 4. Such applications are scrutinised by the Director of Programme (Commercial) on the basis of check-list given in Annexure 3. The Deputy Director General (Commercial) is the authority for giving accreditation status. A copy of the agreement to be signed between Accredited Advertising Agency and Commercial Broadcasting Service is given in Annexure 5.

The form of bank guarantee to be completed by the recognised agencies which apply for credit facilities is given in Annexure 6.

Note: Suits relating to claims arising out of such guarantee should be filed within six months; otherwise Government will not be able to claim any thing from the guarantee.

15.5.2. Code:

The code of Commercial Broadcasting is reproduced in Annexure 7.

(**Authority**: Ministry of **I&B** U.O. No. 26/2/66—**B(B)** Vol. II **dated 20th** July, **1968**).

15.5.3. दरें

29 विज्ञापन प्रसारण सेवा केन्द्रों पर स्पॉट तथा प्रायोजित कार्यक्रम प्रसारित करने तथा प्राइमरी चैनल केन्द्रों पर स्पॉटों के विज्ञापन के लिए दरों की समय-समय पर समीक्षा की जाती है। महानिदेशक को आन्तरिक वित्त सलाहकार से परामर्श करने पर दरों के ढांचे में संशोधन करने की शक्ति प्रत्यायोजित की गई है।

15.5.4-5. समय का आबंटन

समय के आबंटन के लिए विज्ञापनों द्वारा जो निवेदन किये जाते हैं उन्हें अनुलग्नक-VIII में दिए गए फार्म में बनाए गए एक रजिस्टर में इसी क्रम से दर्ज किया जाता है जिस क्रम से वे प्राप्त होते हैं। किसी वित्तीय वर्ष के लिए विज्ञापकों से अपनी आवश्यकताएं उससे पिछले वर्ष के 31 दिसम्बर तक भेजने के लिए कहा जाता है।

15.5.6. विज्ञापकों के साथ संविदा

व्यष्टिक विज्ञापक, प्रत्याशित एजेंसियां और मान्यता प्राप्त एजेंसियां और मतार्थक समय के आबंटन के लिए अनुलग्नक-IX में दिए गए फार्म में आवेदन करते हैं। इन्हें निदेशक, केन्द्रीय विक्रय एकांश/केन्द्र निदेशक/सहायक केन्द्र निदेशक भारत के राष्ट्रपति की ओर से स्वीकार करता है। ''व्यष्टिक विज्ञापकों, मान्यता प्राप्त एजेंसियों और मतार्थकों के सम्बन्ध में, जो उधार सुविधाओं के पात्र नहीं हैं, अनुलग्नक ''ख'' का खण्ड 17 काट देना चाहिए और अनुसूची ''क'' में ''अदायगी की शर्तें'' कॉलम में यह विशेष रूप से उल्लेख कर दिया जाना चाहिए कि पेशगी की जायेगी।

15.5.7. विज्ञापन टेपों, की प्राप्ति और छानबीन

विज्ञापकों से प्राप्त विज्ञापन टेपों को प्रारम्भ में फार्म आकाशवाणी पी-7 में बनाए गए एक रजिस्टर में दर्ज किया जाता है। और सुरक्षित अभिरक्षा में रखा जाता है। प्रसारण के लिए स्वीकार करने से पहले इनकी छानबीन एक समिति करती है जिसमें विक्रय निदेशक, उपविक्रय निदेशक, उपनिदेशक (श्रोता अनुसंधान) होते हैं और आवश्यकता होने पर बम्बई केन्द्र का एक कार्यक्रम प्रबन्ध भी होता है जो टेपों की भाषा जानता हो। इन टेपों की श्रवण रिपोर्ट अनुलग्नक-X में दिए गए फार्म में बनाए गए एक रजिस्टर में दर्ज की जाती है।

15.5.8. अनुसूची बनाना

निवेदनों के रजिस्टर में दर्ज ब्यौरे से, प्रसारण के लिए स्वीकृत विज्ञापनों की अनुसूची अनुलग्नक-IX में दिए गए फार्म में तीन प्रतियों में तैयार की जाती है। इनमें से एक प्रति केन्द्र निदेशक/सहायक केन्द्र निदेशक के टेपों के साथ भेज दी जाती है और दूसरी प्रति बिल तैयार करने के लिए बिल अनुभाग को और तीसरी प्रति कार्यालय प्रति के रूप में रख ली जाती है। अनुसूचियों में जो परिवर्तन किये जाते हैं, उनकी सूचना भी तुरन्त केन्द्र निदेशक/सहायक केन्द्र निदेशक और बिल अनुभाग को भेज दी जाती है। उनकी करारों से मिलान करके जांच की जाती है। जिसे ये सुनिश्चित किया जा सके कि अनुसूचियां करार की शर्तों के अनुसार बनाई गई हैं।

15.5.9. बिल अनुभाग

जैसे ही मासिक अनुसूचियां बिल अनुभाग में आती हैं, प्रत्येक केन्द्र के लिए अलग से विज्ञापन घोषणा प्रसारण की उत्पादनवार मासिक अनुसूची अनुलग्नक-XII में दिए गए फार्म में तैयार कर ली जाती है।

15.5.10 प्रत्यायित एजेंसियों के मामले में जिन्हें प्रसारण के मास से अगले मास के प्रथम दिन से 45 दिन की अवधि के लिए उधार दिया जाता है, बिल मास के अन्त में तैयार किए जाते हैं, उनकी जांच की जाती है और फिर उन्हें जारी किया जाता है जिससे वे प्रसारण के मास से अगले मास की 5 तारीख तक ये एजेंसियों को मिल जाएं। बिलों पर अदायगी की नियत तारीख रबड़ की मोहर द्वारा अंकित कर दी जाती है। ये बिल अनुलग्नक-XIII में दिए गए फार्म में तैयार किये जाते हैं। यह सुनिश्चित करने के लिए मासिक अनुसूची में शामिल मदों को वास्तव में प्रसारित किया गया है, अनुसूची के 25% इंदराजों की दैनिक प्रस्तुतीकरण शीटों पर केन्द्र निदेशक/सहायक केन्द्र निदेशक से प्राप्त प्रसारण प्रमाण-पत्र से जांच कर ली जाती है।

15.5.3. Rates:

The rates for broadcast of spots and Sponsored Programmes on 29 Commercial Broadcasting Service Centres and Advertisement of Spots on the Primary Channel Stations are reviewed periodically. The Director General has been delegated the power to revise the rate Structure in consultation with the Internal Financial Adviser.

15.5.4-5. Allotment of Time:

Requests received from advertisers of time are entered in a register in the order in which they are received in the form given in Annexure 8. For any financial year, Agencies/Advertisers are requested to intimate their requirements by the end of December of previous year.

15.5.6. Contract with Advertisers:

Individual advertisers, Accredited agencies, Recognised agencies and Registered agencies apply for allotment of time in the Form given in Annexure 9. These are accepted on behalf of the President of India by Director, Central Sales Unit/Station Director/Asstt. Station Director. In case of individual advertisers, recognised agencies and registered agencies who are not eligible for credit facilities, clause 17 of Schedule 'B' should be scored out and in the column "Terms of Payment" in Schedule 'A', it should be specified that payment will be made in advance.

15.5.7. Receipt and Screening of Advertisement Tapes:

The advertisement tapes received from the advertisers are initially entered in a register in the Form AIR-P-7 and kept in safe custody. These are screened by a committee consisting of the Director of Sales, Deputy Director of sales, Deputy Director (AR) and a Programme Executive knowing the language, whenever necessary, before they are accepted for broadcast. The report on listening of these tapes is recorded in a register in the Form given in Annexure 10.

15.5.8. Scheduling:

From the details entered in the register of requests, a monthly schedule of advertisements accepted for broadcast is prepared in triplicate in the Form indicated in Annexure 11. One copy is sent to the Station Director/Asstt. Station Director alongwith the tapes and the second to the Bill Section for preparing the bills and the third is retained as office copy. The changes that are made in the schedules are also intimated to the Station Director/Asstt. Station Director and the Bill Section promptly. These are checked with agreements to ensure that the scheduling is in accordance with the terms of the agreement.

15.5.9. Bill Section:

As soon as the monthly schedules are received in the Bill Section, product-wise monthly schedule of spots broadcast is prepared for each Station separately in the Form given in Annexure 12.

15.5.10. In case of Accredited Agencies who are allowed credit for a period of 45 days from the first day of the month following the month of broadcast, bills are prepared at the end of the month, checked and issued so as to reach the agencies by the 5th of the month following the month of broadcast. The due date of payment is indicated in the bills by means of a rubber stamp. The bills are prepared in the Form given in Annexure 13. In order to ensure that the items included in the monthly schedule have been actually broadcast, 25% of the entries in the schedules are checked with the certificate of broadcast received from Station Director/Asstt. Station Director on the daily production sheets.

जो मान्यता प्राप्त एजेंसियों, मतार्थक और विज्ञापक उधार की सुविधाओं के पात्र नहीं हैं, उनके मामले में बिलों को अग्रिम भेजा जाता है जिससे प्रथम प्रसारण के आरम्भ होने से पहले एक पखवारे के अन्दर अदायगी की राशि प्राप्त हो सके। चूंकि बिलों को अग्रिम जारी किया जाता है, इसलिए 25% तक मासिक अनुसूची की जांच बाद में दैनिक प्रस्तुतीकरण शीटों पर सहायक केन्द्र निदेशक/केन्द्र निदेशक से प्राप्त प्रसारण प्रमाण-पत्र से कर ली जाती है। लेकिन अग्रिम बिलों की शत-प्रतिशत जांच प्रमाणित प्रस्तुतीकरण शीटों के संदर्भ में बाद में की जाती है।

15.5.11. बिल तीन प्रतियों में तैयार किए जाते हैं। इनकी दो प्रतियां पार्टियों को भेज दी जाती हैं और एक प्रति कार्यालय प्रति के रूप में रख ली जाती है। बिल लेखाकार द्वारा तैयार किए जाते हैं, प्रशासन अधिकारी उनकी जांच करता है और निदेशक या उपनिदेशक (लेखा) उन पर हस्ताक्षर करता है। प्रशासन अधिकारी 5% बिलों की नमूना जांच करता है। प्रसारण प्रमाण-पत्र पर हस्ताक्षर केवल प्रत्यायित एजेंसियों से सम्बन्धित बिलों पर ही किए जाते हैं।

बिल संख्या का प्रति निर्देश विज्ञापन घोषणा की मासिक अनुसूची पर किया जाता है और जो अधिकारी बिल पर हस्ताक्षर करता है, वह उसे अनुप्रमाणित करता है।

15.5.12. आई.सी.एल. मशीन पर बिलों की छपाई

केन्द्रीय विक्रय एकांश/स्थानीय बुकिंगों के लिए सम्बन्धित अनुसूचियों की प्राप्ति के बाद लेखाकार उनकी जांच करते हैं तथा बिलों की छपाई के लिए डाटा प्रोसेसिंग यूनिट के पास भेज देते हैं।

15.5.13. पंच आपरेटर प्रत्येक उत्पाद/ग्राहक/एजेंसी को संहिता संख्या देता है तथा अनुसूचियों के अनुसार विवरणी कार्डों को पंच करता है। उसके बाद बिलों की मशीन पर छपाई होती है और उन्हें लेखाकार के पास जारी करने के लिए लौटा दिया जाता है।

15.5.14. बिल रजिस्टर

प्रत्येक केन्द्र के लिए बिल रजिस्टरों (अनुलग्नक-XIV) के अलग-अलग सेट रखे जाते हैं। एक रजिस्टर प्रत्यायित एजेंसियों के लिए रा जाता है और दूसरा शेष पार्टियों के लिए। बिलों पर प्रतिमास संख्या डाली जाती है। सभी बिल उत्पाद के अनुसार तैयार किए जाते हैं और उपयुक्त बिल रजिस्टर में उनके इन्दराज एजेंटों/मतार्थकों/विज्ञापकों के अनुसार किए जाते हैं जिससे किसी व्यष्टिक एजेंट मतार्थक/विज्ञापक को मास के दौरान जारी किए गए बिलों के बारे में सूचना तत्काल उपलब्ध हो सके। प्रत्येक एजेंट/मतार्थक/विज्ञापक के लिए जोड़ लगा लिए जाते हैं जिससे एजेंटों/विज्ञापकों के खातों में बिना किसी कठिनाई के इन्दराज किए जा सकें।

15.5.15 पार्टियों से प्राप्त चैकों/ड्राफ्टों को एक अलग डायरी में दर्ज किया जाता है और फिर उन्हें लेखाकार को भेज दिया जाता है जो उन्हें आगे कार्रवाई के लिए खजांची को भेजने से पहले बिल रजिस्टर में दर्ज कर देता है।

15.5.16. मास के सभी बिल रजिस्टरों के जोड़ का समाधान भी प्रत्येक मास के अन्त में सहायक रोकड़ बही (अनुलग्नक-XVI) किया जाना चाहिए।

15.5.17. विज्ञापक की खाता बही

विज्ञापक की खाता बही प्रत्येक केन्द्र के लिए अनुलग्नक-XVII में दिए गए फार्म में वर्णानुक्रम से रखी जाती है। अलग-अलग केन्द्रवार रजिस्टरों में किए गए इंदराजों का समेकन अनुलग्नक-XVII में दिए गए रजिस्टर में किया जाता है। प्रत्येक विज्ञापक को स्वीकार्य कुल बट्टा प्रत्येक वर्ष के अन्त में निकाल दिया जाता है।

15.5.18. एजेंट की खाता बही

यह खाता बही अनुलग्नक-XIX में रखी जाती है जिससे सभी केन्द्रों से इस बात का पता लगाया जा सके कि वर्ष के दौरान प्रत्येक एजेंट द्वारा कुल कितने विज्ञापन दिए गए। जैसा कि पहले कहा जा चुका है बिल रजिस्टर उन कुल राशियों को बताता है जो प्रत्येक एजेंट के सम्बन्ध में बिलों में शामिल की गई हों और इन्हीं कुल राशियों को इस खाता बही में दर्ज किया जाता है। जब और जैसे ही अदायगियां प्राप्त होती हैं, उनके विषय में, इस खाता बही में आवश्यक इन्दराज कर दिए जाते हैं और रोकड़ बही पन्ने का निर्देश भी दे दिया जाता

In the case of recognised agencies, Registered agencies and advertisers who are not eligible for credit facilities, the bills are sent in advance so that payment can be received within a fortnight before the commencement of the first broadcast. As the bills are issued in advance, the monthly schedule is checked later with the certificate of broadcast received from the Assistant Station Director/Station Director on the daily production sheets to the extent of 25%. The advance bills are, however, checked cent per cent subsequently with reference to the certified Production Sheets.

15.5.11. The bills are prepared in triplicate, two copies are sent to the party and one retained as office copy. The bills are prepared by the Accountant, checked by Administrative Officer and signed by the Director or deputy Director (Accounts). 5% of the bills are test-checked by the Administrative Officer. The certificate of broadcast is signed only on tbe bills relating to accredited agencies. Cross reference to the bill number is given on the monthly schedule of spots and attested by the officer signing the bill.

15.5.12. Printing of Bills on ICL Machine:

After receipt of concerned Schedules for Central Sales Unit/local bookings, the Accountants check them and pass on to Data Processing Unit for printing of bills.

15.5.13. Punch operators give code numbers to each product/client/agency and then punch detailed cards as per the schedules; thereafter the bills are printed on machine and returned to the Accountants for issue.

15.5.14. Bill Register:

Separate sets of bill registers (Annexure 14) are maintained for each Station. One register is maintained for accredited agencies and another for the remaining parties. The bills are numbered serially every month. All bills are prepared productwise and entered in the appropriate bill register according to the agents/canvassor/advertiser so that information about the Bills issued to an individual agent/advertiser during the month is readily available. Totals are worked out for each agent/canvassor/advertiser so that the agents/canvassors/advertiser's ledger could be posted without any difficulty.

15.5.15. Cheques/Drafts received from parties are entered in the separate diary and passed on to the Accountant who notes them in the bill register before passing them on to the Cashier for taking further action.

15.5.16. The total of all the bill registers for the month should also be reconciled with the Subsidiary Cash Book (Annexure 16) at the end of each month.

15.5.17. Advertiser's Ledger

The advertiser's ledger is maintained in the Form given in Annexure 17 in alphabetical order for each station. The postings made in the individual station-wise registers are consolidated in the register indicated in Annexure 18. The total discount admissible to each advertiser is worked out at the end, of each year.

15.5.18. Agent's Ledger

This ledger is maintained in Annexure 19 to ascertain the total business given by each agent during the course of the year from all the Stations. As already stated, the bill register indicates the total amounts billed for in respect of each agent and these totals are carried into this ledger. As and when payments are received, necessary entries are made in this ledger and reference to Cash Book folio is also given. At the

है। प्रत्येक वित्त वर्ष के अन्त मे और नियमित अंतराल पर, एजेंसियों/मतार्थकों को देय अथवा उनसे प्राप्त होने वाली राशि की उनसे पुष्टि करवा ली जानी चाहिए।

15.5.19. प्रस्तुतीकरण शीट का सारांश

यह सारांश प्रतिमास केन्द्र निदेशक/सहायक केन्द्र निदेशक से प्राप्त प्रस्तुतीकरण शीटों (अकाशवाणी-पी-57) की प्रमाणित प्रतियों के संदर्भ में अनुलग्नक-XV में दिए गए फार्म में तैयार किया जाता है। इस शीट में परिकलित लागत का समाधान बिल रजिस्टर के अनुसार बिल में दिए गए कुल राजस्व से किया जाता है। निदेशक/उपनिदेशक (लेखा) को प्रतिमास यह सुनिश्चित करने के लिए इसकी समीक्षा कर लेनी चाहिए कि राजस्व की कोई हानि नहीं हुई है।

15.5.20. प्रसारण सेवा का विज्ञापन रोजनामचा

विज्ञापन रोजनामचा अनुलग्नक-XX में रखा जाता है। इसमें इंदराज स्वीकृत, संविदाओं के संदर्भ में समाचार किए जाते हैं प्राप्त राशियों को भी निकाल लिया जाता है और इस रोजनामचे में दर्ज कर दिया जाता है।

15.5.21. लेखाकार और प्रशासनिक अधिकारी को सहायक रोकड़ बही के प्रत्येक इंदराज की जांच करनी चाहिए और उसे साक्ष्यांकित करना चाहिए। इस रजिस्टर को प्रतिदिन बंद कर देना चाहिए और भुनाए न जा सके चैकों का प्रगामी शेष निकाल लेना चाहिए।

15.5.22. प्रत्येक मास के अन्त में रजिस्टर में किए गए इंदराजों को जोड़ लगा देना चाहिए और लेखाकार को उनका समाधान उन राशियों से कर लेना चाहिए जिन्हें मुख्य रोकड़ बही (खजाना नियम-4) में शामिल किया गया हो। प्रशासनिक अधिकारी को सहायक रोकड़ बही में समाधान प्रमाण-पत्र देना चाहिए। बिल रजिस्टर से किए गए समाधान का प्रमाण-पत्र भी इस रोकड़ बही में दर्ज कर दिया जाना चाहिए।

15.5.23. विज्ञापन धन के लिए रसीदें जारी करना

महालेखाकार, महाराष्ट्र, बम्बई के परामर्श से (उनका पत्र संख्या डी.ए. 2/जी.आर.-19-1/आकाशवाणी/317, तारीख 24 अप्रैल, 1971) एजेंटों/विज्ञापकों से प्राप्त विज्ञापन धन के लिए रसीदें अनुलग्नक-XXI में दिए गए फार्म में जारी की जाती हैं। लेखाकार इन रसीदों की जांच करता है और प्रशासनिक अधिकारी उन पर हस्ताक्षर करता है। रसीद बहियों और रसीद बहियों के प्रयुक्त प्रतिपणों की सुरक्षित अभिरक्षा के लिए सामान्य कार्यविधि का पालन किया जाना चाहिए।

15.5.24. राजस्व का लेखा तैयार करना

आकाशवाणी को यह अनुमति दी गई है कि वह आकाशवाणी की विज्ञापन सेवा में विज्ञापन समय से होने वाली विक्रय आय में से विज्ञापन एजेंसियों को बट्टे की अदायगी कर सकती है।

15.5.25. यद्यपि बिलों में बट्टे को घटाकर एजेंसियों से प्राप्त निवल राशि का ही उल्लेख होता है, महालेखाकार से निवेदन किया गया है कि वह अपनी पुस्तकों में आवश्यक समायोजन कर ले जिससे सकल राजस्व को प्राप्ति माना जाए और बट्टे को व्यय के रूप में दिखाया जाए। यह इसलिए आवश्यक है कि बजट में बट्टे को व्यय के रूप में ही दिखाए जाने की व्यवस्था है।

15.5.26. प्राप्तियों का समाधान

जैसा कि केन्द्रीय खजाना नियमावली के पैरा 77 द्वारा अपेक्षित है, वसूल किए गए और बैंक को प्रेषित किए गए कुल राजस्व का समाधान प्रतिमास उन अंकों से किया जाता है जो वेतन और लेखा अधिकारी की पुस्तकों में दर्ज हों। इस प्रयोजन के लिए, मास के दौरान वसूल की गई और बैंक को प्रेषित की गई राशि का विवरण रोकड़ बही के संदर्भ में तैयार किया जाता है और सत्यापित करके वापस लौटाने के लिए वेतन और लेखा अधिकारी को भेजा जाता है।

end of each financial year and at regular intervals, the amount due to or from the agencies should be got confirmed by them.

15.5.19. Summary of Production Sheets

The summary is prepared every month in the Form given in Annexure 15 with reference to the certified copies of the Production Sheets (AIR, P-57) received from the Station Director/Asstt. Station Director. The cost worked out in this sheet is reconciled with the total revenue billed for according to bill register. This should be reviewed by the Director/Deputy Director (Acctts) every month to ensure that there is no loss of revenue.

15.5.20. Commercial Broadcasting Service Advertising Journal:

The Advertising Journal in Annexure 20 is posted monthwise with reference to the accepted contracts. The amounts due are also worked out and indicated in this.

15.5.21. Every entry in the subsidiary cash book should be checked and attested by the Accountant and the Administrative Officer. This register should be closed daily and progressive balance of unrealised cheques worked out.

15.5.22. At the end of each month, the entries made in the register should be totalled and reconciled by the Accountant with the amounts incorporated in the main Cash Book (TR-4). A certificate of reconciliation should be recorded in the subsidiary cash book by the Administrative Officer. A certificate of reconciliation with the bill register should also be recorded in this Cash Book.

15.5.23. Issue of Receipts of Advertisement Money

In consultation with the Accountant General, Maharashtra, Bombay vide his letter No.DA2/Gr-19-1/AIR/317 dated the 24th April, 1971, receipts for the advertisement money received from Agents/Advertisers are issued in the Form given in Annexure 21. Receipts are prepared in duplicate by carbon process, checked by the Accountant and signed by the Administrative Officer. The usual procedure for the safe custody of receipt books and used counterfoils of receipt books should be followed as followed at a Radio Station.

15.5.24. Accounting of Revenue

All India Radio has been permitted to make payments of commission to advertising agencies out of the sale proceeds of advertising time in the commercial service of All India Radio.

15.5.25. Although, the bills indicate the net amount due from agencies after deducting the commission, the Pay & Accounts Officer has been requested to carry out necessary adjustment in his books, so that the gross revenue is taken as receipts and the commission is shown as expenditure. This is necessary as budget provision has been made for showing the commission as expenditure.

15.5.26. Reconciliation of Receipts

As required in para 77 of CTRs, the total revenue realised and remitted into bank is reconciled every month with the figures appearing in the books of the Pay and Accounts Officer. For this purpose, a statement showing the amount realised during the month and remitted into bank is prepard with reference to the Cash Book and sent to the Pay and Accounts Officer for verification and return.

15.5.27. प्रोफार्मा लेखा

जैसा कि आकाशवाणी प्रकाशनों के मामले में किया जाता है, उसी प्रकार प्रोफार्मा लेखा आकाशवाणी नियम पुस्तक, खण्ड-1 के अध्याय X में दिए गए अनुदेशों के अनुसार तैयार किया जाना चाहिए। प्रोफार्मा देयताओं का रजिस्टर, रोजनामचा और खाता रखा जाना चाहिए। विज्ञापन सेवा द्वारा वसूल किए गए राजस्व का लेखा ''आय और व्यय लेखा'' में अलग शीर्ष के अन्तर्गत रखा जाना चाहिए।

15.5.28. पी.पी.ई. को अदायगी

विज्ञापन सेवा में ग्रामोफोन रिकार्डों के प्रसारण के लिए पी.पी.ई. के साथ 1 जुलाई, 1968 से एक करार किया गया है। इसके अनुसार पी.पी.ई. को निवल प्रसारण समय लागत के 1% की दर से रायल्टी अदा की जायेगी। इस करार की अवधि बढ़ा दी गई है। केन्द्रीय बिक्रय एकक द्वारा अदायगी केन्द्रीय रूप से त्रैमासिक विवरणों के आधार पर की जाती है। 1-7-1974 से रायल्टी की दर बढ़ाकर 2% कर दी गई है।

विज्ञापन प्रसारण सेवा

15.6.1. प्रत्येक केन्द्र पर केन्द्र निदेशक/सहायक केन्द्र निदेशक को विज्ञापन स्पॉटों के कैप्सुलों और स्थानीय विविधता के कार्यक्रमों को तैयार करने तथा सम्बद्ध केन्द्रों को वितरित करने का विशेष प्रभार सौंपा गया है।

15.6.2. केन्द्र निदेशक/सहायक केन्द्र निदेशक (विज्ञापन प्रसारण सेवा)के कार्य तथा जिम्मेदारियां

1. सम्बन्धित केन्द्र की विज्ञापन सेवा के कार्यक्रम परिचालन का पर्यवेक्षण करना।
2. विज्ञापनों और प्रायोजित कार्यक्रमों की जांच सहित विज्ञापन प्रसारण सेवा की स्थानीय बुकिंग का पर्यवेक्षण।
3. विविध स्थानीय कार्यक्रमों की योजना, प्रस्तुति तथा प्रसारण का पर्यवेक्षण।
4. अपने कार्यक्षेत्र के अन्तर्गत प्राइमरी चैनल के केन्द्रों पर विज्ञापनों की बुकिंग, बिलिंग तथा लेखा तैयार करने का पर्यवेक्षण करना।
5. विज्ञापन सेवा के प्रस्तुतीकरण के लिए नियुक्त कर्मचारियों का पर्यवेक्षण करना, उन्हें प्रशिक्षित करना तथा उनकी दक्षता में सुधार करना और विभिन्न मदों पर उनका मार्गदर्शन करना।
6. विज्ञापन एकक के प्रशासन एवं लेखा पर नियंत्रण रखना। उसे अनुसचिवीय कर्मचारियों के मार्गदर्शन करने तथा उन पर नियंत्रण रखने की आवश्यकता है।
7. विज्ञापन प्रसारण से सम्बद्ध सभी मामलों विशेष रूप से विज्ञापकों और एजेंसियों के बीच सम्बन्ध बनाए रखना।
8. सेवा के निष्पादन के सम्बन्ध में केन्द्रीय विक्रय एकांश के साथ सम्पर्क बनाना तथा प्रसारण से पहले और बाद में विज्ञापन अनुसूची की जांच करना। इसमें महानिदेशालय और केन्द्रीय विक्रय एकांश के साथ सभी मामलों में पत्र-व्यवहार करना सम्मिलित है। ये मामले हैं—एजेंसियों का पंजीकरण, विज्ञापन समय की मांग आदि/केन्द्रीय विक्रय एकांश/महानिदेशालय द्वारा समय-समय पर जारी अनुदेशों का अनुपालन करना।

15.6.3. केन्द्र निदेशक को अलग से बजट की मंजूरी दी गई है और वह उसे प्रदान किए गए धन के विषय में आहरण और वितरण अधिकारी के रूप में कार्य करता है। उसे अलग से अग्रदाय की मंजूरी भी दी गई है। अन्य केन्द्र निदेशकों से भिन्न, वह आकस्मित व्यय को पूरा करने के लिए वह खजाने से बिलों पर धन का आहरण करता है। आकस्मिक प्रभारों का रजिस्टर केन्द्रीय खजाना नियमावली के नियम 298 से 301 में निर्धारित फार्म में और तरीके से रखा जाता है।

टिप्पणी : आकस्मिक रजिस्टर में दर्ज की गई राशियों पर वितरण अधिकारी को उस समय तक आद्यक्षर नहीं करना चाहिए जब तक वह खुद यह इत्मीनान न कर ले कि उन राशियों को वास्तव में अदा कर दिया गया है। तकनीकी पक्ष में उसकी सहायता के लिए एक सहायक केन्द्र इंजीनियर, वरिष्ठ इंजीनियरी सहायक, इंजीनियरी सहायक, तकनीशियन और भंडारी हैं, प्रशासनिक और लेखा पक्ष में लेखाकार ग्रेड-I लिपिक ग्रेड-II लिपिक तथा कार्यक्रम पक्ष में कार्यक्रम निष्पादक, प्रसारण निष्पादक, प्रस्तुतीकरण सहायक, एनाउन्सर आदि हैं।

15.5.27. Proforma Accounts

Proforma Accounts should be prepared in accordance with the instructions contained in AIR Manuals as in the case of Radio Publications. The Journal, Ledger and the register of proforma Liability should be maintained. The revenue realised by commercial service may be accounted for under a separate head in the "Income and Expenditure Account".

15.5.28. Payment to PPE

An agreement has been entered into with the PPE for the broadcast of gramophone records in the commercial service on payment of royalty at the rate of 1% of the net air time cost with effect from 1st July, 1968. This agreement has been extended. Payment is made centrally by the Central Sales Unit on the basis of quarterly statements. The royalty rate was increased to 2% with effect from 1.7.74.

COMMERCIAL BROADCASTING SERVICE

15.6.1. At each Centre, a Station Director/Assistant Station Director has been put in exclusive charge of the production of the capsules of commercial spots and local variation programmes and their distribution to the linked Stations.

15.6.2. Duties and responsibilities of Station Director/Asstt. Director (C.B.S.)

1) To supervise the programming operation of the Commercial Service at the Centre Concerned.
2) To supervise the local booking for CBS including the screening of ads and sponsored programmes.
3) To supervise the planning, production and transmission of local variation programmes.
4) To supervise the booking, billing and accounting of Commercials on the Primary Channel Stations under their jurisdiction.
5) To supervise the work of the staff engaged for the presentation of the Commercial Service, to train them and improve their efficiency and to provide guidance on various matters.
6) To exercise control over administration and accounts of the Commercial Unit. He is required to provide guidance to and control the work of the ministerial staff.
7) To maintain relations with the public, mainly advertisers and agencies, on all matters concerning commercial broadcasting.
8) To maintain liaison with the Central Sales Unit on the performance of the Service and to check the advertising schedules before and after broadcast. This includes correspondence with the Directorate General and with the Central Sales Unit on all matters such as registration of agencies, demands for advertising time, etc. and compliance of instructions from time to time issued by Central Sales Unit/Directorate General.

15.6.3. The Station Director has been sanctioned a separate budget and functions as the Drawing and Disbursing Officer in respect of the funds placed at his disposal. A separate imprest has also been sanctioned for him. Unlike other Station Directors', he draws money on bills from P&AO to meet expenditure on contingencies. The register of contingent charges is maintained in the form and in the manner laid down in C.T.Rs. 298 to 301.

Note: Amounts noted in the contingent register should not be initialled by the Disbursing Officer until he has satisfied himself that they have actually been paid. He is assisted by an Assistant Station Engineer, Senior Engineering Assistant, Engineering Assistants, Technicians and Storekeeper on the technical side, an Accountant, Clerks Grade-I and Clerks Grade-II on the administrative and Accounts side and Programme Executives, Transmission Executive, Production Assistants, Announcers, etc. on the programme side.

15.6.4. केन्द्र निदेशक (विज्ञापन)/सहायक केन्द्र निदेशक (विज्ञापन) कार्यालयाध्यक्ष होता है। केन्द्र निदेशक/सहायक केन्द्र निदेशक (सी.पी.बी.) का कार्यक्षेत्र वह सारा राज्य होता है जिसमें विज्ञापन प्रसारण सेवा केन्द्र स्थित है।

15.6.5. जब निदेशक, विक्रय प्रसारण के लिए अनुमोदित अंतराल विज्ञापनों को अन्तिम रूप दे देता है, विज्ञापन घोषणा वाले टेपों के साथ ब्यौरेवार अनुसूची (अनुबन्ध-II) केन्द्र निदेशक/सहायक केन्द्र निदेशक को भेज दी जाती है। आमतौर पर अनुसूची एक समय में एक मास के लिए तैयार की जाती है। अनुसूची के आधार पर केन्द्र निदेशक/सहायक केन्द्र निदेशक फार्म आकाशवाणी-पी-57 में ब्यौरेवार प्रस्तुतीकरण शीट तैयार करता है प्रस्तुतीकरण शीट में विज्ञापन घोषणा की अवधि और काल संयोजन का ब्यौरा दिया होता है। उसमें यह भी दिया जाता है कि उन्हें विविध भारती कार्यक्रमों से किस प्रकार एकीकृत किया जाए।

15.6.6. प्रस्तुतीकरण शीट (आकाशवाणी-पी-57) में दिए गए ब्यौरों के संदर्भ में प्रस्तुतकर्ता सहायक विशिष्ट प्रकार के कार्यक्रमों के लिए सम्पुट तैयार करता है। इन्हें फार्म आकाशवाणी-पी-58 में एक रजिस्टर में दर्ज किया जाता है। इस रजिस्टर में इन्दराज प्रत्येक दिन के लिए अलग से किए जाते हैं। एनाउन्सर आदि सम्पुटों से विज्ञापनों का प्रसारण उपयुक्त समय पर करते हैं। सारा कार्यक्रम प्रतिदिन के प्रसारण से रिकार्ड किया जाना चाहिए और टेपों को 10 दिनों तक सुरक्षित रखा जाना चाहिए।

15.6.7. लॉग बुक

मुख्य केन्द्र द्वारा प्रसारित कार्यक्रमों को दर्ज करने के लिए फार्म आकाशवाणी-पी-60 में लॉग बुक रखी जाती है। इस लॉग बुक में कार्यक्रमों और अंतराल विज्ञापनों का ब्यौरा दर्ज किया जाता है और इसके प्रत्येक इंदराज को प्रसारण निष्पादक अनुप्रमाणित करता है। कार्यक्रम निष्पादक प्रतिदिन लॉग बुक की संवीक्षा करता है। लॉग बुक में इन्दराजों के संदर्भ से प्रस्तुतीकरण शीट पर प्रसारण प्रमाण-पत्र अंकित किया जाता है और प्रमाणित प्रस्तुतीकरण शीट की एक प्रति विक्रय निदेशक को भेजी जाती है जिससे वह विज्ञापन घोषणाओं के वास्तविक प्रसारण की बाद में जांच कर सके। परिवर्तनों की सूचना भी विक्रय निदेशक को भेजी जाती है।

15.6.8. विविध भारती सेवा से प्राप्त टेपों से जिन कार्यक्रमों को निकाल दिया जाता है उन्हें फार्म आकाशवाणी-पी-61 में एक अलग रजिस्टर में दर्ज किया जाता है।

15.6.9. टेप लाइब्रेरी

विविध भारती टेपों को इस लाइब्रेरी में रखा जाता है। इन टेपों का रिकार्ड फार्म आकाशवाणी-पी-62 में एक रजिस्टर में रखा जाता है। विज्ञापन प्रसारण के लिए मास्टर प्रति तैयार करने के बाद, यदि आवश्यक हो तो मूल विविध भारती टेपों को अन्य ट्रांसमिटर (ट्रांसमिटरों) पर प्रसारित करने तथा सीधे विविध भारती सेवा को लौटाने के लिए मुख्य केन्द्र को भेज दिया जाता है।

15.6.10. विज्ञापकों से प्राप्त विज्ञापन घोषणाओं को फार्म आकाशवाणी-पी-63 में एक रजिस्टर में दर्ज किया जाता है। जब विज्ञापन घोषणा वाला टेप विज्ञापकों को लौटाया जाता है, रजिस्टर में आवश्यक इन्दराज कर दिया जाता है।

15.6.11. लाइब्रेरी में प्राप्त अन्य टेपों का स्टाक रजिस्टर फार्म आकाशवाणी-ए-6 में रखा जाता है।

प्राइमरी चैनल चरण-II पर विज्ञापनों के बुक करने, बिल बनाने तथा लेखा तैयार करने की प्रक्रिया

15.6.12. विज्ञापन संविदा बुकिंग करना

1. जब किसी एजेंसी/विज्ञापक को समय आबंटित किया जाता है तो सबसे पहली शर्त उससे विधिवत भरा हुआ संविदा फार्म (दो प्रतियों में) प्राप्त करना होता है। संविदा में एजेंसी/विज्ञापक का पता तथा बुकिंग का विवरण होता है।

15.6.4. The Station Director (C)/ASD(C) is the Head of Office. The sphere of duty of Station Directors/Assistant Station Director (CPB) in the entire State which the C.B.S. Centre is situated.

15.6.5. After the commercial spots approved for broadcast are finalised by the Director of Sales, the detailed schedule (Annexure 11) along with the tapes containing the spots are sent to the Station Director/Asstt. Station Director. The Schedule is usually prepared for period of one month at a time. On the basis of the schedule a detailed production sheet is prepared by the Station Director/ASD in the form AIR, P-57. The production sheet indicates in detail the timings and duration of the spots and how they should be integrated with the Vividh Bharati Programmes.

15.6.6. With reference to the particulars given in the production sheet (AIR, P-57) capsules are prepared by the Production Assistants for particular types of programmes. These are entered in a register in the form AIR. P-58. The entries are made in this register for each day separately. The Commercials are broadcast direct from the capsules at the appropriate timings by the Announcers etc. The entire programme is to be recorded off broadcast each day and the tapes preserved for a period of 10 days.

15.6.7. Log Book

Log Book is maintained in the form AIR, P-60 for noting down the programmes broadcast by the main Station. Details of the Programme as well as the Commercial spots are entered in this Log Book, and every entry is attested by the Transmission Executive. The Log Book is scrutinised daily by the Programme Executive. The certificate of broadcast is recorded on the production sheet with reference to the entries in the log book and a copy of the certified Production Sheet is sent to the Director of Sales to enable the latter to post check the actual broadcast of spots. Any changes are also intimated to the Director of Sales.

15.6.8. The programmes which are omitted from the tapes received from Vividh Bharati Service are entered in a separate register in the form AIR. P—61.

15.6.9. Tape Library

Vividh Bharati tapes are received in this Library. Record of these tapes is kept in a register in the form AIR, P-62. After the master copy for Commercial Broadcast is prepared, the original Vividh Bharati tapes are sent where necessary to the main Station for broadcast on their transmitter(s) and return to Vividh Bharati Service.

15.6.10. The spots received from the advertisers are entered in the register in form AIR, P-63. Necessary note is made in the register when the tape containing the spot is returned to the advertisers.

15.6.11. Stock Register of other Tapes received in the Library is kept in the Form AIR, A-6.

Procedures for Booking, Billing and Accounting of Commercials on Primary Channel Phase-II.

15.6.12. Booking of Advertisements Contracts

i) Whenever time is allotted to an agency/advertiser, it is a pre-condition to obtain a duly filled in contract form (In duplicate). The address of agency/advertiser and their details of bookings is clearly indicated in the contract.

2. संविदा पर हस्ताक्षर विज्ञापक करता है। यदि किसी एजेंसी के माध्यम से विज्ञापन प्रस्तुत किया जाता है तो संविदा पर विज्ञापक और एजेंसी दोनों के हस्ताक्षर होते हैं।
3. यदि विज्ञापक अपनी एजेंसी को उसकी ओर से संविदा पर हस्ताक्षर करने केलिए प्राधिकृत करता है तो केन्द्र द्वारा कानूनी मान्यता प्राप्त प्राधिकार पत्र प्राप्त किया जाता है तथा अपने रिकार्ड में रखा जाता है।
4. यदि आकाशवाणी द्वारा एजेंसी स्वीकृत नहीं है तो इस तरह का प्राधिकार पत्र वैध नहीं होगा। ऐसे मामलों में केन्द्र संविदा पर विज्ञापक के हस्ताक्षर की सलाह देता है।
5. संविदा प्राप्त होने पर यह सुनिश्चित करने के लिए उनकी इस बात के लिए उचित जांच होती है कि उसमें दिए गए विवरण/ब्यौरे सही हैं तथा रजिस्टर में उनकी प्रविष्टि कर ली गई है।
6. उसके बाद संविदाएं सहायक केन्द्र निदेशक (विज्ञापन)/केन्द्र निदेशक (विज्ञापन) के हस्ताक्षर एवं स्वीकृति के लिए प्रस्तुत की जाती हैं, वह संविदा स्वीकार करने के प्रमाण के रूप में संविदा रजिस्टर में भी आद्यक्षर करता है।
7. स्वीकृत संविदा की एक प्रति एजेंसी/विज्ञापक को लौटा दी जाती है तथा दूसरी प्रति सहायक केन्द्र निदेशक (विज्ञापन)/केन्द्र निदेशक (विज्ञापन) की व्यक्तिगत अभिरक्षा में रहती है। प्रत्येक एजेंसी की संविदाएं अलग फोल्डर में रखी जाती हैं जिससे विवाद या मुकदमें के समय में उसका अभिलेख करने में सुविधा रहे।
8. संविदा की स्वीकृति प्रसारण की प्रक्रिया के लिए श्रेष्ठता पर निर्भर करती है।
9. संविदा फार्म के ऊपरी हिस्से पर "प्राइमरी चैनल" की मुहर लगा दी जाती है जिससे यह किसी भी हालत में विविध भारती सेवा की स्थानीय बुकिंग से सम्बन्धित संविदाओं के साथ मिल न जाएं।

15.6.13. बुकिंगों के लिए प्रतीक्षा सूची

जिन अनुरोधों को समयाभाव के कारण समायोजित नहीं किया जा सकता उन्हें निर्धारित रजिस्टर में प्रतीक्षा सूची में रखा जाता है। आवेदक को बुकिंग वापस लेने या निरस्त होने के कारण उपलब्ध होने पर समय आबंटित किया जाता है। यह पहले आओ पहले पाओ के आधार पर किया जाता है।

15.6.14. विज्ञापन टेपों की प्राप्ति और जांच

विज्ञापन टेपों की प्राप्ति, उनकी जांच तथा प्राइमरी चैनल केन्द्रों को उन्हें भेजने की प्रक्रिया विविध भारती केन्द्रों की स्थानीय बुकिंग की प्रक्रिया के समान है:—

1. एजेंसियों/विज्ञापकों से प्राप्त विज्ञापन टेपों की प्रविष्टियां निर्धारित फार्म आकाशवाणी-पी-63 में "टेप रजिस्टर" में की जायेंगी। उन्हें सुरक्षित रखा जायेगा। उसके बाद टेपों की जांच की जायेगी तथा जांच का परिणाम रजिस्टर के सम्बन्धित कालम में लिखा जायेगा, विज्ञापन टेपों की जांच के लिए मार्गदर्शन "विज्ञापन प्रसारण के लिए संहिता" में दिए गए हैं जिसे अनुबन्ध-VII में दिया गया है।
2. स्वीकृत टेप प्रसारण की तिथि से काफी पहले प्राइमरी चैनल के सम्बन्धित केन्द्रों को भेज दिए जायेंगे और अस्वीकृत टेप सम्बन्धित पार्टी को लौटा दिए जाएंगे।
3. जिन टेपों का प्रसारण संविदा की पूरी अवधि के लिए किया जाता है तथा उनकी आकाशवाणी को आवश्यकता नहीं है, उन्हें विज्ञापकों को शीघ्रता से वापस कर दिया जायेगा और उनकी पावती प्राप्त की जायेगी और इसका रिकार्ड रखा जायेगा।
4. केन्द्र द्वारा भेजे गए/प्राप्त किए गए टेपों का संचलन टेप रजिस्टर (आकाशवाणी-पी-63) के सम्बन्धित कालम में दर्ज किया जायेगा।

15.6.15. अनुसूची रजिस्टर

1. अनुसूची रजिस्टर स्वीकृत संविदाओं के आधार पर लिखा जाता है। इसमें बुकिंगों का पूरा विवरण जैसे उत्पाद का नाम, विज्ञापक/एजेंसी, विज्ञापन की अवधि, समय का वर्गीकरण आदि लिखा जाता है। प्रविष्टियां उत्पादवार (महीनेवार) वर्णक्रम में की जानी चाहिए जिससे एक ही उत्पाद की दुबारा बुकिंग न हो।
2. मासिक अनुसूचियां तैयार करने में सुविधा के लिए हर केन्द्र पर अलग से अनुसूची रजिस्टर बनाया जाता है।

ii) The contract is signed by the advertiser. If the business is placed through an agency, the contract is signed jointly by the advertiser and the agency.

iii) In case the advertiser authorises his agency to sign the contract on his behalf, a legally valid authorisation letter is obtained by the station and kept on record.

iv) No such authorisation is, however, valid, if the agency is not approved by AIR. In such cases, the Station insists on the Advertiser's signature on the contract.

v) On receipt of the contracts, they are properly scrutinised to ensure that the details/particulars mentioned therein are in order and entered in the contract register.

vi) The contracts are then submitted for signature and acceptance of ASD(C)/SD(C), who also initials on the Contract Register in token of having accepted the contract.

vii) One copy of the accepted contract is returned to the agency/advertiser and the other copy kept under personal custody of ASD(C)/SD(C). The contracts are kept in separate folders to be maintained for each agency as it facilitates referencing in case of dispute or litigations.

viii) The acceptance of contract invariably precedes the process of broadcasting.

ix) The contracts are stamped "Primary Channel" on the top portion of contract forms so that they do not get mixed with contracts relating to local bookings of VBS, under any circumstances.

15.6.13. Waiting list for bookings

The requests which cannot be accommodated for want of time are kept on waiting list in the prescribed register. The applicant is allotted time when it becomes available due to withdrawal or cancellation of bookings, on first come first served basis.

15.6.14. Receipt and screening of Advertisement Tapes

The procedure for receipt of advertisement tapes, their screening and despatch of Primary Channel stations is the same as followed for local bookings on Vividh Bharati Stations :—

i) The advertisement tapes received from the agencies/advertisers will be entered in the "Register of Tapes" to be maintained in prescribed form—AIR, P-63, and kept in safe custody. The tapes will then be screened and the result of screening recorded in the relevant column of the register. The guidelines for screening of ad-tapes are given in the *"Code for Commercial Broadcasting"* which is reproduced in Annexure 7.

ii) The approved tapes will be despatched to Primary Channel stations concerned sufficiently in advance of the dates of their broadcast, and the tapes *not approved* will be returned to the party concerned.

iii) The tapes which are broadcast for the full period of contract and are no longer required by AIR, will be returned to the advertisers promptly and their acknowledgement obtained and kept on record.

iv) The movement of tapes despatched/returned by the Station should be noted in the relevant column of the Tape Register (AIR, P-63.)

15.6.15. Scheduling Register

i) The scheduling Register is written on the basis of accepted contracts, wherein full details of bookings viz. names of product, advertiser/agency, duration of ads, classification of timing, etc. are given. The entries should be made productwise (monthwise) in alphabetical order, to avoid duplication of bookings for the same product.

ii) The scheduling register is maintained for each station separately to facilitate preparation of monthly schedules.

15.6.16. मासिक अनुसूची

1. मासिक अनुसूचियां अनुसूची रजिस्टर के आधार पर तैयार की जाती है। अनुसूचियां उसी तरह निर्धारित फार्म में तैयार की जानी चाहिए जैसे स्थानीय बुकिंग के लिए तैयार की जाती हैं। मासिक अनुसूचियां तीन प्रतियों में तैयार की जानी चाहिएं। एक प्रति सम्बन्धित प्राइमरी चैनल केन्द्र को काफी समय पहले भेज दी जानी चाहिए ताकि वह वहां प्रसारण के महीने से कम से कम 20 दिन पहले पहुंच जाएं। दूसरी प्रति लेखाकार को बिल बनाने के लिए दी जायेगी तथा तीसरी प्रति कार्यालय प्रति के रूप में रखी जाएगी।
2. मासिक अनुसूचियां भेजने के बाद बुकिंग में परिवर्तन, रद्द करने या देर से बुकिंग की सूचना प्राइमरी चैनल केन्द्रों को पत्रों या तारों द्वारा दी जाती हैं तथा इन पत्रों की प्रतियां बिल बनाने के लिए लेखा अनुभाग को दी जाती हैं।

15.6.17. दैनिक प्रस्तुतीकरण पत्र

1. प्राथमिक चैनल केन्द्रों द्वारा वास्तव में प्रसारित किए गए विज्ञापनों का फीड-बैक दैनिक प्रस्तुतीकरण पत्र के रूप में प्राप्त किया जाता है। दैनिक प्रस्तुतीकरण पत्र निर्धारित फार्म में उसी तरह तैयार किया जाना चाहिए जिस तरह विविध भारती सेवा बुकिंगों के लिए किया जाता है। दिन के प्रसारण के बन्द होने पर प्रस्तुतीकरण पत्र के विवरणों की जांच उनकी सत्यता के लिए लॉग बुक से की जानी चाहिए। इसे प्राइमरी चैनल केन्द्र के प्रसारण निष्पादक/कार्यक्रम निष्पादक करेंगे और सम्बन्धित विज्ञापन प्रसारण सेवा केन्द्र को भेजेंगे।
2. प्राइमरी चैनल केन्द्रों को दैनिक प्रस्तुतीकरण पत्र प्रसारण के अगले कार्य-दिवस को विज्ञापन प्रसारण सेवा केन्द्रों को भेजना चाहिए। जिससे सारांश और बिल बनाने में तुरन्त कार्रवाई की जा सके।
3. विज्ञापन प्रसारण सेवा केन्द्रों द्वारा दैनिक प्रस्तुतीकरण पत्र प्राप्त होने पर सम्बन्धित कार्यक्रम अधिकारी प्रसारित विज्ञापनों के विवरण की जांच मासिक अनुसूची से यह सुनिश्चित करने के लिए करेगा कि विज्ञापनों का प्रसारण एजेंन्सी/विज्ञापक के करार के अनुसार किया गया है। स्पॉटों के प्रसारण में किसी भी प्रकार की विविधता तुरन्त प्राइमरी चैनल केन्द्र के ध्यान में समय पर सुधार के लिए लाई जायेगी।
4. उसके बाद दैनिक प्रस्तुतीकरण पत्र बिल लिपिक के पास सार तैयार करने के लिए भेज दिया जायेगा।

दैनिक प्रस्तुतीकरण पत्रों का सारांश

1. जैसे ही प्राइमरी चैनल केन्द्रों से दैनिक प्रस्तुतीकरण पत्रों की प्रमाणित प्रतियां प्राप्त होती हैं, बिल क्लर्क दैनिक आधार पर उनका सार तैयार करेगा। वास्तव में सार प्रोफार्मा अनुसूची है जिसे विज्ञापनों के वास्तविक प्रसारण के आधार पर तैनात किया जाता है। इसमें दैनिक आधार पर प्रसारित विज्ञापनों का विवरण दर्शाया जाता है। प्रत्येक महीने के अन्त में हर स्पॉट/विज्ञापन की लागत निकाली जाती है तथा सम्बन्धित बिलों से उसकी जांच की जाती है। राजस्व में हानि न हो, यह सुनिश्चित करने के लिए महीने के दौरान प्रसारित स्पॉटों के कुल मूल्य का कुल राजस्व से भी मिलान किया जाता है।

15.6.18. बिल

1. बिल मासिक अनुसूचियों और समय-समय पर प्राप्त अन्य संशोधनों के आधार पर निर्धारित फार्म में तैयार किये जाते हैं।
2. मासिक अनुसूची की निरन्तर दैनिक प्रस्तुतीकरण पत्रों के सार से जांच की जाती है तथा यदि कोई विसंगति पाई जाती है तो बार-बार सुधार से बचने के लिए बिल तैयार करने से पहले उनमें समायोजन किया जाता है। दैनिक प्रस्तुतीकरण पत्रों के आधार पर प्रसारण का प्रमाण-पत्र बिल पर लिखा जाना चाहिए।
3. सामान्यता बिल फार्म के तीन भाग होते हैं। पहले भाग में निदेशालय द्वारा स्वीकृत रेट कार्ड के अनुसार विज्ञापन प्रभारों की कुल राशि लिखी जाती है। दूसरे भाग में एजेन्सी/विज्ञापक को देय कमीशन/छूट दर्शायी जाती है तथा तीसरे भाग में एजेन्सी/

15.6.16. Monthly Schedule

i) The monthly schedules are prepared on the basis of Scheduling Register. The schedules should be prepared in the prescribed form in the same manner as done for local bookings. The monthly schedules should be prepared in triplicate. One copy shall be despatched to the concerned Primary Channel station sufficiently in advance, to reach them at least 20 days before the month of broadcast. The second copy will be given to the Accountant for billing and the 3rd copy retained as office copy.

ii) Once the monthly schedules are despatched, any subsequent changes in bookings, cancellations or late bookings is communicated to the Primary Channel stations by letters or telegrams and copies of these communications is to be handed over to the Accounts Section for billing.

15.6.17. Daily Production Sheets

i) The feed back of the advertisements actually broadcast by the Primary Channel Stations is obtained in the form of Daily Production Sheets. The Daily Production Sheets should be prepared in the prescribed form in the same manner as done for VBS Bookings. At the close of day's broadcast the details from production sheets should be verified with the log book and certified for their correctness by the Transmission Executive/Programme Executive of the Primary Channel Station and sent to the concerned CBS Centre.

ii) The Daily Production Sheets should be despatched by the Primary Channel stations on the next working day of broadcast to speed up preparation of summary and billing at CBS Centres.

iii) On receipt of DP sheets by CBS Centre, the concerned Programme Officer should verify the details of ads broadcast with the office copy of the monthly schedule to ensure that the ads are broadcast strictly in accordance with agency's/advertiser's contracts. Any variations noticed in broadcast of spots should be immediately brought to the notice of Primary Channel Station for timely corrections.

iv) The DP Sheets will then be passed on to billing clerk for preparation of summary.

Summary of Daily Production Sheets

i) The summary will be prepared by the billing clerk on day to day basis as soon as the certified copies of DP Sheets are received from the Primary Channel Stations. In fact, the summary is a proforma schedule prepared on the basis of actual broadcast of ads, wherein the details of commercials broadcast are indicated on day-to-day basis. At the end of each month, the cost of individual spot/ads broadcast is worked out and verified with the corresponding bills. The total value of spots broadcast during the month is also reconciled with the total revenue billed as per the Bill Register to ensure that there is no loss of revenue.

15.6.18. Bills:

i) The bills are prepared in the prescribed form on the basis of monthly schedules and other amendments received to it from time to time.

ii) The monthly schedule is invariably verified with the summary of DP Sheets and variations, if any, noticed between these two statements reconciled before processing of bills to avoid their frequent corrections. The certificate of broadcast should be recorded in the bill on the basis of DP Sheets.

iii) Generally, the bill form consists of three main parts. The 1st part indicates the gross amount of ad charges calculated as per the rate card approved by Directorate. The 2nd part indicates the

विज्ञापक की तरफ आकाशवाणी का बकाया दर्शाया जाता है। भुगतान की देय तिथि बिल के निचले हिस्से में निर्धारित कालम में रबड़ की मुहर द्वारा दर्शायी जाती है। अग्रिम भुगतान के मामले में, भुगतान "अग्रिम में प्राप्त" राशि की टिप्पणी बिल के भुगतान के कालम में लिख दी जाती है।

4. बिल तीन प्रतियों में तैयार किया जाता है, दो प्रतियां एजेंसी/विज्ञापक को भेज दी जाती हैं तथा तीसरी प्रति बिल अनुभाग द्वारा कार्यालय प्रति के रूप में रखी जाती है।
5. बिल एजेंसियों/विज्ञापकों को प्रसारण के महीने के अगले माह के प्रथम सप्ताह तक भेज देने चाहिएं।

15.6.19. बिल रजिस्टर

प्रत्येक प्राइमरी चैनल पर अलग से बिल रजिस्टर बनाया जाता है। बिलों की हर माह क्रम संख्या दी जाती है तथा उन्हें इस रजिस्टर में प्रविष्ट किया जाता है। प्रत्येक महीने के अन्त में हर प्राइमरी चैनल केन्द्र के कुल राजस्व का सार इस रजिस्टर से तैयार किया जाता है तथा इसका मिलान दैनिक प्रस्तुतीकरण पत्रों के सार में दी गई बिक्री के विश्लेषण से किया जाता है।

15.6.20. एजेंसी का खाता

1. यह खाता प्रत्येक एजेन्सी द्वारा सभी प्राइमरी चैनल केन्द्रों पर माह/वर्ष के दौरान दिए गए कुल व्यापार को जानने तथा किसी भी समय उनके भुगतान की स्थिति जानने के लिए बनाया जाता है।
2. प्रत्येक एजेंसी के लिए वर्णक्रम में अलग-अलग खाते आवंटित किए जाते हैं।
3. हर एजेन्सी के बिलों की राशि बिल रजिस्टर से उसके खाते में लिखी जाती है। जैसे ही भुगतान प्राप्त होते हैं, उन्हें डिमांड ड्राफ्ट संख्या, तारीख, राशि आदि के विवरण सहित सम्बन्धित कालमों में प्रविष्ट किया जाता है।
4. हर महीने के अन्त में बिल अनुभाग प्रत्येक एजेन्सी/विज्ञापक की तरफ बाकी राशि प्राप्त भुगतान तथा शेष राशि की एक विवरणी इस रजिस्टर से तैयार करता है तथा बकाया का भुगतान न करने वाली एजेंसियों/विज्ञापकों से बकाया राशियों की समय पर वसूली के लिए सहायक केन्द्र निदेशक (विज्ञापन)/केन्द्र निदेशक (विज्ञापन) को समीक्षा के लिए प्रस्तुत करता है।

15.6.21. विज्ञापक का खाता

प्रत्येक विज्ञापक के लिए वर्णक्रम में अलग-अलग खाते खोले जाते हैं। प्रत्येक विज्ञापक की तरफ निकाली गई राशियों की प्रविष्टियां बिल रजिस्टरों से दर्शायी जाती हैं। विज्ञापक के खाते का मासिक योग का मिलान माह की समाप्ति पर बिल रजिस्टर से किया जाना चाहिए।

15.6.22 मासिक समीक्षा

प्रत्येक माह की समाप्ति के बाद बिल रजिस्टरों, एजेन्सी के खातों, विज्ञापक के खातों तथा दैनिक प्रस्तुतीकरण पत्रों के सार के योग का सत्यापन किया जाना चाहिए तथा उनका एक दूसरे के साथ मिलान किया जाना चाहिए। एजेन्सी खातों में लिखे गए भुगतानों का मिलान पूरक रोकड़ बही से भी करना चाहिए। इसके बाद लेखाकार को उपर्युक्त सभी रजिस्टरों में सत्यापन के प्रमाण पत्र लिखने चाहिएं तथा उन्हें सहायक केन्द्र निदेशक (विज्ञापन)/केन्द्र निदेशक (विज्ञापन) की समीक्षा और हस्ताक्षर के लिए प्रस्तुत करना चाहिए। राजस्व में हानि से बचने के लिए समीक्षा नियमित रूप से हर महीने की जानी चाहिए।

15.6.23. प्रभारों की वसूली

1. विज्ञापन प्रभार केवल "भारतीय स्टेट बैंक में आकाशवाणी के खाते" के पक्ष में स्थानीय बैंक में देय डिमांड ड्राफ्टों से वसूल किए जाने चाहिएं।

amount of commission/concession payable to the agency/advertiser and the 3rd part exhibits the net amount due by the agency/advertiser to AIR. The due date of payment is indicated in the relevant column at the bottom portion of the bill by a rubber stamp. In case of advance payment, a note to the effect that the amount is *"received in advance"* is recorded in the payment column of the bill.

iv) The bills are prepared in triplicate of which two copies are sent to the agency/advertiser and the 3rd copy retained as office copy by the Billing Section.

v) The bills should be despatched to the agencies/ advertisers within the first week after the month of broadcast.

15.6.19. Bill Register

The Bill Register is maintained for each Primary Channel separately. The bills are numbered serially every month and entered in this register. At the end of each month a summary of total revenue billed for individual Primary Channel station is prepared from this register and reconciled with the analysis of sales worked out in summary of DP Sheets.

15.6.20. Agency Ledger

i) This ledger is intended to ascertain the total business given by each agency during the course of the month/year for all Primary Channel stations, and the position of their payment at any given moment.

ii) Separate ledger folios are allotted to each agency in alphabetical order.

iii) The amounts billed to individual agency are entered in its account from the bill register. As and when payments are received they are entered in the relevant columns alongwith details of Demand Draft No., date, amount, etc.

iv) At the end of each month a statement of outstanding dues indicating the amounts billed, payments received and balance due by individual agency/advertiser is prepared from his register by Billing Section, and put up for review to ASD(C)/SD(C), for timely recovery of outstanding dues from the defaulting agencies/advertisers.

15.6.21. Advertisers Ledger

The accounts are maintained for each advertiser separately in alphabetical order. The amounts billed to individual advertisers are entered from the bill registers. The monthly total of the advertiser's ledger should be tallied with that of the bills register after the close of every month.

15.6.22. Monthly Review

After the close of each month, the monthly totals of bill registers, agency ledgers, advertiser's ledgers and summary of DP Sheets should be verified and tallied with each other. The payments recorded in agency ledgers should also be tallied with the monthly totals of subsidiary cash book. The certificates of verification should then be recorded by the Accountant in all the above mentioned registers and the same put up for review and signature of ASD(C)/SD(C). The review should be conducted regularly every month to avoid loss of revenue.

15.6.23. Collection of Charges

i) The advertisement charges should be collected only by Demand Drafts drawn in favour of "State Bank of India a/c All India Radio" payable on a local Bank.

2. गैर-मान्यता प्राप्त एजेंसियों के सम्बन्ध में भुगतान करार की शर्तों के अनुसार अग्रिम में वसूल किया जाना चाहिए। यह सुनिश्चित किया जाना चाहिए कि जब तक सम्बन्धित गैर-मान्यता प्राप्त एजेन्सी/विज्ञापक से रेट कार्ड के अनुसार पूरा भुगतान प्राप्त नहीं हो जाता तब तक किसी भी प्रसारण की अनुमति न दी जाए।
3. मान्यता प्राप्त एजेन्सियों को 45 दिन की अवधि के उधार की अनुमति है तथा उनके भुगतानों पर निगरानी एजेन्सी के खाते से रखी जानी चाहिए। उधार की निर्धारित अवधि के बाद प्राप्त भुगतानों पर 18 प्रतिशत वार्षिक की दर से ब्याज वसूल किया जाना चाहिए। ब्याज मासिक आधार पर वसूल किया जाना चाहिए। भुगतान में लगातार देरी या भुगतान न करने के मामलों में एजेंसियों/विज्ञापकों के विरुद्ध दण्डात्मक कार्यवाही की जा सकती है तथा इसे करार की शर्तों के अनुसार केन्द्रीय विक्रय एकांश/निदेशालय के ध्यान में तत्काल आवश्यक कार्रवाई के लिए लाया जाए।

15.6.24. भारतीय स्टेट बैंक में डिमांड ड्राफ्ट जमा करना

1. विज्ञापन प्रसारण सेवा केन्द्रों द्वारा प्राप्त किए गए डिमांड ड्राफ्ट भारतीय स्टेट बैंक की स्थानीय शाखा में लेखा शीर्ष "0221-प्रसारण आकाशवाणी, विज्ञापन सेवा" के अन्तर्गत जमा किए जाने चाहिएं। डिमांड ड्राफ्टों के लेखों, चालन तैयार करने, उन्हें भारतीय स्टेट बैंक में जमा करने तथा बाद में वेतन एवं लेखा अधिकारी, बैंक की विवरणियों आदि से मिलान करने के सम्बन्ध में केन्द्रीय विक्रय एकांश के सभी विज्ञापन प्रसारण सेवा केन्द्रों को भेजे गए पत्र संख्या सी.एस.यू. 14(17)84-85/बी दिनांक 17-6-85 द्वारा विस्तृत अनुदेश दिए गए थे।
2. यह नोट कर लिया जाए कि प्राइमरी चैनलों से सम्बन्धित चालानों के ऊपरी भाग पर "प्राइमरी चैनल" की मुहर लगा देनी चाहिए तथा उन्हें विविध भारती की स्थानीय बुकिंग से सम्बन्धित भुगतान के चालानों के साथ नहीं मिलाना चाहिए।

15.6.25. प्राइमरी चैनल से सम्बन्धित चालान और अन्य दस्तावेज केन्द्रीय विक्रय एकांश को न भेजना

प्राइमरी चैनल केन्द्रों पर विज्ञापनों से सम्बन्धित मासिक अनुसूचियों, दैनिक प्रस्तुतीकरण पत्रों तथा चालानों की प्रतियां केन्द्रीय विक्रय एकांश, बम्बई को भेजने की आवश्यकता नहीं है क्योंकि वहां पर इनके लेखे नहीं रखे जाते हैं।

15.6.26. कमीशन/छूट

1. एजेंसियों को उनके स्तर के अनुसार निर्धारित दरों पर व्यापार की कुल राशि पर कमीशन दिया जाता है तथा एजेंसी से भुगतान प्राप्त करते समय घटा दिया जाता है। इस तरह कमीशन काट कर विज्ञापन प्रभार एजेंसी से वसूल किया जाता है। इसी तरह का कमीशन केन्द्रीय/राज्य सरकार के विभागों/सार्वजनिक क्षेत्र के उद्यमों, कुटीर उद्योगों आदि को भी दिया जाता है और उसे भी उनसे प्रभार वसूल करते समय कुल स्रोत में से घटा दिया जाता है।
2. अतः एजेंसियों/विज्ञापकों को स्रोत पर दिए गए कमीशन/छूट की राशि डिमांड ड्राफ्टों में प्राप्त तथा वेतन एवं लेखा अधिकारी की बहियों में समायोजित वास्तविक राशि महीने के अन्त में बिल रजिस्टर से निकाली जाती है। इसे मुख्य लेखा शीर्ष "2221-ए-प्रसारण-विज्ञापन एवं प्रचार व्यय" के अन्तर्गत खर्चे में प्राप्ति शीर्ष "0221-प्रसारण-आकाशवाणी, विज्ञापन सेवा" से उधार के अन्तर्गत लिखा जाता है।
3. सम्बन्धित विज्ञापन प्रसारण सेवा के मुख्य केन्द्र का वेतन एवं लेखा अधिकारी हर माह स्थानान्तरण प्रविष्टि से समायोजन करेगा।

15.6.27. विज्ञापन राजस्व/कमीशन/छूट आदि के लिए बजट प्रावधान

विज्ञापन प्रसारण सेवा का मुख्य केन्द्र अपने क्षेत्र के अधीन आने वाले प्राइमरी चैनल के मुख्य केन्द्रों के विज्ञापन राजस्व के लेखों का उत्तरदायी है। वही केन्द्र सम्बन्धित प्राइमरी चैनल के केन्द्रों के लिए अनुमानित विज्ञापन राजस्व और एजेंसियों/विज्ञापकों को

ii) The payments in respect of non-accredited agencies should be collected in advance as per the contractual terms. It should be ensured that no broadcast is allowed to go on air unless full payment as per rate card is received from the concerned non-accredited agency/advertiser.

iii) The Accredited agencies are allowed 45 days credit period and collection of their payments should also be watched closely from the agency's ledger accounts. The payments delayed beyond the prescribed credit period should be charged interest @ 18% p.a. The interest should be charged on monthly basis. Any cases of persistent delays or default in payments inviting penal action against the agencies/advertisers should be brought to the notice of CSU/Directorate immediately for appropriate action, as per contractual terms.

15.6.24. Remittance of Demand Drafts to State Bank of India

i) The Demand drafts collected by CBS Centres should be remitted to the local branch of State Bank of India under the Head of Account "0221-Broadcasting, All India Radio, Commercial Service". The detailed instructions for accounting of Demand Drafts, preparation of challans, their remittance to State Bank of India, and subsequent reconciliation with Pay and Accounts Officer, Bank Scrolls etc. were circulated to CBS Stations under CSU letter No.CSU-14(7)84-85/B dated 17.6.85.

ii) It may please be noted that the challans relating to Primary Channels should be stamped **"Primary Channel"** on the top portion, and they should not be mixed with challans of payments relating to local bookings of VBs.

15.6.25. Challans and other Documents Relating to Primary Channel not be sent to C.S.U.

The copies of monthly schedules, daily production sheets and challans relating to the commercials on Primary Channel Stations need not be sent to Central Sales Unit, Bombay, as their accounts are not maintained by this office.

15.6.26. Commission/Concession

i) The commission is paid to the agencies at prescribed rate, according to their status, on the gross amount of business and it is deducted at source while collecting payments from the Agencies. Thus only net amount of ad-charges after deducting commission is received from the agencies. The concession is also allowed in the same manner to Central/State Government departments/public Sector undertakings, small scale industries etc. and it is also deducted at source while collecting the charges from them.

ii) Thus the amount of the commission/concession paid to the agencies/advertisers at source, should be worked out from the bill Register in relation to Demand Drafts actually collected and adjusted in the books of Pay & Accounts Officer after the close of every month by debiting the expenditure under head of account "2221-A. Broadcasting-Advertising and Publicity Expenses" by contra-credit to the receipt head "0221-Broadcasting, All India Radio, Commercial Service".

iii) The adjustment will be made by the pay & Accounts Officer of the concerned CBS main station by transfer entry every month.

15.6.27. Budget Provision for Commercial Revenue/Commission, Concession, etc.

CBS main Station being responsible for accounting of commercial revenue in respect of primary channel stations coming within its jurisdiction, it should make necessary provision every year for the amount of commercial revenue anticipated from the respective Primary Channel Stations and for payment of

तदनुसार कमीशन/छूट के भुगतान का प्रावधान निम्नलिखित लेखा शीर्षों के अन्तर्गत करेगा:–

i)	प्राइमरी चैनल केन्द्रों से विज्ञापन प्राप्तियां	"0221-प्रसारण , आकाशवाणी, विज्ञापन सेवा"
ii)	एजेन्सी का कमीशन/छूट	"2221-ए-प्रसारण-विज्ञापन एवं प्रचार व्यय"

iii) प्राइमरी चैनल केन्द्रों के लिए जमा की गई विज्ञापन राजस्व की राशि तथा हर माह एजेंसियों/विज्ञापकों को दिए गए कमीशन/छूट पर हुए खर्चे को विज्ञापन प्रसारण सेवा का मुख्य केन्द्र अपने व्यय/राजस्व के उस मासिक विवरण में दर्शायेगा जिसे अगले माह की 5 तारीख तक निदेशालय को प्रस्तुत करना होता है।

iv) उपर्युक्त प्राप्तियां तथा व्यय विज्ञापन प्रसारण सेवा के सम्बन्धित मुख्य केन्द्र के वार्षिक प्रोफार्मा लेखे में भी दर्शाए जाने चाहिएं।

15.6.28. मासिक विवरणियां

1. प्रत्येक माह की समाप्ति पर विज्ञापन प्रसारण सेवा के मुख्य केन्द्र अपने क्षेत्र के अन्तर्गत आने वाले प्रत्येक प्राइमरी चैनल केन्द्र के लिए प्राप्त राजस्व को दर्शाते हुए केन्द्रीय विक्रय एकांश को एक विवरणी भेजेगा।
2. राजस्व की मासिक विवरणी निर्धारित फार्म (अनुलग्नक-XXII) में तैयार की जानी चाहिए और अखिल भारतीय आधार पर आंकड़ों के समेकन और निदेशालय को भेजने के लिए प्रसारण के अगले माह की 5 तारीख तक केन्द्रीय विक्रय एकांश को भेजी जानी चाहिए। निदेशालय को समेकित रिपोर्टें प्रस्तुत करने में देरी से बचने के लिए निर्धारित तिथि का सख्ती से पालन किया जाना चाहिए।

15.6.29. दो या अधिक केन्द्रों के बीच बुकिंग की व्यवस्था

यदि कोई एजेन्सी किसी अन्य राज्य में बुकिंग के लिए इच्छुक हो तो विज्ञापन प्रसारण सेवा का मुख्य केन्द्र आवश्यक सहायता प्रदान करेगा। यदि कोई एजेन्सी दो से अधिक राज्यों या पूरे नेटवर्क में बुकिंग करना चाहती है तो केन्द्रीय विक्रय एकांश समन्वय कार्य करेगा लेकिन बिल बनाने का उत्तरदायित्व ज्यों का त्यों रहेगा अर्थात् जो विज्ञापन प्रसारण सेवा केन्द्र परिचालन के लिए बुकिंग तथा बिल बनाने का जिम्मेदार है वही लेखों तथा अन्य सम्बन्धित कार्यों के अतिरिक्त बिल बनाने का कार्य भी करता रहेगा।

15.6.30. यात्रा-भत्ता तथा नियंत्रण अधिकारी

विक्रय निदेशक का कार्य क्षेत्र सम्पूर्ण भारत है।

15.6.31. विक्रय निदेशक अपने यात्रा भत्ते तथा केन्द्रीय विक्रय एकांश और विविध भारती सेवा में कार्य कर रहे अधिकारियों तथा कर्मचारियों के यात्रा भत्तों के लिए एस.आर. 191 के अन्तर्गत "नियंत्रण अधिकारी" है।

(प्राधिकार: सूचना और प्रसारण मंत्रालय पत्र सं० 6/2/71-बी (पी) दिनांक 20-10-71)

15.6.32. जैसा कि किसी भी आकाशवाणी केन्द्र में होता है विक्रय निदेशक आकस्मिकताओं पर होने वाले व्यय को पूरा करने के लिए 1 जनवरी, 1971 से केन्द्रीय खजाना नियम 580 के अधीन चेक द्वारा धन आहरित करता है और रोकड़ बही (आकाशवाणी-ए-37) और "अन्य प्रभारों" के लिए सहायक रजिस्टर रखता है।

15.6.33. शक्तियों का प्रत्यायोजन

इस सम्बन्ध में उन सभी कार्यालय/केन्द्र अध्यक्षों को विभागाध्यक्ष की बढ़ी हुई वित्तीय एवं प्रशासनिक शक्तियों की ओर ध्यान दिलाया जाता है जो 1500-2000 रुपये या उससे अधिक के वेतनमान में है।

corresponding commission/concession to the agencies/advertisers under the following heads of accounts :

i) Commercial receipts from Primary Channel Stations. — "0221-Broadcasting, AIR Commercial Service"

ii) Agency commission/concession — "2221-A, Broadcasting—Advertising and Publicity Expenses"

iii) The amount of commercial revenue collected for Primary Channel Stations and the corresponding expenditure incurred on payment on commission/concession to the agencies/advertisers each month should be indicated by CBS main station in its monthly statement of expenditure/revenue to be submitted to the Directorate by 5th of the following month.

iv) The above mentioned receipts and expenditure should also be exhibited in the annual proforma accounts of the concerned CBS main stations.

15.6.28. Monthly Returns

i) After the close of each month, CBS main stations should send to CSU a statement indicating the revenue billed for each Primary Channel Station within its jurisdiction.

ii) The monthly statement of revenue should be prepared in the prescribed Form enclosed (Annexure 22) and sent to CSU by 5th of the following month of broadcast, for consolidation of the figures on all India basis and their onward submission to the Directorate. The prescribed date should be strictly adhered to avoid delays in submission of consolidated reports to the Directorate.

15.6.29. Arrangement for Booking Between two Stations or more

In case, any agency is interested in booking in another State, the local CBS main station will render necessary assistance. If any agency is interested in booking in more than two States or over entire network CSU will coordinate the work. But responsibility for billing will remain undisturbed that is to say, the CBS Station which is operationally responsible for booking and billing, shall continue to be responsible for billing work, in addition to accounting and other related matters.

15.6.30. Travelling Allowance and Controlling Officer

The sphere of duty of the Director of Sales is the whole of India.

15.6.31. The Director of Sales is the "Controlling Officer" in terms of S.R. 191 for his own Travelling Allowance and for Travelling Allowance of the Officers and Staff of Central Sales Unit and Vividh Bharati Service.

(Authority: Ministry of I&B letter No.6/2/71—B(P) dated 20.10.71).

15.6.32. Like an All India Radio Station, the Director of Sales draws money by Cheques under C.T.R. 580 to meet expenditure on contingencies and maintains Cash Book (AIR—A.37) and subsidiary Register for "Order Charges" with effect from 1st January 1971.

15.6.33. Delegation of Power

Reference is invited to enhanced financial and administrative power of the Head of Department to all such Heads of Office/Stations who are in the pay scale of Rs.1500—2000 or above.

(प्राधिकारः आकाशवाणी महानिदेशालय ज्ञापन सं० 10/34/78-बी(ए) दिनांक 23-6-82 तथा सूचना और प्रसारण मंत्रालय पत्र संख्या 6/1/78-बी (पी) दिनांक 8-9-78)

15.6.34. सामान्य

आकाशवाणी नियम पुस्तकों के सभी अध्यायों में दिए गए प्रावधान जहां तक विषय या संदर्भ से अनियमित नहीं है, केन्द्रीय विक्रय/विज्ञापन प्रसारण सेवा केन्द्रों पर भी लागू होंगे।

(Authority:DG:AIR Memorandum No.10/34/78-B(A) dated 23.6.82. and Ministry of I&B letter No.6/1/78-B(P) dated 8.9.78.

15.6.34. General

The provisions contained in the chapters of the AIR Manuals apply to the Central Sales Unit/ Commercial Broadcasting Service Centres also, to the extent they are not inconsistent with the subject or context.

अनुलग्नक I (क)

(पैराग्राफ 15.1.17 देखिए)

उन रेडियो केन्द्रों की सूची जो 26-1-1985 से प्राइमरी चैनल चरण-II के अन्तर्गत आते हैं (सेवारत विज्ञापन प्रसारण सेवा केन्द्रों के नामों सहित)

विज्ञापन प्रसारण सेवा केन्द्र का नाम	केन्द्रों के नाम
1. विज्ञापन प्रसारण सेवा, अहमदाबाद	**गुजरात**
	अहमदाबाद
	वड़ौदरा
	राजकोट
2. विज्ञापन प्रसारण सेवा, बंगलौर	**कर्नाटक**
	बंगलौर
	भद्रावती
	धारवाड़
	गुलबर्गा
	मंगलौर
	मैसूर
3. विज्ञापन प्रसारण सेवा, भोपाल	**मध्य प्रदेश**
	भोपाल
	ग्वालियर
	इन्दौर
	जबलपुर
	रायपुर
4. विज्ञापन प्रसारण सेवा, बम्बई	**महाराष्ट्र**
	बम्बई
	औरंगाबाद
	जलगांव
	नागपुर
	पणजी (गोआ)
	परभणी
	पुणे
	रत्नागिरि
	सांगली
5. विज्ञापन प्रसारण सेवा, कलकत्ता	**पश्चिम बंगाल**
	कलकत्ता
	सिलीगुड़ी
	गुवाहाटी (असम)
6. विज्ञापन प्रसारण सेवा, चंडीगढ़	**पंजाब और हिमाचल प्रदेश**
	जालंधर
	शिमला

ANNEXURE 1A.

(See Paragraph 15.1.17)

List of Radio Stations Covered Under Primary Channel Phase-II with effect from 26.1.1985 alongwith the name of servicing CBS centre.

Name of CBS Centre	Name of Station
1. CBS Ahmedabad	**Gujarat** Ahmedabad Vadodra Rajkot
2. CBS Bangalore	**Karnataka** Bangalore Bhadravati Dharwad Gulbarga Mangalore Mysore
3. CBS Bhopal	**Madhya Pradesh** Bhopal Gwalior Indore Jabalpur Raipur
4. CBS Bombay	**Maharashtra** Bombay Aurangabad Jalgaon Nagpur Panaji (Goa) Parbhani Pune Ratnagiri Sangli
5. CBS Calcutta	**West Bengal** Calcutta Siliguri Guwahati (Assam)
6. CBS Chandigarh	**Punjab & Himachal Pradesh** Jalandhar Shimla

7. विज्ञापन प्रसारण सेवा, त्रिवेन्द्रम	**केरल** कालीकट त्रिचूर त्रिवेन्द्रम
8. विज्ञापन प्रसारण सेवा, कटक	**उड़ीसा** कटक
9. विज्ञापन प्रसारण सेवा, दिल्ली	**दिल्ली** रोहतक (हरियाणा)
10. विज्ञापन प्रसारण सेवा, हैदराबाद	**आंध्र प्रदेश** हैदराबाद कुडप्पा विजयवाड़ा विशाखापट्टनम
11. विज्ञापन प्रसारण सेवा, जयपुर	**राजस्थान** जयपुर, जोधपुर बीकानेर
12. विज्ञापन प्रसारण सेवा, कानपुर	**उत्तर प्रदेश** इलाहाबाद गोरखपुर लखनऊ मथुरा रामपुर वाराणसी
13. विज्ञापन प्रसारण सेवा, मद्रास	**तमिलनाडु** मद्रास कोयम्बटूर पांडिचेरी तिरुचिरापल्ली
14. विज्ञापन प्रसारण सेवा, पटना	**बिहार** पटना रांची
15. विज्ञापन प्रसारण सेवा, श्रीनगर	**जम्मू और कश्मीर** जम्मू श्रीनगर

7. CBS Trivandrum	**Kerala** Calicut Trichur Trivandrum
8. CBS Cuttack	**Orissa** Cuttack
9. CBS Delhi	**Delhi** Rohtak (Haryana)
10. CBS Hyderabad	**Andhra Pradesh** Hyderabad Cuddapah Vijayawada Visakhapatnam
11. CBS Jaipur	**Rajasthan** Jaipur Bikaner Jodhpur
12. CBS Kanpur	**Uttar Pradesh** Allahabad Gorakhpur Lucknow Mathura Rampur Varanasi
13. CBS Madras	**Tamil Nadu** Madras Coimbatore Pondicherry Tiruchirapalli
14. CBS Patna	**Bihar** Patna Ranchi
15. CBS Srinagar	**Jammu & Kashmir** Jammu Srinagar

अनुलग्नक I (ख)

(पैराग्राफ 15.1.17 देखिए)

विज्ञापन प्रसारण सेवा केन्द्रों की सूची (सम्बद्ध केन्द्रों सहित)

मुख्य	**सम्बद्ध**
बम्बई	पुणे/नागपुर
कलकत्ता	–
दिल्ली	–
मद्रास	तिरुचिरापल्ली
त्रिवेन्द्रम	कालीकट
बंगलौर	धारवाड़
हैदराबाद	विजयवाड़ा
कानपुर	लखनऊ/इलाहाबाद
चंडीगढ़	जालंधर
अहमदाबाद	राजकोट/वड़ौदरा
श्रीनगर	–
जयपुर	जोधपुर
भोपाल	इन्दौर
पटना	रांची
कटक	–
15	14

कुल=29

ANNEXURE 1B

(See Paragraph 15.1.17)

List of C.B.S. Stations Including Link Stations

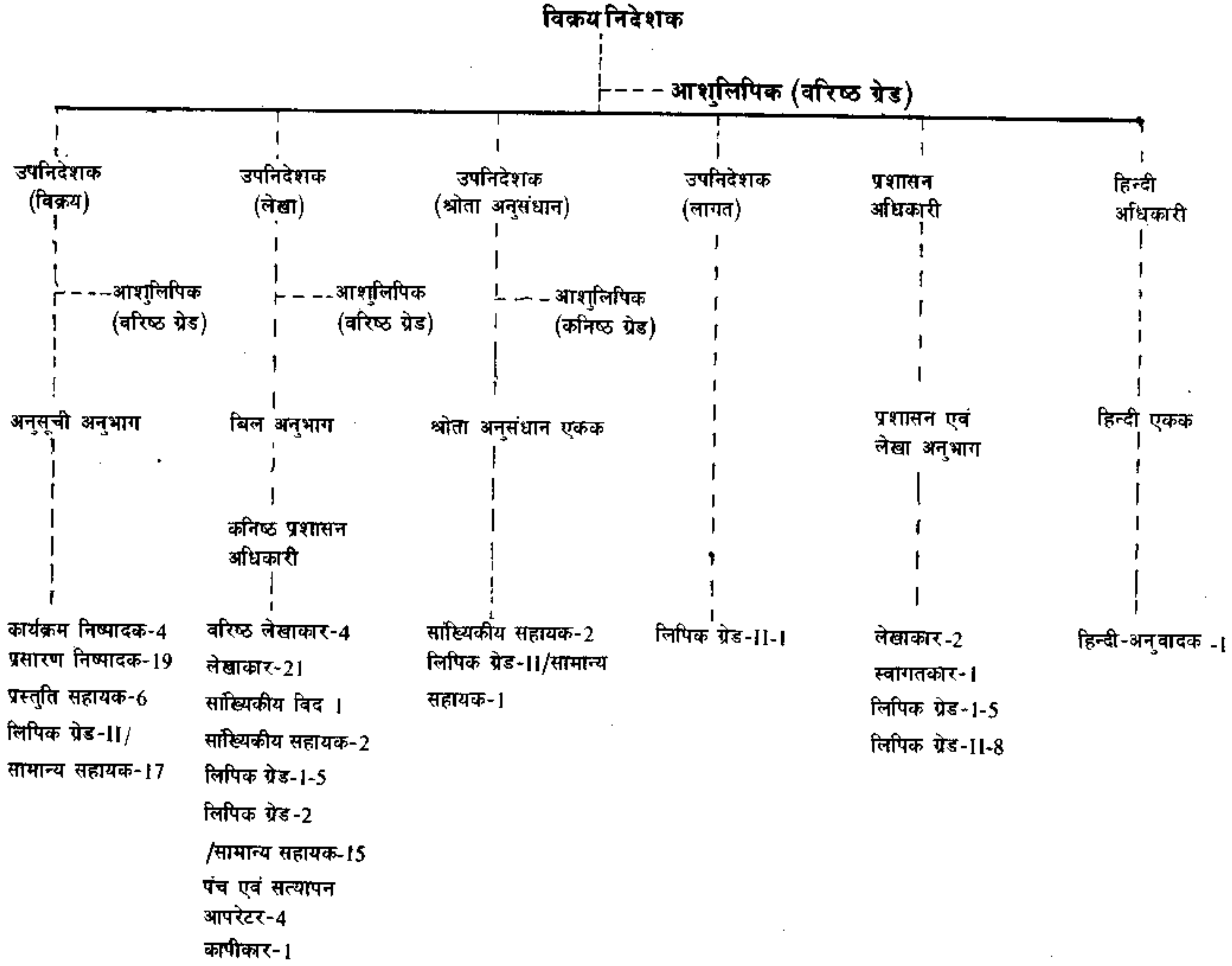
Main	Link
Bombay	Pune/Nagpur
Calcutta	—
Delhi	—
Madras	Tiruchirapalli
Trivandrum	Calicut
Bangalore	Dharwad
Hyderabad	Vijayawada
Kanpur	Lucknow/Allahabad
Chandigarh	Jalandhar
Ahmedabad	Rajkot/Vadodra
Srinagar	—
Jaipur	Jodhpur
Bhopal	Indore
Patna	Ranchi
Cuttack	—
15	14

Total = 29.

अनुलग्नक II (क)

(पैराग्राफ 15.2.2 देखिए)

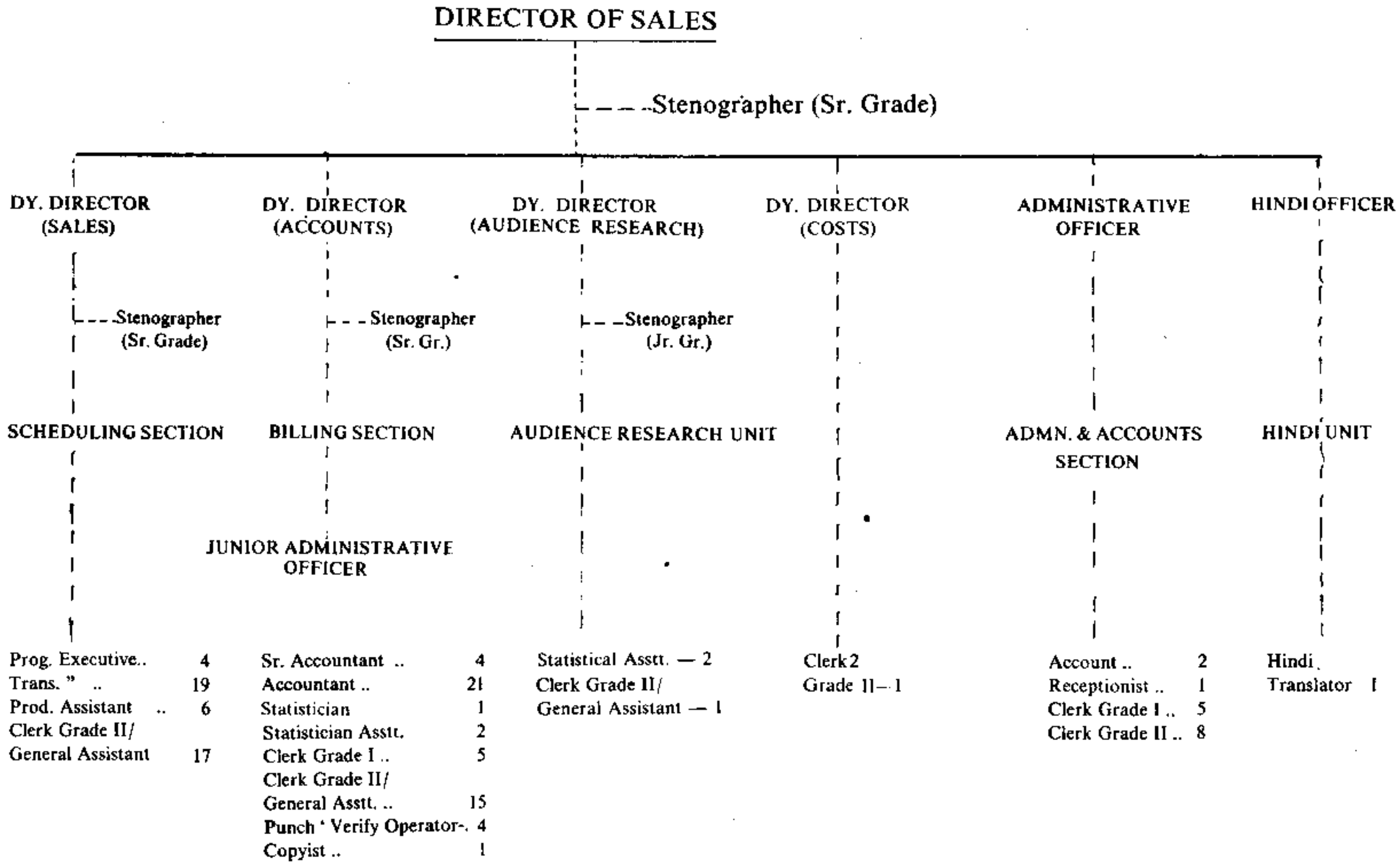
केन्द्रीय विक्रय एकांश, बम्बई का संगठन चार्ट
(16-1-1986 के अनुसार)



ANNEXURE IIA

(See Paragraph 15.2.2)

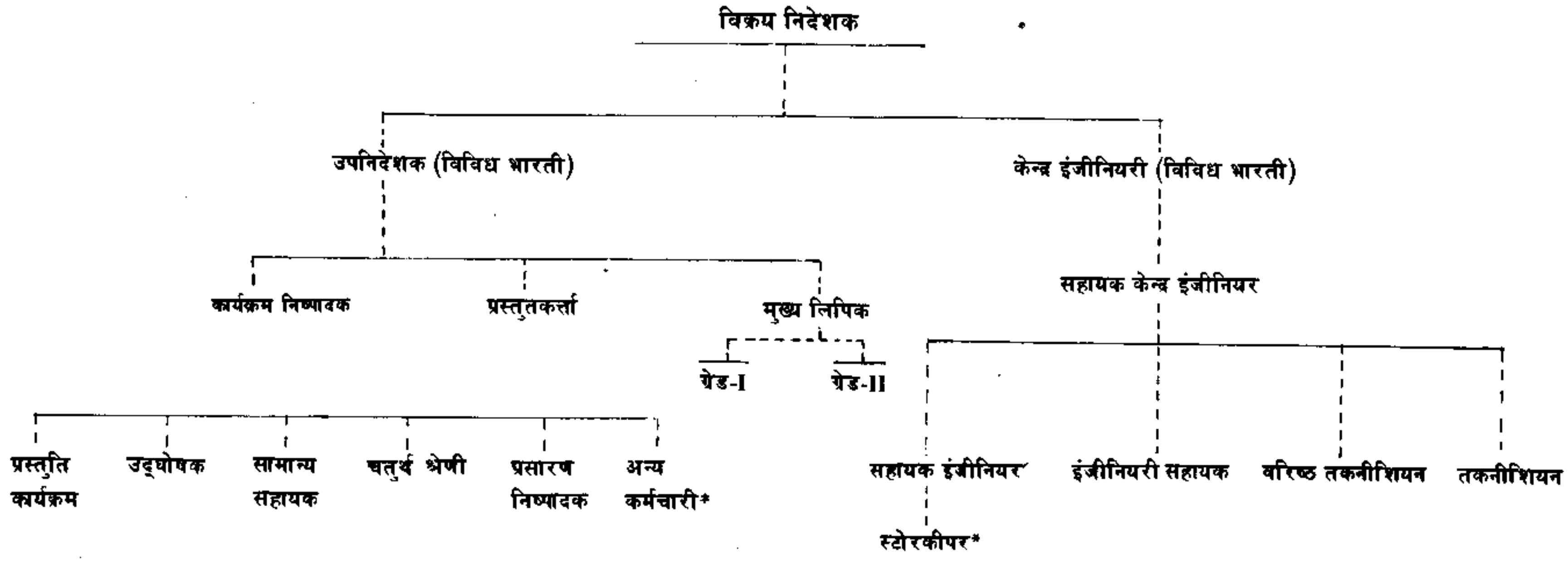
Organisation Chart of Central Sales Unit, Bombay (As on 16.1.1986)



अनुलग्नक-II (ख)

(पैराग्राफ 15.4.1 देखिए)

विविध भारती सेवा, बम्बई का संगठन चार्ट

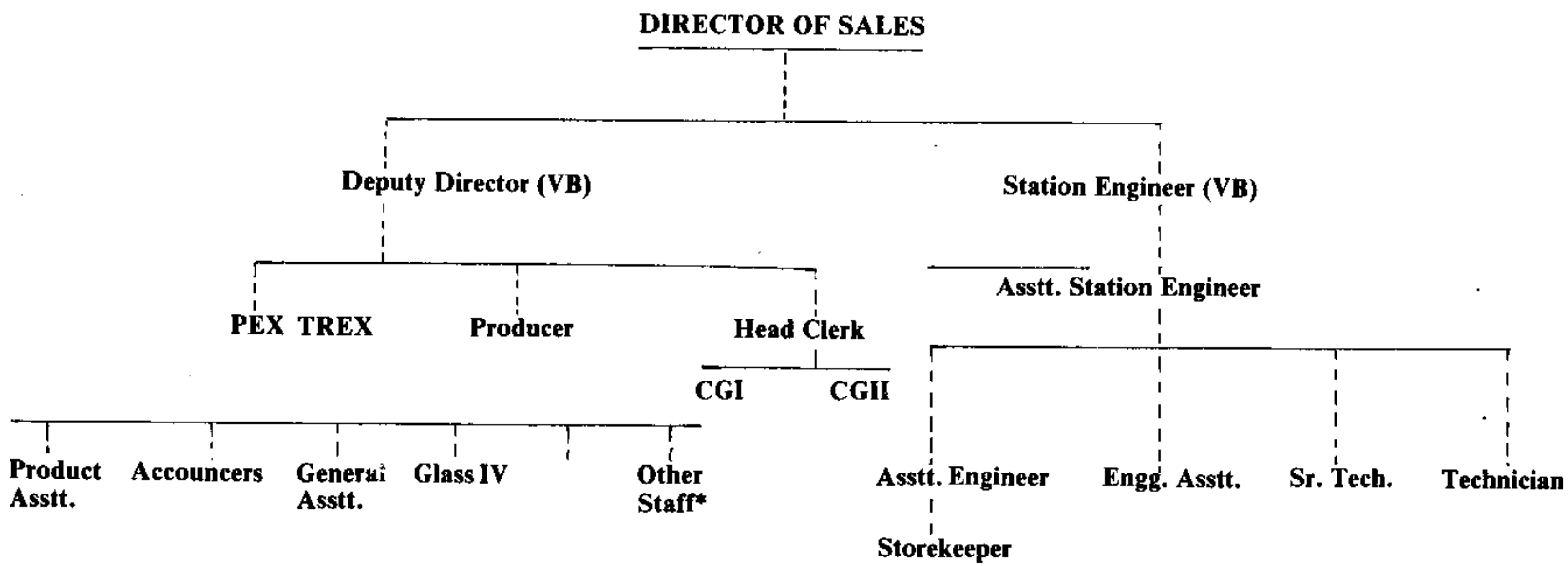


* स्टूडियो निष्पादक, लाइब्रेरियन, कापीकार, कार्यक्रम सचिव आदि।

ANNEXURE IIB

(See Paragraph 15.4.1.)

Organisation Chart of Vividh Bharati Service, Bombay



*Studio Executives, Librarian, Copyist, Prog. Secretary etc.

अनुलग्नक III

(पैराग्राफ-15.5.1 देखिए)

आकाशवाणी और दूरदर्शन पर विज्ञापन के लिए विनियम

I उद्देश्य

इसमें इसके पश्चात् विज्ञापनकर्त्ताओं के प्रत्यायन, मान्यता और पंजीकरण के विनियमन के लिए अधिकथित नियम "आकाशवाणी और दूरदर्शन पर विज्ञापन के लिए विनियम" कहे जायेंगे। केवल वे ही विज्ञापन स्वीकार किए जायेंगे जो सरकार द्वारा समय-समय पर मीडिया पर विज्ञापनों के लिए अनुमोदित संहिता मानकों और नियमों के अनुरूप हों। जब तक कि अन्यथा उपदर्शित न किया जाए ये सभी नियम आकाशवाणी और दूरदर्शन में समान रूप से लागू होंगे।

II आवेदन

(क) प्रत्यायन/मान्यता/मतार्थकों के रूप में पंजीकरण के लिए आवेदन एजेंटों को व्यक्तिगत रूप से देने होंगे चाहे वे व्यक्तिगत रूप से फर्मों के भागीदारी के रूप में, निगमित कम्पनियों या भारत के बाहर निगमित संगठनों की शाखाओं के रूप में व्यवसाय कर रहे हों।

(ख) प्रयायन/मान्यता/मतार्थकों के रूप में पंजीकरण के सभी आवेदन निम्नलिखित प्राधिकारियों के माध्यम से भारत के राष्ट्रपति को किए जायेंगे। ऐसे आवेदनों पर उनका निर्णय आवेदक पर आबद्धकर होगा।

(i) प्रत्यायन के लिए आदेश

उपमहानिदेशक (विज्ञापन) आकाशवाणी, आकाशवाणी भवन, नई दिल्ली-110001.

(ii) मान्यता के लिए आवेदन

विक्रय निदेशक, केन्द्रीय विक्रय एकांश, आकाशवाणी, बम्बई-400020.

(iii) पंजीकरण के लिए आवेदन

विज्ञापन प्रसारण सेवा केन्द्र का वह केन्द्र निदेशक (विज्ञापन)/सहायक केन्द्र निदेशक (विज्ञापन) जिसके क्षेत्र में व्यक्ति/एजेंसी स्थित है किन्तु बम्बई में ऐसे आवेदन विक्रय निदेशक, केन्द्रीय विक्रय एकांश, आकाशवाणी, बम्बई को किए जायेंगे।

टिप्पणी : पंजीकरण के लिए आवेदन उस दूरदर्शन केन्द्र के निदेशक को किए जाएंगे जिसके क्षेत्र में व्यक्ति/एजेंसी स्थित है किन्तु यह तब जबकि वह स्थान किसी विज्ञापन प्रसारण सेवा केन्द्र से केन्द्र निदेशक या विक्रय निदेशक, केन्द्रीय विक्रय एकांश, आकाशवाणी बम्बई की अधिकारिता के भीतर नहीं पड़ता है।

(ग) आवेदन निर्धारित प्रपत्र पर दिए जाने चाहिएं जिन्हें सब प्रकार से ठीक-ठीक भरा जाना चाहिए और अपेक्षित दस्तावेजों से समर्थित भी किया जाना चाहिए।

(घ) प्रत्यायन/मान्यता/मतार्थकों के रूप में पंजीकरण के लिए आवेदन संतोषजनक रूप से इस साक्ष्य से समर्थित होने चाहिएं कि यदि विनियमों के अधीन प्रत्यायन/मान्यता/मतार्थक के रूप में पंजीकरण प्रदान कर दिया जाए तो उसमें निहित वचनबद्धता का पालन करने के लिए आवेदक में पर्याप्त योग्यता और ज्ञान है और उसकी पर्याप्त प्रतिष्ठा है।

III पात्रता

(क) प्रत्यायन

वे ही विज्ञापन एजेंसियां प्रत्यायन की पात्र होंगी:—

1. जो आकाशवाणी के साथ कम से कम दो वर्ष व्यवसाय कर चुकी हो।
2. जिनका वार्षिक व्यापार 5,00,000 रुपये या उससे अधिक है।

ANNEXURE III

(See Paragraph 15.5.1)

REGULATIONS FOR ADVERTISEMENT ON AKASHVANI AND DOORDARSHAN

I. Preamble

The rules laid down hereinafter to regulate the Accreditation, Recognition and Registration of advertisers will be called "Regulations for Advertisements on Akashvani and Doordarshan". Only those advertisements shall be accepted which conform to the Codes, Standards and rules approved by the Government on the media for advertisements from time to time. All these rules shall be equally applicable to Akashvani and Doordarshan unless otherwise indicated.

II. Application

a) Applications for accreditation/recognition/registration shall be made individually by agents whether trading as individuals, partner of firms, incorporated companies or branches of agency organisations incorporated outside India.

b) All applications for accreditation/recognition/registration shall be made to the President of India through the following authorities whose decision on such applications shall be binding on the applicant:

   i) **Applications for Accreditation**
   The Deputy Director General (Commercial), Akashvani, Akashvani Bhavan, New Delhi-110001.

   ii) **Applications for Recognition**
   The Director of Sales, Central Sales Unit, Akashvani, Bombay-400020.

   iii) **Applications for Registration**
   The Station Director (Commercial)/Asstt. Station. Director (com) of the Commercial Broadcasting Stations in whose zone the individual/Agency is situated, except in Bombay where the applications shall be made to the Director of Sales, Central Sales Unit, Akashvani Bombay-400020.

Note: APPLICATIONS for Registration will be made to the Director, Doordarshan in whose zone the individual/Agency is situated provided the place does not fall within the jurisdiction of any Station Director of Commercial Broadcasting Station or the Director of Sales, Central Sales Unit, Akashvani, Bombay.

c) Applications shall be made on the prescribed form which is to be completed in every respect and supported by such documents as may be required.

d) Applications for accreditation/recognition/registration shall be supported by satisfactory evidence that the applicant has sufficient standing, knowledge and ability to carry out the undertakings involved by the granting of accreditation/recognition/registration under the Regulation. The applicants for accreditation shall also provide sufficient proof of their credit worthiness to the satisfaction of the competent authority.

III. Eligibility

a) Accreditation

Only such Recognised agencies shall be considered for accreditation as have

   i) completed at least two years business with Akashvani;

   ii) an annual turnoverof Rs. 5,00,000/- or above;

3. जिनकी सीमित दायित्व कम्पनियों के मामले में 1,00,000 रुपये की और निजी सीमित या परिवार प्रतिष्ठान के मामले में 50,000 रुपये की प्रदत्त पूंजी है, और
4. जो प्रत्यायन मंजूर किए जाने के लिये आवेदन की तारीख से ठीक पहले वर्ष के लिए आयकर रिटर्न फाइल किए जाने का समुचित आयकर प्राधिकारी का प्रमाण-पत्र प्रस्तुत करती है और नवीनतम निर्धारण वर्ष के बाबत आयकर क्लियरेंस प्रमाण-पत्र भी जमा करती है।
5. जिन्होंने उस वित्तीय वर्ष के दौरान आकाशवाणी और/या दूरदर्शन के साथ कम से कम एक लाख का व्यवसाय किया हो जिस वर्ष में आवेदन किया है और जो अपने आवेदन के साथ 25,000 रुपये की बैंक गारंटी भी देती है।
6. परन्तु यदि एजेंसी 1 अप्रैल, 1984 से कम से कम 10 लाख रुपये का कारोबार कर लेती है तो उसे प्रत्यायन की सुविधा दी जायेगी, भले ही उसने आकाशवाणी/दूरदर्शन के साथ कारोबार के दो वर्ष पूरे न किए हों।

टिप्पणी 1: वर्तमान अनन्तिम रूप से प्रत्यायित एजेंसियां, उपर्युक्त वर्णित नियमों की अपेक्षाओं को पूरा करने के अधीन रहते हुए प्रत्यायन के लिए पात्र होंगी। यदि वे पूर्ण प्रत्यायन के लिए पात्र नहीं होतीं तो वे मान्यता प्राप्त एजेंसियों की प्रास्थिति में आ जायेंगी।

टिप्पणी 2: इस प्रकार प्रत्याथित एजेंसियां प्रतिवर्ष चार्टर्ड एकाउंटेंट द्वरारा सम्यक रूप से लेखा-परीक्षित अपना लाभ और हानि का लेखा प्रस्तुत करेंगी। ऐसा वे अपने लेखा बन्द करने की तारीख से तीन मास के भीतर करेंगी। वे पूर्ववर्ती निर्धारण वर्ष की बाबत निर्धारण पूरा होने के एक मास के भीतर, आयकर निर्बाधन प्रमाण-पत्र भी जमा करेंगी।

टिप्पणी 3: यदि इस प्रकार प्रत्यायित कोई एजेंसी, आकाशवाणी और दूरदर्शन के साथ कम से कम 1,00,000 रुपये का वार्षिक कारोबार करने में असफल रहती है तो उनकी प्रत्यायन की प्रास्थिति समाप्त की जा सकती है।

टिप्पणी 4: प्रत्यायन उस मास के अनुवर्ती मास की पहली तारीख से प्रभावी होगा जिस मास के दौरान प्रत्यायन सम्बन्धी करार आकाशवाणी द्वारा स्वीकार किया जाता है और इसे किसी भी समय बिना कोई कारण बताए समाप्त किया जा सकता है।

(ख) मान्यता

मान्यता प्रास्थिति ऐसी ही पंजीकृत एजेंसियों के लिए उपलब्ध होगी जो वित्तीय वर्ष में अर्थात् 1 अप्रैल से मार्च तक में, आकाशवाणी और/या दूरदर्शन के साथ कम से कम 50,000 रुपये का वार्षिक कारोबार करती है।

(ग) पंजीकरण

ऐसी नई एजेंसियां जो आकाशवाणी/दूरदर्शन पर वास्तविक रूप से हितबद्ध हैं/सम्बद्ध हैं, पंजीकरण के लिए पात्र होंगी किन्तु शर्त यह है कि उसकी सद्भाविकता के बारे में सक्षम प्राधिकारी का समाधान हो जाता है।

टिप्पणी 5: वर्तमान कन्वेसर एजेंसियां पंजीकृत एजेंसियों के रूप में पुनः पदामिहित की जायेंगी और वे इन नियमों के प्रभाव में आने की तारीख से 10 प्रतिशत कमीशन के लिए हकदार होंगी।

IV कमीशन और उधार

(क) प्रत्यायिशित एजेंसियां प्रसारण की तारीख के अनुवर्ती मास की पहली तारीख से 45 दिन के उधार और आकाशवाणी/दूरदर्शन पर उनके द्वारा बुक किए जाने वाले कारोबार पर 15 प्रतिशत कमीशन के लिए हकदार होंगी।

(ख) आकाशवाणी/दूरदर्शन उनको देय उन सभी रकमों पर 18 प्रतिशत वार्षिक की दर से ब्याज प्राप्त करने के लिए हकदार होगा। जिनका भुगतान नियत तिथि के भीतर नहीं किया जाता है। ब्याज, भुगतान की देय तारीख की अनुवर्ती तारीख से लिया जायेगा और उसकी गणना मासिक आधार पर की जायेगी। यदि कोई प्रत्यायित एजेंसी देय तारीख तक या किसी वर्ष में तीन से अधिक मौकों पर, या उधार की अवधि की समाप्ति के बाद 45 दिन के भीतर भुगतान करने में असफल रहती है तो उसका प्रत्यायन अपने आप समाप्त हो जायेगा।

(ग) मान्यता प्राप्त एजेंसियां आकाशवाणी/दूरदर्शन पर बुक किए गए कारोबार पर 15 प्रतिशत कमीशन की हकदार होंगी। वे नकद रूप से या बम्बई के किसी बैंक से डिमांड ड्राफ्ट द्वारा विज्ञापन प्रभारों का अग्रिम रूप में भुगतान करेंगी।

(घ) पंजीकृत एजेंसियां, पंजीकरण की तारीख से, आकाशवाणी/दूरदर्शन पर बुक किए गए कारोबार पर 10 प्रतिशत कमीशन की हकदार होंगी। वे नकद रूप से या बम्बई के किसी बैंक से डिमांड ड्राफ्ट द्वारा विज्ञापन प्रभारों का अन्तिम रूप से भुगतान करेंगी।

iii) a paid-up capital of Rs.1,00,000/-in the case of limited liability companies and Rs.50,000/- in the case of private limited or family concerns;

iv) produced certificate from the appropriate Income Tax authority of having filed Income Tax return for the year immediately preceding the date of application for granting accreditation, and also the Income Tax clearance certificate in respect of the previous assessment year.

v) giving to Akashvani and/or Doordarshan a minimum business of Rs. 1 Lakh during the financial year in which application is made and have furnished a bank guarantee of Rs. 25,000/- alongwith their application.

vi) provided further that any agency which gives a business of at least Rs. 10 lakhs with effect from 1st April, 1984, shall be given accreditation facilities even if it has not completed two years of business with Akashvani/Doordarshan.

Note I : The existing provisionally accredited agencies shall be eligible for accreditation subject to their fulfilling the requirements detailed in the above rules. In case they do not qualify for full accreditation they will revert to the status of recognised agencies.

Note II : The Agencies thus accredited shall furnish every year their profit and loss accounts duly audited by a Chartered Accountant within three months of the date of the closing of their annual accounts. They shall also furnish Income Tax Clearance Certificate in respect of the previous assessment year within a month of the finalisation of the assessment.

Note III : If any such Accredited Agency fails to bring in minimum annual business of Rs. 1,00,000 to Akashvani and/or Doordarshan, its Accreditation status will be liable to be withdrawn.

Note IV : The Accreditation will be effective from the 1st of the following month after the agreement regarding accreditation is accepted by Akashvani and it can be terminated at any time without assigning any reason.

b) Recognition

Recognition status will be available only to these registered advertising agencies who provide an annual business of not less than Rs. 50,000/-in a financial year, i.e., from April to March to Akashvani and /or Doordarshan.

c) Registration

New Agencies which are genuinely interested/engaged in advertising over Akashvani/Doordarshan shall be eligible for registration subject to the satisfaction of competent authority about their bonafides.

Note V : The existing canvasser Agencies will be redesignated as Registered Agencies and will be entitled to a commission of 10% from the date these Rules come into effect.

IV. Commission and Credit

a) Accredited Agencies shall be entitled to a credit of 45 days with effect from the first of the month following the date of broadcast and to a commission of 15% on the business booked by them with Akashvani/Doordarshan.

b) Akashvani/Doordarshan shall be entitled to charge interest at the rate of 18% per annum on all amounts due to it which are not paid within the stipulated period. The interest shall be charged from the day following the due date of payment and computed on monthly basis. "If an accredited agency fails to make payment of monthly bills by the due date on more than three occasions in a year, or within 45 days after expiry of credit period, it shall automatically lose its accreditation."

c) Recognised Agencies shall be entitled to a commission of 15% on business booked with Akashvani/Doordarshan. They shall pay the advertisement charges in advance incash or by Demand Draft on a bank in Bombay.

d) Registered Agencies shall be entitled to a commission of 10% on business booked with Akashvani/Doordarshan from the date of registration. They shall pay the advertisement charges in advance, in cash or by Demand Draft on a bank in Bombav.

V अन्य शर्तें

(क) प्रत्यायन के लिए आवेदन करने वाली एजेंसियां सुव्यवस्थित कार्यालय रखेंगी।

(ख) प्रत्यायन के लिए आवेदन पर उपमहानिदेशक (विज्ञापन) या महानिदेशक, आकाशवाणी/दूरदर्शन द्वारा पदानिहित समतुल्य प्रास्थिति के किसी अन्य अधिकारी द्वारा निर्णय लिया जायेगा और उक्त प्राधिकारी किसी ऐसे व्यक्ति या व्यवसाय से जो भारत में किसी अन्य विज्ञापन मीडिया का स्वामी है या जिसका उस पर नियंत्रण है, आवेदकों की स्वतन्त्रता पर भी विचार करेगा।

(ग) प्रत्यायन/मान्यता/पंजीकरण की प्रास्थिति किसी ऐसी एजेंसी को नहीं दी जायेगी जिनका स्वत्वधारी कोई भागीदार या निदेशक किसी विज्ञापनकर्त्ता का वेतनभोगी कर्मचारी है।

(घ) आकाशवाणी/दूरदर्शन के माध्यम से भारत के राष्ट्रपति द्वारा एजेंसी को अनुज्ञात कमीशन, उक्त एजेंसी द्वारा पूर्ण रूप में रखा जायेगा और उसे प्रत्यक्ष या अप्रत्यक्ष रूप से किसी अन्य व्यक्ति, फर्म या कम्पनी द्वारा शेयर नहीं किया जायेगा या उधार नहीं लिया जायेगा।

(ङ) एजेंसी अलग-अलग और विज्ञापनकर्त्ता के साथ संयुक्त रूप से विज्ञापन और उससे सम्बन्धित बिलों के भुगतान के लिए जिम्मेदार होगी।

(च) विज्ञापनकर्त्ता विज्ञापन बुक करने के लिए आकाशवाणी/दूरदर्शन से सम्पर्क करने के लिए स्वतन्त्र होंगे जिन पर उन्हें विहित डिस्काउंट दिया जायेगा। किन्तु वे किसी कमीशन या दरों में कटौती के लिए हकदार नहीं होंगे।

(छ) केन्द्रीय/राज्य सरकारों द्वारा कुटीर उद्योगों के रूप में प्रमाणित उद्योग सीधे विहित दरों पर 15 प्रतिशत कमीशन के लिए हकदार होंगे किन्तु वे और किसी कमीशन या डिस्काउंट के हकदार नहीं होंगे।

(ज) यदि उनकी फर्म के किसी भागीदार/निदेशक/या स्वत्वधारी का कोई रिश्तेदार आकाशवाणी/दूरदर्शन में है तो उसका शासकीय पता और पद बताएं।

VI भारत के राष्ट्रपति का आकाशवाणी/दूरदर्शन तथा उपर्युक्त नियम II (ख) में दिए गए प्राधिकारियों के माध्यम से निम्नलिखित का अधिकार सुरक्षित रखते हैं:

(क) किसी एजेंसी का प्रत्यायन/मान्यता/पंजीकरण मंजूर करना।

(ख) किसी एजेंसी का प्रत्यायन/मान्यता/पंजीकरण मंजूर न करना।

(ग) किसी एजेंसी का प्रत्यायन/मान्यता/पंजीकरण निलम्बित या रद्द करना।

(घ) किसी एजेंसी का प्रत्यायन/मान्यता/पंजीकरण नवीकृत करना।

VII भारत के राष्ट्रपति का आकाशवाणी/दूरदर्शन के माध्यम से प्रत्यायन/मान्यता/पंजीकरण को शासित करने वाली शर्तों और नियमों को जैसा वह ठीक समझे, समय-समय पर संशोधित या परिवर्तित करने का अधिकार होगा तथा ऐसे संशोधन उपान्तरण एजेंसियों पर आबद्धकर होंगे।

VIII सभी सार्वजनिक क्षेत्र के उपक्रम/केन्द्रीय/राज्य सरकार/सार्वजनिक क्षेत्र सहकारी संस्थाएं जैसे इफको, क्रिभको आदि प्रत्यय सुविधा का उपयोग करते हुए आकाशवाणी/दूरदर्शन पर सीधे विज्ञापन बुक कर सकते हैं और किसी सार्वजनिक क्षेत्र उपक्रम तथा सहकारी संस्था से बैंक गारंटी की आवश्यकता नहीं है।

पंजीकरण/मान्यता प्राप्ति का दर्जा देने के लिए जांच सूची

मान्यता/पंजीकरण का दर्जा देने के लिए वांछित कागजात/सूचना

1. (i) एजेन्सी का नाम
   (ii) क्या दूसरी एजेंसी की तरह नाम है
2. आवश्यक कागजात
   (i) फर्म का स्वामित्व : दुकान तथा स्थापना अधिनियम के अन्तर्गत पंजीकरण प्रमाण पत्र
   (ii) सम्बन्धित साझेदारी : भागिता पत्र

V. Other Conditions:

a) The Agencies applying for accreditation shall maintain a properly equipped office.

b) Applications for accreditation will be decided by the Dy. Director General Commercial) or any other officer of equivalent rank designated by the Director General, Akashvani/Doordarshan and the said authority will take into account the applicants freedom from control or undue influence of any person or business concern who or which owns or controls any other advertising means in India.

c) Accreditation/Recognition/Registration Status shall not be given to any agency of which the sole proprietor, any partner or director is salaried employee of any advertiser.

d) The Commission allowed to the agency by the President of India through Akashvani/Doordarshan shall be retained in full by the said agency and shall not be shared with or credited to any other person, firm or a company directly or indirectly.

e) The Agency shall be responsible for the payment of advertising and related bills severally as well as jointly with the Advertisers.

f) Advertisers will be free to approach Akashvani/Doordarshan for booking advertisements for which the prescribed discount will be granted to them but they will not be eligible for any commission or reduction in rates.

g) Industries certified as small scale industies by the Central or State Governments, who approach Akashvani/Doordarshan direct shall be eligible for a concession of 15% in the prescribed rates. They shall, however, not be entitled to any further commission or discount.

h) Is any relation of any partner/Director/or Proprietor of their firm working in All India Radio/Doordarshan? If so, give his/her official address and designation.

VI. The President of India through Akashvani/Doordarshan and through the authorities mentioned in Rule II(b) reserves the right to

a) grant accreditation/recognition/registration to any agency;

b) refuse to grant accreditation/recognition/registration to any agency;

c) suspend or cancel accreditation/recognition/registration of any agency;

d) renew the accreditation/recognition/registration of any agency.

VII. The President of India through Akashvani/Doordarshan shall have the right to amend or alter the terms and rules governing accreditation/recognition/registration from time to time as he may deem fit and such amendments and alterations shall be binding on the agencies.

VIII. All Public Sector Undertakings/Central/State Government/Public Sector Cooperative Institution like IFFCO, KRIBHCO, etc. can book directly on All India Radio/Doordarshan availing credit facility and there is no need for any Bank Guarantee from Public Sector Undetakings and Cooperatives.

Check List for grant of status Registered/Recognised

Documents/Information required for grant of Recognition/Registered status.

1. (i) Name of the Agency:
   (ii) Is the name similar with any other agency:

2. Documents Required

I. Proprietory firm : Registration certificate under Shop & Establishment Act.

II. Partnership Concern: i) Partnership deed

2. फर्मों के पंजीयक का पंजीकरण प्रमाण-पत्र
3. दुकान तथा स्थापना अधिनियम के अन्तर्गत प्रमाण-पत्र

iii प्राइवेट लिमिटेड कम्पनी
1. कम्पनियों के रजिस्ट्रार से प्रमाण-पत्र
2. संघ के अनुच्छेदों सहित प्रतिवेदनों की प्रति

3. आकाशवाणी/दूरदर्शन के कर्मचारियों से रिश्तेदारी न होने का प्रमाण-पत्र :
4. बैंक से प्रमाण-पत्र
5. स्वामियों/भागीदारों/निदेशकों के पूरे नाम तथा पते
6. हस्ताक्षर का प्राधिकार :
7. हस्ताक्षरकर्ता का पूरा नाम और पता :
8. दर्जा देने के करार की प्रस्तावित तारीख :
9. कोई अन्य सूचना :
10. संस्तुति के सम्बन्ध में टिप्पणियां :

सम्बन्धित सहायक   वरिष्ठ लेखाकार   प्रशासन उपनिदेशक/उपसचिव

ii) Registration certificate with Registrar of Firms.
iii) Certificate under Shop & Fstablishment Act.

III Private Ltd. Co.: i) Registration certificate from the Registrar of Companies.
ii) A copy of Memorandum with Articles of Association.

3. Non Relationship certificate with employees of AIR/Doordarshan.
4. Certificate from Bank.
5. Full name and address of the Proprietor/Partners/Directors.
6. Authority for signature.
7. Full name and designation of the signatory.
8. Proposed date of agreement of status.
9. Any other relevant information.
10. Remarks regarding recommendation.

DA SR.AC. DDA/DS

अनुलग्नक IV

(पैरा ग्राफ 15.5.1 देखिए)

सेवा में,

महानिदेशक,
आकाशवाणी,
नई दिल्ली।

(ध्यानाकर्षण: उपमहानिदेशक (विज्ञापन)

विषय : प्रत्यायन के लिए भरा जाने वाला आवेदन-पत्र।

महोदय,

आकाशवाणी विज्ञापन प्रसारण सेवा (जिसका उल्लेख इसमें इसके बाद विज्ञापन प्रसारण सेवा के रूप में किया गया है) के माध्यम से भारत के राष्ट्रपति द्वारा प्रत्यायित किए जाने के लिए मैं, इसका द्वारा अधोहस्ताक्षरकर्ता विज्ञापन एजेंसी की ओर से आवेदन करता हूं। नीचे दिए गए प्रश्नों के उत्तर में मैं नीचे लिखी सूचना प्रस्तुत करता हूं और मैं सहमत हूं कि इसमें जो सूचना दी गई है वह विज्ञापन प्रसारण सेवा और एजेंसी के बीच इस शर्त पर प्रत्यायन के करार का आधार होगी कि अनवधान, संयोग के कारण या अन्यथा यदि इसमें कोई अशुद्धि या चूक हो तो विज्ञापन प्रसारण सेवा के विकल्प पर यह करार शून्यकरणीय हो जायेगा। मैं यह भी पुष्टि करता हूं कि मैंने "आकाशवाणी और दूरदर्शन पर विज्ञापनों के लिए विनियम" सावधानी से पढ़ लिए हैं तथा समय-समय पर सरकार/विज्ञापन प्रसारण सेवा द्वारा यथा-संशोधित इन विनियमों का पालन करने के लिए सहमत हूं:–

1. आवेदक/एजेंसी का नाम
2. व्यवसाय का स्थान (पूरा पता)
3. संस्थापन की तारीख
4. **गठन**
   (क) क्या आपकी फर्म फर्मों/कम्पनियों के रजिस्ट्रार के साथ पंजीकृत है।
   (ख) यदि निजी व्यवसाय हो:
   क्या आप एकमात्र स्वत्वधिकारी हैं? यदि नहीं, तो अपने भागीदारों के नाम और उनके निवास स्थान के पते दीजिए। उन भागीदारों के नाम तारांकित कीजिए जो व्यवसाय चलाने में सक्रिय भाग लेते हों:
   (ग) यदि सीमित कम्पनी हो तो सीमित कम्पनी के रूप में पंजीकरण की तारीख:
   पंजीकृत कार्यालय का स्थान (यदि ऊपर दिए गए से भिन्न हो) और व्यवसाय के अन्य स्थान:
   निदेशकों के नाम और उनके निवास स्थान का पता। उन निदेशकों के नाम तारांकित कीजिए जो व्यवसाय चलाने में सक्रिय भाग लेते हों:–
   (घ) फर्म/कम्पनी की तरफ से यदि आवेदक को आवेदन पर हस्ताक्षर करने के लिए प्राधिकृत किया गया है तो प्राधिकार पत्र की प्रति संलग्न करें।
5. **संगठन सम्बन्धी सूचना:**
   (क) ऊपर जिन प्रधान व्यक्तियों के नाम दिए गए हैं, उनके अलावा अन्य नियुक्त कर्मचारियों का ब्यौरा दीजिए:
   (ख) यदि एकमात्र स्वत्वधिकारी हैं तो क्या एजेंसी का कोई भागीदार या निदेशक किसी विज्ञापनकर्ता का वेतनभोगी कर्मचारी है?
6. **प्रस्तुति विभाग:**
   i) रिकार्डिंग और सामग्री की पूर्ति के लिए आपके पास क्या प्रबन्ध है?

ANNEXURE IV

(See Paragraph 15.5.1)

PLACE
DATE

The Director General,
All India Radio,
New Delhi. (Kind attention: Dy. Director General(Commercial)

Subject:—Application for Accreditation Status.

Sir,

On behalf of the undersigned advertising agency, I hereby make application for accreditation by the President of India through All India Radio, Commercial Broadcasting Service (hereinafter referred to as Commercial Broadcasting Service). I submit the following information in answer to the questions below and agree that the information herein shall be the basis of the agreement of accreditation between Commercial Broadcasting Service and the agency on the understanding that any inaccuracy or omission contained therein due to inadvertance accident or otherwise will render the said agreement voidable at the option of Commercial Broadcasting Service. I also confirm having carefully read the 'Regulations for Advertisements on Akashvani and Doordarshan" and agree to abide by these Regulations as amended by the Government/Commercial Broadcasting Service from time to time.

1. Name of the Applicant/Agency:
2. Place of business (full address):
3. Date of establishment :
4. **Constitution**
   a) Is your firm registered with Registrar of Firms/Companies, etc.
   b) If a private business :
   Are you the sole proprietor? If not, State the name and residential address of your partners, indicating with an asterisk these who take an active part in the conduct of the business.
   c) If a Limited Company:
   Date of Registration as a Ltd. Company.
   Situation of Registered Office (if different from above) and other places of business (if any).
   Names and residential addresses of Directors, indicating with an asterisk those who take an active part in the conduct of the business.
   d) Enclose a copy of the authority under which the applicant has been authorised to sign the application on behalf of the Firm/Company.

5. Organisational Information

i) Apart from the Principals numerated above, what staff is employed? Please give details,

ii) If sole proprietor, any partner or director of the agency is salaried employee of any advertiser?

6. Production Departments

i) What arrangements have you for recording and supply of materials?

ii) **क्या विज्ञापन एजेंसी के अलावा आप अन्य कोई व्यवसाय करते हैं? यदि करते हों तो उसका ब्यौरा दीजिए साथ ही उक्त व्यवसाय का कुल वार्षिक पण्यावर्त और विज्ञापन एजेंसी अनुभाग का पण्यावर्त दीजिए।**

iii) **क्या आप किसी अन्य व्यक्ति, फर्म या कम्पनी के प्रतिनिधि के रूप में कार्य करते हैं? यदि हां, तो उसका ब्यौरा दीजिए।**

iv) क्या आपके व्यवसाय में किसी विज्ञापक का कोई वित्तीय या अन्यथा हित है? यदि हो तो उसका ब्यौरा दीजिए।

v) क्या आपने किसी ग्राहक के व्यवसाय में आपका कोई वित्तीय या अन्यथा हित है? यदि हो तो उसका ब्यौरा दीजिए।

vi) आपके व्यवसाय के पते के रूप में ऊपर दिए गए परिसर के लिए आप कितना किराया अदा करते हैं?

7. **वित्तीय स्थिरता**

i) उपलब्ध कार्यशील पूंजी की राशि का उल्लेख कीजिए। साथ ही उसका संरचना का पूरा ब्यौरा दीजिए।

ii) किसी अतिरिक्त वित्तीय सहायता उसके स्रोतों और उन शर्तों का ब्यौरा दीजिये जिनके अन्तर्गत वह उपलब्ध है या उपलब्ध होगी।

iii) यदि भागीदारी फर्म या निजी कम्पनी हो तो बताइए कि फर्म या कम्पनी के अपने दायित्वों को पूरा न कर पाने पर क्या उसके भागीदार/निदेशक एजेंसी के ऋणों के लिए अलग-अलग और संयुक्त रूप से निजी गारंटी देंगे और भागीदारी या निदेशकों की, जैसी भी स्थिति हो, भाररहित परिसम्पत्तियों का ब्यौरेवार प्राक्कलित मूल्य प्रस्तुत करेंगे।

iv) क्या आपने आकाशवाणी/दूरदर्शन के साथ दो वर्ष से अधिक समय के लिए कारोबार कर लिया है? यदि हां तो अपने पिछले वित्तीय वर्ष में आकाशवाणी और/या दूरदर्शन के साथ कुल एक लाख रुपये से अधिक का व्यवसाय किया है? कृपया ब्यौरा दें।

v) वह तारीख बताएं जिससे आप आकाशवाणी/ दूरदर्शन द्वारा अनुमोदित किए गए हैं। संगत पत्र की संदर्भ संख्या और तारीख लिखें।

vi) अपनी वित्तीय स्थिरता के साक्ष्य इस आवेदन के साथ लगाएं और दस्तावेजों के साथ निम्नलिखित जानकारी भी दें:

क) पिछले दो वर्षों के बैलेंस शीट तथा लाभ और हानि का लेखा, चार्टर्ड एकाउंटेंट द्वारा सम्यक रूप से लेखा परीक्षित।

ख) पिछले निर्धारण वर्ष के लिए आयकर रिटर्न फाइल किये जाने का समुचित आयकर प्राधिकारी से प्रमाण-पत्र।

ग) नवीनतम वर्ष जिसका निर्धारण पूरा हो चुका है, आयकर निर्बाधन प्रमाण-पत्र।

घ) पिछले दो वर्षों का आपके द्वारा नियमित सम्पूर्ण व्यवसाय का कुल कारोबार, चार्टर्ड एकाउंटेंट द्वारा सम्यक रूप से लेखा परीक्षित।

vii) क्या आपकी एजेंसी के किसी भागीदार या निदेशक को किसी माध्यम (मीडिया) के प्रत्यायित एजेंटों की सूची से हटा दिया गया था या किसी विज्ञापन एजेंसी के लिए उसका प्रत्यायन अस्वीकार कर दिया गया था? यदि हां तो ब्यौरा दीजिए।

viii) क्या आप सहमत हैं कि आप विज्ञापन प्रसारण सेवा के माध्यम से भारत के राष्ट्रपति को लिखित में पूर्व सूचना दिए बिना अपने उपक्रम या व्यवसाय का अंतरण नहीं करेंगे, समनुदेशन नहीं करेंगे, उसे-उप-किराएदारी पर नहीं देंगे या उसके विषय में अन्यथा संव्यवहार नहीं करेंगे।

ix) किसी एजेंसी के भागीदारों या निदेशकों में हुए किसी परिवर्तन को भारत के राष्ट्रपति को आकाशवाणी के महानिदेशक (विज्ञापन प्रसारण सेवा) के माध्यम से अधिसूचित किया जाए। साथ ही उसी प्रकार की निजी गारंटी भेजी जाए जिस प्रकार की वर्तमान निदेशकों या भागीदारों जैसी भी स्थिति हो, द्वारा दी गई थी।

8. **व्यवसाय सम्बन्ध**

i) आपके द्वारा नियंत्रित लेखों के सम्बन्ध में पिछले वर्ष का मूल पण्यावर्त दीजिए।

ii) आकाशवाणी और दूरदर्शन के साथ आगामी बारह मासों के दौरान कितने रुपये तक का व्यवसाय किए जाने की संभावना है?

ii) Do you carry on any business besides that of an advertising agency? If so, give details including the total annual turnover of the advertising agency section.

iii) Do you act as representative for any other individual, firm or company, if so, give details.

iv) Has any advertiser any interest, financial or otherwise, in your business? If so, give details.

v) Have you any interest, financial or otherwise, in the business of any of your client? If so, give details.

vi) What rent do you pay for the premises stated above as your business address?

7. Financial Stability

i) State here the amount of available working capital with full details of its structure.

ii) Give particulars of any additional financial support, its sources and the conditions under which it is or would become available.

iii) If a partnership firm or private company, state whether the Partners/Directors will furnish a personal guarantee severally and jointly for the debts of the agency should the firm or the company fail to meet its obligations, and will submit estimated values of uneccumbered assets of the partners or Directors as the case may be with details.

iv) Have you completed more than two years business with Akashvani/Doordarshan? If in affirmative, did your total business with Akashvani and/or Doordarshan for the last financial year exceed rupees one Lakh? Please furnish details thereof.

v) Indicate the date from which you have been approved as Recognised Agency by Akashvani/ Doordarshan (Reference number and date of relevant communication may be quoted).

vi) Support this application with evidence of your financial stability; and the following information along with documents:

a) Annual balance sheets and profit and loss accounts of the last two years; duly audited by a Chartered Accountant.

b) Certificate from the appropriate Income Tax Authority of having filed Income Tax return forthe last assessment year;

c) Income Tax Clearance Certificate of the latest year for which the assessment has been finalised.

d) Total turnover of overall business controlled by you duly certified by a Chartered Accountant for the last two years.

vii) Has any Director or Partner in your agency been removed from the list of Accredited agents of any other media or refused accreditation as an advertising agency? If so, give details.

viii) Do you agree not to transfer, assign, sublet or otherwise deal with your undertaking or business with previous intimation in writing to the President of India through the Commercial Broadcasting Service?

ix) Any change in the Partners or Directors of the agency must be notified in writing to the President of India through the Director General of All India Radio (Commercial Broadcasting Service) alongwith a similar personal guarantee as provided by the existing Partners or Directors as the case may be.

8. Business Connections

i) State here last year's total turnover relating to accounts controlled by you.

ii) How much business do you expect to place during the forthcoming twelve months with Akashvani and Doordarshan?

iii) उन ग्राहकों का नाम दीजिए जो आपके साथ व्यवसाय से सम्बद्ध हों।

iv) तीन व्यापारिक निर्देश दीजिए जिनमें से दो समाचार-पत्रों,पत्रिकाओं या व्यापारिक प्रकाशनों के हों और तीसरा किसी बैंक का हो।

9. **सामान्य**

क्या आपकी फर्म के किसी भागीदार/निदेशक/स्वत्वधारी का सम्बन्धी आकाशवाणी में कार्य करता है। यदि हां तो उसका शासकीय पता और पद बताएं।

टिप्पणी 1: कृपया नोट कर लें कि यदि आपकी फर्म के निदेशक/भागीदार/या स्वत्वधारी का कोई नातेदार आकाशवाणी के विज्ञापन सेवा/किसी विज्ञापन सेवा केन्द्र/केन्द्रीय विक्रय एकांश/या महानिदेशालय के उस अनुभाग में जहां विज्ञापन प्रसारण सेवा सम्बन्धी कार्य होता है, कार्य करता है तो आपकी एजेंसी कोई भी दर्जा दिए जाने के लिए पात्र नहीं होगी। एजेंसी, ऐसे नातेदार के किसी अन्य गैर विज्ञापन सेवा वाले अनुभाग में स्थानान्तरण द्वारा यह कमी दूर किए जाने के बाद समुचित दर्जा दिए जाने के सम्बन्ध में विचार के लिए पात्र हो जायेगी।

टिप्पणी 2: भारत के राष्ट्रपति विज्ञापन प्रसारण सेवा के माध्यम से ऊपर सूची में उल्लिखित सभी या किसी ग्राहक को संदर्भ करने का अपना अधिकार सुरक्षित रखते हैं।

(दी जाने वाली अन्य जानकारी पृथक विवरण के रूप में दी जाए)

हस्ताक्षर

फर्म का नाम

व्यावसायिक पता

iii) State here the names of clients who do business with you.

iv) Give three trade references, two of which should be newspapers, periodicals or trade publications and the third from a Banker.

9. General

Is any relation of any Partner/Director/or Proprietor of your firm working in All India Radio? If so, give his/her official address and designation.

Note: It may please be noted that your agency will not be eligible to be given any status if any relation of the Director/Partner/or Proprietor of your firm is employed in the CBS of AIR/any CBS Centre/Central Sales Unit/or the Section in the Directorate General dealing with CBS. The Agency will however be eligible for consideration of the grant of appropriate status after removal of this disability by the transfer of such relation to a non-CBS Section of AIR.

Note: The President of India through Commercial Broadcasting Service reserves the right to make reference to all or any of the clients listed above).

(All other information to be offered may be submitted in a separate statement.)

Signature

Name of the Firm

Business Address:

अनुलग्नक V

(पैराग्राफ 15.5.1 देखें)

प्रत्यायित विज्ञापन एजेंसी और विज्ञापन प्रसारण सेवा आकाशवाणी, और दूरदर्शन के बीच करार

आकाशवाणी और दूरदर्शन विज्ञापन प्रसारण सेवा के माध्यम से (जिसे इसमें इसके बाद "विज्ञापन प्रसारण सेवा" कहा गया है)

भारत के राष्ट्रपति, एक पक्ष और ____________________
(जिसे इसमें इसके बाद "एजेंसी" कहा गया है), द्वितीय पक्ष के बीच एक हजार नौ सौ और __________ के __________
के __________ दिवस को यह करार सम्पन्न हुआ।

यत: विज्ञापन पद्धति के बेहतर विनियमन के लिए और विज्ञापकों को सर्वोत्तम विज्ञापन सेवा उपलब्ध कराने के लिए विज्ञापन प्रसारण सेवा ने तय किया है कि वह उसके द्वारा प्रत्यायित किसी भी विज्ञापन एजेंट द्वारा दिए गए विज्ञापनों के लिए कमीशन देगी और यत: एजेंसी विज्ञापन प्रसारण सेवा द्वारा प्रत्यायित किए जाने की इच्छुक है जिससे वह विज्ञापन प्रसारण सेवा को दिए गए विज्ञापनों के सम्बन्ध में कमीशन की हकदार हो सके और उसने प्रत्यायन के लिए लिखित में आवेदन किया है जिसमें दी गई सूचना इस करार का आधार है। उक्त सूचना में अनवधान, संयोग के कारण या अन्यथा कोई अशुद्धि या चूक होगी तो विज्ञापन प्रसारण सेवा के विकल्प पर जिसने उक्त आवेदन स्वीकार किया है, यह करार शून्यकरणीय हो जायेगा।

सम्प्रति पक्षों के बीच और पक्षों द्वारा आपस में यह तय पाया गया है:

1. विज्ञापन प्रसारण सेवा द्वारा—विज्ञापन प्रसारण सेवा एजेंसी को प्रत्यायित करती है और उसका नाम प्रत्यायित एजेंटों की सूची में शामिल करती है।

(क) प्रत्यायन विज्ञापन प्रसारण सेवा द्वारा करार की स्वीकृति के अगले माह की पहली तारीख से प्रभावी होगी और इसे किसी भी समय बिना कारण बताए समाप्त किया जा सकता है।

2. एजेंसी द्वारा—इसमें प्रदान किए गए प्रत्यायन और कमीशन के प्रतिकूल में जिसकी एजेंसी इस प्रत्यायन के कारण हकदार होगी।

(क) एजेंसी सभी प्रकार से सज्जित एक कार्यालय रखेगी और यह सुनिश्चित करने का भरसक प्रयास करेगी कि जो विज्ञापन वह उपलब्ध कराएगी वह वैध, दोषरहित, खरा और सत्य पर आधारित होगा। वह विज्ञापकों को यथासंभव सर्वोत्तम सेवा प्रदान करेगी और नए विज्ञापन वृत्तान्तों को बढ़ावा देगी।

(ख) एजेंसी को "आकाशवाणी और दूरदर्शन पर विज्ञापनों के विनियमनों" तथा विज्ञापन प्रसारण सेवा/भारत सरकार द्वारा समय-समय यथासंशोधित अन्य निर्धारित नियमों का पालन करना पड़ेगा।

(ग) विज्ञापन प्रसारण सेवा में विज्ञापन उपलब्ध कराने का एजेंसी का पारिश्रमिक 15 (पन्द्रह) % मानक एजेंसी कमीशन के रूप में होगा जिसकी अदायगी विज्ञापन प्रसारण सेवा द्वारा की जायेगी।

(घ) एजेंसी विज्ञापन एजेंसी के रूप में अर्जित सभी कमीशन और पारिश्रमिक पूरे का पूरा स्वयं लेगी और किसी भी समय उस कमीशन या पारिश्रमिक का कोई भाग किसी उस विज्ञापक या विज्ञापक के प्रतिनिधि को नहीं देगी या देने की अनुमति नहीं देगी जिसके वह विज्ञापन एजेंसी के रूप में कार्य कर रही हो या जिसके वह कार्य कर चुकी हो।

(ङ) एजेंसी किसी भी विज्ञापक से निश्चित विज्ञापन समय के लिए उन दरों से अधिक या कम राशि नहीं लेगी जो विज्ञापन प्रसारण सेवा ने निर्धारित की हो।

(च) यदि प्रत्यायन के लिए मूल रूप से प्रस्तुत किए गए आवेदन के फार्म में दिए गए विवरण में एजेंसी कोई परिवर्तन करती है तो वह उसके विषय में निश्चय ही पूर्वोक्त परिवर्तन की तारीख से 15 दिन के अन्दर विज्ञापन प्रसारण सेवा को सूचना देगी।

(छ) यदि किसी महत्वपूर्ण विवरण को बदला जाता है, तो विज्ञापन प्रसारण सेवा को हक होगा कि वह एजेंसी का नाम प्रत्यायित एजेंटों की सूची से काट दे या आवश्यक हो तो एजेंसी से प्रत्यायन के लिए नया आवेदन प्रस्तुत करने के लिए कहे।

ANNEXURE V

(See Paragraph 15.5.1)

Agreement Between Accredited Advertising Agency and Commercial Broadcasting Service of Akashvani and Doordarshan

AN AGREEMENT made the ——— day of ——————— one thousand nine hundred and ———— — between the President of India through Commercial Broadcasting Service of Akashvani and Doordarshan (hereinafter referred to as the "Commercial Broadcasting Service" of the First Part and

(hereinafter called the "Agency") of the Second Part.

WHEREAS, for the better regulation of the practice of advertising and to secure the best advertising service for advertisers, the Commercial Broadcasting Service has agreed to allow commission in respect of advertisements placed by any advertising agent and accredited by it. And Whereas the Agency is desirous of being accredited by the Commercial Broadcasting Service for the purpose of becoming entitled to commission in respect of advertisements placed with Commercial Broadcasting Service and has made application in writing for accreditation, the information contained wherein is the basis of this agreement and any inaccuracy or omission in the said information, due to inadvertance, accident or otherwise shall render this agreement voidable at the option of the Commercial Broadcasting Service which has accepted the said application. Now, it is hereby mutually agreed by and between the parties hereto as follows:—

1. *By the Commercial Broadcasting Service.*—The Commercial Broadcasting Service accredits the Agency and includes its name in the list of accredited agents:—

(a) The Accreditation will be effective from the 1st of the month following the date of acceptance of this agreement by the Commercial Broadcasting Service and it can be terminated at any time without assigning any reason.

2. *By the Agency.*—In consideration of the accreditation herein afforded and of the commission of which the Agency will be entitled by reason of such accreditation:—

(a) The Agency shall maintain a properly equipped office and use its best efforts to ensure that all advertisements placed by it are legal, clean, honest, and truthfull, render the best possible advertising service to advertisers and encourage the development of new advertising accounts.

(b) The Agency shall abide by the "Regulations for Advertisements on Akashvani and Doordarshan" and other related rules prescribed by the Commercial Broadcasting Service/ Government of India as amended from time to time.

(c) The remuneration of the Agency for placing advertisements in the Commercial Broadcasting Service shall be in the form of standard agency commission of 15 (fifteen) per cent to be paid by the Commercial Broadcasting Service.

(d) The Agency shall retain in full all commission and remuneration earned as an advertising agency and that it will at no time pay or otherwise allow directly or indirectly any part of such commission or remuneration to any person, advertiser or representative of any advertiser for whom it may be acting or has acted as an advertising agency.

(e) The Agency will not charge any advertiser for any advertising time more or less than the rates prescribed by the Commercial Broadcasting Service.

(f) The Agency will advise/inform in writing the Commercial Broadcasting Service of any alteration in particulars furnished in the form of application for accreditation originally submitted, positively within fifteen days from the date of the alteration aforesaid.

(g) In the event of any important alterations the Commercial Broadcasting Service will be entitled to remove the Agency's name from the list of accredited agents, or, if necessary require the Agency to submit a fresh application for accreditation.

(ज) यदि विज्ञापन प्रसारण सेवा किसी विज्ञापन एजेंसी का नाम प्रत्यायित एजेंटों की सूची से हटा देती है, तो उक्त एजेंसी उसका नाम हटाए जाने की तारीख से 12 मास की अवधि तक उस अप्रत्यायित एजेंसी के किसी भागीदार या निदेशक को अपना भागीदार या निदेशक नियुक्त नहीं करेगी, न ही विज्ञापन प्रसारण सेवा को लिखित में पूर्व सूचना दिए बिना वह उसके व्यवसाय या उसके किसी भाग को हस्तगत करने की व्यवस्था करेगी।

(झ) एजेंसी स्वयं या विज्ञापकों के साथ संयुक्त रूप से विज्ञापन और अन्य सम्बन्धित बिलों का भुगतान करने के लिए जिम्मेदार होगी।

(ञ) एजेंसी नियमानुसार तथा उधार के लिए विज्ञापन प्रसारण सेवा द्वारा निर्धारित अवधि अर्थात् विज्ञापन के प्रसारण की तारीख से अगले माह की पहली तारीख से 45 दिन के अन्दर विज्ञापन प्रसारण सेवा को बिलों का भुगतान करेगी। यदि निर्धारित अवधि तक देय राशि का भुगतान नहीं किया जाता तो 18 प्रतिशत वार्षिक की दर से ब्याज देना पड़ेगा। यदि विज्ञापन प्रसारण सेवा के विचार से एजेंसी इन आवश्यकताओं को पूरा नहीं करती है तो उसके प्रत्यायन की सुविधा समाप्त की जा सकती है।

(ट) यदि एजेंसी वर्ष में तीन से अधिक अवसरों पर भुगतान की देय तिथि तक मासिक बिलों/विज्ञापन प्रभारों का भुगतान करने में असमर्थ रहती है या प्रत्यायन अवधि की समाप्ति के 45 दिन के अन्दर भुगतान नहीं करती है तो उसका प्रत्यायन स्वतः समाप्त हो जायेगा।

(ठ) एजेंसी एक वित्त वर्ष (अप्रैल से मार्च) में आकाशवाणी और दूरदर्शन को कम से कम एक लाख रुपये का वार्षिक व्यापार देगी अन्यथा प्रत्यायन की सुविधा वापस ली जा सकती है।

(ड) एजेंसी पूरी अवधि के प्रत्यायन के लिए 25,000 रुपये की बैंक गारंटी प्रस्तुत करेगी। वैध बैंक गारंटी के अभाव में प्रत्यायन का स्तर स्वतः ही निलम्बित हो जायेगा तथा एजेन्सी मान्यता प्राप्त स्तर पर परावर्तित हो जायेगी।

(ढ) एजेन्सी प्रतिवर्ष अपने वार्षिक लेखों के बन्द करने की तारीख के तीन माह के अन्दर चार्टर्ड एकाउंटेंट द्वारा लेखा परीक्षित लाभ और हानि का विवरण विज्ञापन प्रसारण सेवा को प्रस्तुत करेगी। वह मूल्यांकन के पूरा होने के एक माह के अन्दर अपना पिछले वर्ष का आयकर क्लीयरेंस प्रमाण-पत्र भी प्रस्तुत करेगी।

(ण) यदि एजेंसी इस करार में दी गई शर्तों का उल्लंघन करती है तो इसके परिणामस्वरूप होने वाले आवबंटनों, दावों, मांगों तथा खर्चों का अधिकार विज्ञापन प्रसारण सेवा अपने पास सुरक्षित रखती है। एजेंसी का प्रयायन समाप्त किया जा सकता है।

3. विज्ञापन प्रसारण सेवा को यह अधिकार होगा कि वह एक मास का लिखित में नोटिस देकर एजेंसी का प्रत्यायन रद्द कर दे और उसका नाम प्रत्यायित एजेंटों की सूची से निकाल दे। विज्ञापन प्रसारण सेवा इस निर्णय के लिए कारण बताने को बाध्य नहीं होगी। सम्बन्धित एजेंसी चाहे तो वह प्रत्यायन के रद्द किए जाने के निर्णय पर पुनर्विचार के लिए महानिदेशक, आकाशवाणी, नई दिल्ली से अपील कर सकती है। जिसका निर्णय अन्तिम तथा एजेंसी को बाध्यकर होगा।

4. सभी विज्ञापन प्रसारण भारत सरकार द्वारा समय-समय पर निर्धारित आचरण संहिता, मानकों तथा नियमों से विनियमित किये जायेंगे।

5. इन विलेखों के अधीन या इनके सम्बन्ध में किसी प्रश्न, विवाद या मतभेद के पैदा होने पर (उन मामलों को छोड़कर जिनके विषय में निर्णय किए जाने की विशेष व्यवस्था इन विलेखों द्वारा की गई है), उसे उस अधिकारी के एकमात्र विवेचन के लिए भेजा जायेगा जिसे आकाशवाणी का महानिदेशक विवाचक नियुक्त करे। इस पर आपत्ति नहीं की जायेगी कि विवाचक एक सरकारी कर्मचारी है, कि उसे उन मामलों पर कार्रवाई करनी पड़ती है जिनका सम्बन्ध इस विलेख से है, या कि अपने कार्य के दौरान वह विवाद या मतभेद से सम्बन्धित सभी मामलों पर या किसी एक माले पर सरकारी कर्मचारी के रूप में अपने विचार प्रकट कर चुका है। विवाचक का पंचाट अंतिम और इस विलेख से सम्बद्ध पक्षों पर आबद्धकर होगा।

यदि विवाचक की मृत्यु हो जाए, वह कार्य करने में उपेक्षा करे या कार्य करने से इन्कार करे या त्याग पत्र दे दे या किसी कारण कार्य करने में असमर्थ हो तो महानिदेशक, आकाशवाणी के लिए वह विधिपूर्ण होगा कि वह पूर्वोक्त विधि से निर्गामी विवाचक के स्थान पर अन्य विवाचक की नियुक्ति कर दे।

विवाचक इस विलेख से सम्बद्ध पक्षों की सहमति से पंचाट देने और उसे प्रकाशित करने की अवधि समय-समय पर बढ़ा सकता है।

(h) In the event of the Commercial Broadcasting Service removing from the list of accredited agents the name of any advertising Agency the said Agency will not for a period of twelve months after the date of such removal employ Partner or Director of such disaccredited Agency as a Partner or Director or make any arrangements for the purpose of taking over the business thereof wholly or in part, without prior intimation in writing to the Commercial Broadcasting Service.

(i) The Agency shall be responsible for payment of advertising and other related bills severally as well as jointly with the Advertisers.

(j) The Agency shall pay to the Commercial Broadcasting Service its bills according to the rules framed and within the credit period fixed by the Commercial Broadcasting Service in this regard that is within 45 days from the first of the month following the date of broadcast of advertisement, and will be liable to pay interest at 18 per cent per annum on all amounts due to it which are not paid within the aforesaid credit period. The Agency will be liable to lose its accreditation if, in the Commercial Broadcasting Service's opinion it has failed to fulfil these requirements.

(k) The Agency shall also lose its accreditation automatically if it fails to make payment of monthly bills/advertisement charges by the due date on more than three occasions in a year, or within 45 days after expiry of the credit period.

(l) The Agency shall give a minimum annual business of Rupees one lakh to Akashvani and/or Doordarshan in a financial year (i.e. April to March) failing which its accreditation will be liable to be withdrawn.

(m) The Agency shall furnish a bank guarantee of Rs. 25,000 for the full period of accreditation. In the absence of a valid bank guarantee the accreditation status will stand automatically suspended and the Agency will revert to the Recognised Status.

(n) The Agency shall furnish to Commercial Broadcasting Service every year its profit and loss accounts duly audited by a Chartered Accountant within three months of the date of closing of their annual accounts. It shall also furnish Income Tax Clearance certificate in respect of the previous assessment year within a month of the finalisation of the assessment.

(o) In the event of breach or infringement of any terms or conditions of this agreement by the Agency, it shall keep Commercial broadcasting Service indemnified against allocations, claims, demands and expenses arising as a consequence thereof. The Agency will also be liable to lose accreditation.

3. The Commercial Broadcasting Service will have the right to suspend or cancel the Agency's accreditation at any time without assigning any reason and remove its name from the list of accredited agencies. The agency may appeal to the Director General, Akashvani, New Delhi for reconsideration of the decision to suspend or cancel its accreditation, and his decision shall be final and binding on the Agency.

4. All Commercial broadcasts will be regulated by such code of conduct, standards and rules as may be prescribed by the Government of India from time to time.

5. In the event of any question, dispute or difference arising under these presents or in connection therewith (except as to any matters the decision of which is specially provided for by these presents), the same shall be referred to the sole arbitration of an officer appointed to be the arbitrator by the Director General, All India Radio. It will be no objection that the arbitrator is a Government servant, that he has to deal with the matters to which these presents relate or that in the course of his duties as a Government servant, he has expressed views on all or any of the matters in dispute or difference. The award of the arbitrator shall be final and binding on the parties to these presents.

In the event of the arbitrator dying, neglecting or refusing to act or resigning or being unable to act for any reason, it shall be lawful for the Director General, All India Radio to appoint another arbitrator in place of the outgoing arbitrator in the manner aforesaid.

The arbitrator may, from time to time, with the consent of the parties to these presents enlarge time for making and publishing the award.

ऐसे प्रत्येक या किसी निर्देश पर क्रमशः निर्देशों और पंचाट की लागत और प्रासंगिक खर्चों का मूल्यांकन विवाचक के विवेकानुसार किया जायेगा। पूर्वोक्त के अधीन, माध्यस्थम अधिनियम, 1940 और उसके अधीन बनाए गए नियम तथा तत्समय लागू उसके सांविधिक आशोधन इस खण्ड के अन्तर्गत विवाचन कार्यवाही पर लागू समझे जायेंगे।

6. विज्ञापन प्रसारण सेवा को आवश्यकतानुसार समय-समय पर प्रत्यायन का स्तर प्रदान करने से सम्बन्धित नियमों और शर्तों का संशोधित करने या परिवर्तित करने का अधिकार होगा और इस तरह के संशोधन और परिवर्तन एजेंसी के लिए आबद्धकर होंगे।

7. इस विलेख पर जो भी स्टाम्प शुल्क प्रभार्य होगा वह भारत के राष्ट्रपति वहन करेंगे।

इसके साक्ष्य में इससे सम्बद्ध पक्षों ने इस पर ऊपर सबसे पहले लिखे दिवस और वर्ष को अपने-अपने हस्ताक्षर किए।

श्री ______________________ ने

(नाम और पद)

1 ______________________

2 ______________________

की उपस्थिति में हस्ताक्षर किए

__________ एजेन्सी के लिए

और उनकी ओर से

श्री ______________________

(नाम और पद)

1. ______________________

2. ______________________

की उपस्थिति में भारत के राष्ट्रपति के
लिए और उनकी ओर से हस्ताक्षर किए।

हस्ताक्षर

____

Upon every and any such reference, the assessment of the costs of and incidental to the references and the award respectively shall be in the discretion of the arbitrator. Subject as aforesaid, the Arbitration Act, 1940 and the rules thereunder and any statutory modifications thereof for the time being in force shall be deemed to apply to the arbitration proceedings under this clause.

6. The Commercial Broadcasting Service shall have the right to amend or alter terms and rules governing grant of accreditation status from time to time, as it may deem necessary and such amendments and alterations shall be binding on the Agency.

7. The President of India, agrees to bear the stamp duty, if any, chargeable on these presents.

IN WITNESS WHEREOF the parties hereto have set and subscribed their respective hands thereunto the day and year first above written.

Signed for and on behalf of the
President of India
by Shri

(Name and Designation)
in the presence of—

1. ____________________________

2. ____________________________

Signed for and on behalf of
'The Agency' for and on behalf of
by Shri

(Name and Designation)

in the presence of—

1. ____________________________
2. ____________________________

अनुलग्नक VI

(पैराग्राफ 15.5.2 (ii) देखें)

स्टाम्प पेपर रु०
केन्द्र और तारीख

भारत के राष्ट्रपति द्वारा
महानिदेशक आकाशवाणी,
विज्ञापन प्रसारण सेवा,
बैकबे रिक्लेमेशन,
बम्बई-1

महोदय,

भारत के राष्ट्रपति द्वारा, जिन्हें इसमें इसके पश्चात् सरकार कहा गया है, मैसर्स ______________________________ बम्बई को, जिन्हें इसमें इसके पश्चात् "कम्पनी" कहा गया है आकाशवाणी, बम्बई की विज्ञापन प्रसारण सेवा के रेडियो विज्ञापनों के प्रभागों के सम्बन्ध में उक्त कम्पनी द्वारा किए जाने वाले भुगतान के लिए उधार की सुविधाएं दिए जाने के प्रतिफल में हम (बैंक का नाम और पता)

एतद्द्वारा बिना किसी शर्त और बिना कोई प्रतिसंहरण किए भारत सरकार को, उसकी मांग पर, बिना कोई देरी किए अधिकतम ____________ रुपये के उन दावों के भुगतान का दायित्व लेते हैं जो ऐसे भुगतान के बारे में कम्पनी और सरकार के बीच हुए करार के अधीन उक्त कम्पनी द्वारा अनुमत्य अवधि में रेडियो विज्ञापन प्रभारों की अदायगी न करने के कारण होंगे।

इसमें ऊपर अन्तर्विष्ट किसी बात के प्रतिकूल कुछ होने पर भी, इस गारंटी के अधीन हमारा दायित्व ____________ रुपये (____________ रुपये) तक सीमित होगा। यह गारंटी ____________ तक प्रभावी मानी जायेगी, बशर्ते कि उक्त तारीख से छः मास के अन्दर इस गारंटी के अधीन को दावा प्रवर्तित नहीं कर दिया जाता और तत्पश्चात् इस गारंटी के अधीन सभी सरकारी अधिकारों का अपवर्तन हो जायेगा और हम इसे अधीन सभी दायित्वों को मुक्त और उन्मोचित हो जायेंगे।

हम इस बात से भी सहमत हैं कि इस गारंटी पर इस बात का कोई प्रभाव नहीं पड़ेगा कि सरकार ने कम्पनी से कोई प्रतिभूति ली है अथवा प्रतिभूति में कोई परिवर्तन किया है या प्रतिभूति वापस कर दी है।

हम इस बात से भी सहमत हैं कि सरकार को इस बात की पूरी-पूरी छूट होगी कि वह, यहां नीचे दी गई हमारी बाध्यता को किसी भी प्रकार प्रभावित किए बिना, उक्त करार की किन्हीं भी शर्तों को परिवर्तित कर शक्ति है अथवा समय-समय पर अदायगी की अवधि को बढ़ा सकती है अथवा अपने द्वारा कम्पनी के विरुद्ध प्रयोक्तव्य शक्तियों को किसी अवधि के लिए या समय-समय पर स्थगित कर सकती है और उक्त करार से सम्बन्धित किसी शर्त को प्रविरत रख सकती है या प्रवर्तित कर सकती है तथा हम इस प्रकार के किसी परिवर्तन या कम्पनी को समय बढ़ाने की अनुमति दिए जाने से या किन्हीं ऐसे मामलों द्वारा अपने दायित्वों से मुक्त नहीं होंगे जो इस उपलब्ध के न होने पर प्रतिभूतियों से सम्बन्धित विधि के अधीन हमको मुक्त करने का प्रभाव रखते हों।

भवदीय,

बैंक के प्राधिकृत अधिकारी के
हस्ताक्षर और बैंक की मुहर

ANNEXURE VI

(See Paragraph 15.5.2 (ii))

Stamp Paper Rs.
Station and Date__________

The President of India,
through Director General,
All India Radio,
Commercial Broadcasting Service,
Backbay Reclamation, Bombay—I.

Sir,

In consideration of the President of India, hereinafter called the Government extending credit to M/s.____________________ Bombay, hereinafter referred to as "the Company" for payments(s) to be made by the said company on account of the charges for the Radio advertisements on the Commercial Broadcasting Service of All India Radio, Bombay, we, the __________

____

(Name and Address of Bank)

hereby unconditionally and irrevocably undertake to pay to the Government on demand and without demar any claim upto a maximum of Rs. __________that may arise on account of non-payment by the said Company of any of the Radio Advertisement charges, within the period allowed to them, under any ageement entered into between he Company and the Government for such payments(s).

Notwithstanding anything to the contrary contained herein — above, our liability under this guarantee is restricted to Rs.__________ (Rupees____________________). This guarantee shall remain in force upto __________unless an action to enforce a claim under the guarantee is filed against us within six months from the said date, all Government's rights under this guarantee shall be forfeited and we shall be relieved and discharged from all liability thereunder.

We further agree that this guarantee shall not be affected by the Government taking from the Company any securities or varying or giving up any securities.

We further agree that the Government shall have the fullest liberty without affecting in any manner our obligations hereunder to vary any of the terms and conditions of the said agreement or to extend time for payment from time to time or to postpone for any time or from time to time any of the powers exercisable by the Government against the Company and to forbear or enforce any of the terms and conditions relating to the said agreement and we shall not be relieved from the liability by reason of any such variation or extension being granted to the Company or by any such matter or thing whatsoever which under the law relating to sureties would but for this provision have effect of so relieving us.

Yours faithfully,

Signature of authorised Officer of the
Bank and Bank's seal.

अनुलग्नक VII

(पैराग्राफ 15.5.2 देखें)

आकाशवाणी

विज्ञापन प्रसारण सेवा

रेडियो और दूरदर्शन पर विज्ञापन प्रसारण के लिए संहिता

परिभाषा

विषय क्षेत्र

I –प्रस्तावना

संहिता

II–विज्ञापन आचरण के सामान्य नियम

III–संहिता प्रवर्तन की कार्यविधि

भारतीय विज्ञापन परिषद् द्वारा जारी की गई भारत में विज्ञापन के लिये नीति संहिता के उद्धरण

औषधियों तथा उपचारों संबंधी विज्ञापनों के लिये मानकों की संहिता

प्रस्तावना

आचरण के मानक

औषधियों तथा उपचारों के विज्ञापन से संबंधित मानकों की संहिता

परिच्छेद-1

सामान्य सिद्धान्त

1. रोग मुक्ति
2. ऐसी व्याधि इत्यादि जिसमें समुचित रूप से डाक्टरी देख-रेख की आवश्यकता हो।
3. भ्रामक और निदान अथवा उपचार
4. भय दिलाना
5. पत्राचार द्वारा निदान अथवा उपचार
6. निन्दक निर्देश
7. महाविद्यालय, निदानशाला, संस्थान, प्रयोगशालायें
8. डाक्टर, अस्पताल इत्यादि
9. महिलाओं के लिये विशिष्ट उत्पाद
10. परिवार नियोजन
11. चित्र
12. अतिरंजित कॉपी
13. प्राकृतिक उपचार
14. विशेष दावे
15. यौन दुर्बलताएं, असमय वयोवृद्धि, पुंसत्व की हानि
16. पतला होना, वजन हटाना अथवा परिसीमिन या गठन नियंत्रण
17. टॉनिक
18. सम्मोहन
19. छात्रों के लिए सामग्री

परिच्छेद-2

औषधियों और उपचारों के विज्ञापनों पर कानूनी प्रतिबन्ध

ANNEXURE VII

(See Paragraph 15.5.2)

All India Radio

Commercial Broadcasting Service

Code for Commercial Advertising over Radio and Television.
Definition
Scope
I—Introduction
The Code
II—General Rules of Conduct in Advertising
III—Procedure for the Enforcement of the Code
Excerpts from the Code of Ethics for Advertising in India issued by the Advertising Council of India.
Introduction
Standards of Conduct
Code of standards in relation to the Advertising of medicines and treatments

Section 1.

General Principles

1. Cure
2. Illness etc., properly requiring medical attention
3. Misleading or Exaggerated claims
4. Appeals to fear
5. Diagnosis or treatment by correspondence
6. Disparaging reference
7. College, Clinic, Institute, Laboratories
8. Doctors, Hospitals, etc.
9. Products offered particularly to women
10. Family Planning
11. Illustrations
12. Exaggerated copy
13. Natural Remedies
14. Special claims
15. Sexual weakness, Premature ageing, Loss of virility
16. Slimming, Weight reduction or limitation or figure control
17. Tonics
18. Hypnosis
19 Materials to student

Section 2.

Restrictions imposed by Statute on advertising of medicines and treatments

परिशिष्ट

रेडियो विज्ञापन के लिए व्यवहार-मानक

विज्ञापन अभिकरणों के लिये व्यवहार-मानक

विज्ञापनदाताओं के प्रति दायित्व

पूर्तिकर्ताओं के प्रति दायित्व

सहकर्मी अभिकरणों के प्रति दायित्व

परिभाषा: जब तक संदर्भ के अनुसार अन्यथा अपेक्षित न हो इस संहिता में:

1. "प्रायोजित कार्यक्रम" शब्द का आशय उस किसी भी कार्यक्रम सामग्री से है, जो भारत में दूरदर्शन पर प्रेषित करने और रेडियो पर प्रसारित करने के उद्देश्य से किसी भी संगठन अथवा व्यक्ति द्वारा जिसे प्रायोजक कहा जाता है, आयोजित और प्रस्तुत की जाती है और/अथवा जिसके सम्बन्ध में प्रायोजक द्वारा अदायगी की जाती है।
2. महानिदेशक से आशय आकाशवाणी के महानिदेशक अथवा उसके द्वारा उसकी ओर से प्राधिकृत किसी भी अधिकारी से है जिसमें दूरदर्शन केन्द्र का निदेशक भी शामिल है।
3. "प्रायोजक" से आशय व्यापारिक प्रतिष्ठान सहित उस व्यक्ति अथवा संगठन से है जिसने रेडियो अथवा दूरदर्शन पर प्रसारण/प्रेषण के लिए कार्यक्रम भेजा हो।
4. "स्पॉट विज्ञापन" से आशय सीधा विज्ञापन है जिसमें उत्पादन, उसके गुण, मूल्य और अन्य संबंधित विवरण हों।
5. "विज्ञापक" से आशय व्यापारिक प्रतिष्ठान सहित कोई व्यक्ति या संगठन है जिसने रेडियो या दूरदर्शन पर प्रसारण के लिए विज्ञापन प्रस्तुत किया है।
6. "विज्ञापन" में प्रचार की वह मद शामिल होती है जिसे आकाशवाणी की भुगतान करके सक्षम प्राधिकारी द्वारा प्रसारित किए जाने वाले कार्यकृमों में सम्मिलित किया जाता है।

विषय क्षेत्र

(क) किसी भी प्रायोजित कार्यक्रम में एक मूल प्रसारण/दूरदर्शन प्रेषण कार्यक्रम होता है जो स्पष्टतः उस सामग्री से भिन्न होता है जो किन्हीं विशिष्ट वस्तुओं, माल और उत्पादों का सीधा विज्ञापन करता है। प्रायोजक का नाम प्रायोजित कार्यक्रम में तत्काल पूर्व और पश्चात प्रसारित किया जायेगा।

(ख) महानिदेशक, आकाशवाणी इस बात का एक मात्र निर्णायक होगा कि कोई प्रायोजित कार्यक्रम प्रसारण के लिए उपयुक्त है अथवा नहीं और इस सम्बन्ध में उसका निर्णय अन्तिम होगा।

(ग) प्रायोजक को प्रसारण समय का विक्रय महानिदेशक, आकाशवाणी के एकमात्र विवेक पर, निर्धारित दरों के अनुसार, किया जायेगा।

(घ) कार्यक्रम की स्वीकार्यता और प्रायोजित कार्यक्रम के तकनीकी गुणों को सुनिश्चित करने के लिए, महानिदेशक, आकाशवाणी प्रायोजक से, आकाशवाणी स्टूडियो में कथित सामग्री के पर्याप्त संख्या में पूर्वाभ्यास कराए जाने के लिए कह सकता है ताकि महानिदेशक या उसका प्रतिनिधि उससे संतुष्ट हो सके। इस प्रकार से इस्तेमाल किए गए समय के लिए प्रायोजक को, इस उद्देश्य के लिए निर्धारित दरों पर अलग से भुगतान करना होगा।

(ङ) समाचार कार्यक्रमों में समाचार के अंश विज्ञापन से स्पष्टतः अलग होने चाहिएं।

(च) किसी भी विज्ञापित माल के बारे में गारंटी शब्द का प्रयोग बहुत सावधानीपूर्वक और कम करना चाहिए और वह भी केवल किसी विशिष्ट विवरण या गुणवत्ता के प्रसंग में ही होना चाहिए तथा ऐसी किसी भी गारंटी की विस्तृत शर्तें आकाशवाणी द्वारा निरीक्षण के लिए उपलब्ध रहनी चाहिए। जहां गारंटी के साथ क्रय मूल्य को लौटाने की बात जुड़ी हुई हो वहां यह स्पष्ट कर देना चाहिए कि यह किस पर लागू होती है और इससे ग्राहक को क्या सुविधा मिल सकती है।

I प्रस्तावना

विज्ञापन किसी भी विक्रेता के लिए एक ऐसा महत्वपूर्ण और वैध साधन है जो ग्राहकों में उसके माल और सेवा के प्रति अभिरुचि जाग्रत करता है। विज्ञापन की सफलता सार्वजनिक विश्वास पर आधारित होती है, अतः ऐसा कोई काम नहीं किया जाना चाहिए जो इस

Appendices

Standards of practice for Radio Advertising
Standards of practice for Advertising agencies
Obligations to clients
Obligations to Suppliers
Obligations to fellow agencies

Definition:—In this Code, unless the context otherwise require:—

i) The term "Sponsored Programme" means any programme material which is planned, produced and/or paid for by an organisation or individual, to be called 'the sponsor' for the purpose of being broadcast/telecast over sound radio or television in India.

ii) 'Director General' means, the Director General, All India Radio, or any officer duly authorised by him on his behalf and includes the Director, Television Centre.

iii) 'Sponsor' means any individual or organisation including a commercial concern who has offered a programme for broadcast/telecast over the radio or television.

iv) 'Spot Advertisement' means any direct advertisement mentioning products, their merits, prices and other related details.

v) 'Advertiser' means any individual or organisation including a commercial concern which has offered an advertisement for broadcast/telecast over the radio or television.

vi) 'Advertisement' includes any item of publicity inserted in the programmes broadcast by the competent authority in consideration of payment of All India Radio.

Scope:— (a) A sponsored programme shall constitute a substantive broadcast/telecast programme, as distinct from material which directly advertises any specific wares or goods or products. The name of the sponsor shall be broadcast immediately before and after the sponsored programme.

(b) The Director General, All India Radio, shall be the sole judge of the suitability or otherwise of a sponsored programme for broadcast and his decision in this regard shall be final.

(c) Broadcast time shall be sold to the sponsor at the sole discretion of the Director General, All India Radio, according to the prescribed rates.

(d) To ensure acceptable programme and technical quality of the sponsored programme, the Director General, All India Radio, may require the sponsor undertake an adequate number of rehearsals of the said material in the studios of All India Radio, to the satisfaction of the Director General or his representative. The time to utilised by the sponsor shall be paid for by him separately, according so rates prescribed for the purpose.

(e) Advertising must be clearly distinguishable from news content in news programmes.

(f) The word 'guarantee' in respect of the advertised goods should be used with caution and sparingly and only in relation to some specific description or quality and the detailed terms of any such guarantee must be available for inspection by All India Radio. Where the guarantee is associated with an offer to return the purchase price, it must be made quite clear to what it applies and in what way it protects the purchaser.

1—INTRODUCTION

Advertising is an important and legitimate means for the seller to awaken interest in his goods and services. The success of advertising depends on public confidence; hence no practice should be permitted

विश्वास को खण्डित करता हो।

नीचे आचरण के ऐसे मानक बताए गए हैं जिनका लक्ष्य विज्ञापन के दुष्प्रयोग को रोकना है और विज्ञापनों में उपभोक्ताओं के प्रति दायित्व की भावना विकसित करना है।

इन नियमों के अनुपालन का दायित्व निम्नलिखित पर होगा:—

(क) वह विज्ञापक जिसकी ओर से विज्ञापन जारी किया जाता है।

(ख) वह विज्ञापक या विज्ञापन अभिकर्ता जिसने विज्ञापन बनाया हो।

विज्ञापन के काम में लगे सभी व्यक्तियों से यह जोरदार सिफारिश की जाती है कि वे इस देश में विज्ञापन को प्रभावित करने वाले कानूनों से विशेषकर उनके अधीन बनाए गए निम्नलिखित अधिनियमों और नियमों से परिचित हों:—

1. औषध और प्रसाधन सामग्री अधिनियम, 1940.
2. औषधि नियंत्रण अधिनियम, 1950.
3. औषधि और चमत्कारिक उपचार (आक्षेपणीय विज्ञापन) अधिनियम, 1954.
4. प्रतिलिप्यधिकार (कॉपी राइट) अधिनियम, 1957.
5. व्यापाार और पण्य वस्तु चिन्ह अधिनियम, 1958.
6. खाद्य अपमिश्रण निवारण अधिनियम, 1954.
7. भेषज अधिनियम, 1948.
8. पुरस्कार प्रतियोगिता अधिनियम, 1955.
9. संप्रतीक और नाम (अनुचित प्रयोग निवारण) अधिनियम, 1950.

संहिता

II विज्ञापन-आचरण के सामान्य नियम

1. विज्ञापन इस प्रकार तैयार किए जाएं कि वे देश के कानूनों से संगत हों और नैतिकता, शिष्टता और जनता की धार्मिक भावनाओं का अतिवर्तन न करते हों।

2. उन विज्ञापनों की अनुमति न दी जाए:—

(i) जो किसी प्रजाति, जाति, वर्ण, पंथ और राष्ट्रिकता का उपहास उड़ाते हों, सिवाय उस स्थिति में जबकि ऐसे प्रयोग प्रभावी नाटकीयता लाने के विशिष्ट उद्देश्य से हों। उदाहरण के लिए पूर्वग्रह से संघर्ष;

(ii) जो भारतीय संविधान के लक्ष्यों, सिद्धांतों अथवा उपबन्धों के प्रतिकूल हो;

(iii) जो लोगों को अपराध करने, अव्यवस्था फैलाने, हिंसा भड़काने या कानून भंग के लिए उत्तेजित करते हों;

(iv) जो अपराधिता को वांछनीय रूप में प्रस्तुत करते हों अथवा अपराध के ब्यौरे या उसकी नकल प्रस्तुत करते हों।

(v) जो विदेशी राज्यों के साथ मैत्रीपूर्ण सम्बन्धों पर प्रतिकूल प्रभाव डालने वाले हों,

(vi) जो राष्ट्रीय प्रतीकों अथवा संविधान के किसी भाग, किसी व्यक्ति या व्यक्तित्व अथवा राष्ट्रीय नेता अथवा राज्य के प्रतिष्ठित व्यक्ति का अनुचित लाभ उठाते हों।

(vii) जो सिगरेट और तम्बाकू के उत्पादों की बिक्री को बढ़ावा देते हों।

3. अन्य सभी मामलों में महानिदेशक, आकाशवाणी पर विज्ञापन प्रसारण/दूरदर्शन प्रेषण के सम्बन्ध में भारतीय विज्ञापन परिषद् द्वारा जारी और समय-समय पर यथा संशोधित भारत के विज्ञापन के लिए नीति संहिता से (जिसके सम्बद्ध उदाहरण नीचे दिए गए हैं) मार्गदर्शन ग्रहण करेगा।

4. यहां इसमें अन्तर्विष्ट किसी भी बात के होते हुए भी यह संहिता भारत सरकार द्वारा समय-समय पर किए गए आशोधनों/जारी निर्देशों के अध्यधीन होगी।

which tends to impair this confidence.

The following standards of conduct are laid down in order to counteract the misuse of advertising and to promote further development of the sense of responsibility on the part of advertisers to the consumer.

Responsibility for the observance of these rules rests with:

a) The advertiser on whose account the advertisement is issued.

b) The advertiser or the advertising agent who has created the advertisement.

All those engaged in advertising are strongly recommended to familiarise themselves with the legislation affecting advertising in this country, particularly the following Acts and the rules framed under them:

1) Drugs and Cosmetics Act; 1940.
2) Drugs Control Act, 1950.
3) Drugs and Magic Remedies (Objectionable Advertisements) Act, 1954.
4) Copyright Act, 1957.
5) Trade and Merchandise Marks Act, 1958.
6) Prevention of Food Adulteration Act, 1954.
7) Pharmacy Act, 1948.
8) Prize Competition Act, 1955.
9) Emblems and Names (Prevention of Improper Use) Act, 1950.

THE CODE

II—GENERAL RULES OF CONDUCT IN ADVERTISING

1. Advertising should be so designed as to conform to the laws of the country and should not offend against morality, decency and religious susceptibilities of the people.
2. No advertisement should be permitted:
   i) which derides any race, caste, colour, creed, nationality except wherein such usage would be for the specific purpose of effective dramatization, such as combating prejudice;
   ii) which is against any of the objectives, principles, or provisions of the Constitution of India;
   iii) which will tend to incite people to crime or to promote disorder, violence or breach of law;
   iv) which presents criminality as desirable or furnish details of crime or imitation thereof;
   v) which would adversely affect friendly relations with foreign States;
   vi) which exploits the national emblems, or any part of the Constitution, or the person or personality or national leader or state dignitary;
   vii) which promotes the Sale of cigarettes and tobacco products.
3. In all other respects, the Director General, All India Radio, will be guided for purposes of commercial broadcasting and telecasting in All India Radio by the Code of Ethics for Advertising in India issued by the Advertising Council of India (relevant excerpts appended), as modified from time to time.
4. Notwithstanding anything contained herein, this Code is subject to such modifications/directions as may be made/issued by the Government of India from time to time.

III संहिता प्रवर्तन की कार्यविधि

(क) इस संहिता के उल्लंघन के सम्बन्ध में आकाशवाणी में प्राप्त सभी रिपोर्टें या शिकायतें पहले तो महानिदेशक, आकाशवाणी द्वारा सम्बन्धित विज्ञापक एसोसिएशन(ों) को भेजी जायेगी और उनसे समुचित कारवाई करने के लिए कहा जायेगा।

(ख) सदस्य एसोसिएशनों के सदस्यों की जिन्हें अन्य सदस्य एसोसिएशनों के सदस्यों के विरुद्ध संहिता के अधीन शिकायतें हों, पहले अपनी शिकायतें सम्बन्धित सदस्य एसोसिएशन को भेजनी चाहिए।

(ग) यदि संहिता के अधीन शिकायतों का सदस्य एसोसिएशनों के स्तर पर कोई संतोषजनक हल नहीं निकल पाता तो उन्हें आकाशवाणी के पास भेज देना चाहिए जो समुचित कार्रवाई पर विचार करेगी।

(घ) आकाशवाणी द्वारा इस संहिता के अधीन प्राप्त ऐसी शिकायतों के सम्बन्ध में जिनमें अपराधी पक्ष विभिन्न सदस्य एसोसिएशनों के क्षेत्र से बाहर हैं, आकाशवाणी द्वारा स्वयं अपराधी पक्ष का ध्यान इस उल्लंघन की ओर दिलाया जायेगा और समुचित कार्रवाई पर विचार किया जायेगा।

(ङ) प्रायोजक को इस बात का वचन देना होगा कि वह किसी प्रायोजित कार्यक्रम अथवा उसके किसी भाव के प्रसारण के परिणामस्वरूप आकाशवाणी के विरुद्ध किए गए वैध दावे की क्षतिपूर्ति करेगा।

भारतीय विज्ञापन परिषद् द्वारा जारी भारत में विज्ञापन के लिए नीति संहिता के उद्हरण

प्रस्तावना

एक अत्यन्त जटिल वितरण प्रणाली के विकास पुंज उत्पादन के नियमित प्रवाह को सुनिश्चित करने की आवश्यकता के फलस्वरूप विपणन अर्थ व्यवस्था की अपेक्षाओं ने, बिक्री बढ़ाने की नई तकनीकों को विकसित किया है।

इसमें से विज्ञापन ने अपने आपको उत्पादकों और वितरकों के साथ-साथ उपभोक्ताओं के लिए भी अमूल्य प्रमाणित किया है। यह उत्पादकों व वितरकों को दूर-दूर तक फैले और प्राय: अपरिचित उपभोक्ताओं के साथ सम्पर्क स्थापित करने का सुअवसर देता है और उपभोक्ताओं को उस माल और सेवाओं को छांटने में सहायता देता है जो उनकी व्यक्तिगत अपेक्षाओं के लिए सर्वोत्तम होती है।

आज की दुनिया में विज्ञापन एक महत्वपूर्ण सामाजिक और आर्थिक शक्ति बन गया है। अत: यह आवश्यक है कि जनता के विश्वास को समाप्त करने वाली किसी भी गलत विज्ञापन पद्धति को हटाया जाना चाहिए। यही कारण है कि आचरण के नियमों के बनाए जाने का उद्देश्य सम्भावित दुरुपयोग की रोकथाम करना और विज्ञापकों, विज्ञापन अधिकरणों, माध्यम स्वामियों और पूर्तिकर्ताओं में उपभोक्ताओं के प्रति दायित्व की बढ़ती हुई भावना को उन्नत करना है।

इस बात को मानते हुए कि विज्ञापन का वैध कार्य किसी विशिष्ट उत्पाद या सेवा के गुणों की वकालत करना है इसलिए यह संहिता भाव में और अक्षरश: दोनों प्रकार से लागू किए जाने के लिए है और सम्बन्धित पक्षों द्वारा पालन किए जाने के लिए इसमें निर्धारित मानकों को न्यूनतम माना जाना चाहिए। यह संहिता अलग-अलग संगठनों द्वारा निर्धारित व्यवहार के उन मानकों का अधिक्रमण नहीं करती है जो उनके अपने सदस्यों पर और अपने विशिष्ट व्यापार और उद्योग में लागू करने के लिए आवश्यक हो।

विज्ञापन आचरण के सामान्य नियम

1. विज्ञापन को इस प्रकार तैयार किया जाना चाहिए कि वह, जिस देश में प्रकाशित हों, उसके कानूनों से ही न केवल संगत हों बल्कि उसके आचार विषयक सौन्दर्य विषयक तथा धार्मिक भावनाओं के भी अनुरूप हो।

2. ऐसे किसी भी विज्ञापन को अनुमति नहीं दी जानी चाहिए जिससे विज्ञापन व्यवसाय की अवमानना या अपकीर्ति होती हो। विज्ञापन को सामान्य लोगों के अंधविश्वास अथवा अज्ञान का लाभ नहीं उठाना चाहिए।

3. तावीजों, जंत्र-मंत्र और फोटो से चरित्र अध्ययन अथवा ऐसी अन्य सामग्री वाले विज्ञापनों को अनुमति नहीं दी जानी चाहिए जो सामान्य जनता के अंध विश्वासों से अनुचित लाभ उठाने वाले हों।

4. विज्ञापनों को सत्य होना चाहिए, उन्हें तथ्यों को विकृत नहीं करना चाहिए और न जनता को निहितार्थी और विलोपनों के माध्यम

III—PROCEDURE FOR THE ENFORCEMENT OF THE CODE

a. All complaints or reports on contraventions of the Code, received by All India Radio shall be in the first instance referred by Director General, All India Radio, to the Advertisers' Association (s) concerned, who should be requested to take suitable action.

b. Members of member associations having complaints under the Code against members of other member association(s) level, they should be reported to All India Radio which will consider suitable action.

c. If complaints under the Code cannot be satisfactorily resolved at member association (s) level, they should be reported to All India Radio which will consider suitable action.

d. For any complaints under the Code received by All India Radio, concerning an offending party outside the purview of the various member association (s), All India Radio itself will draw attention of the offending party to the contravention and consider suitable action.

e. The sponsor shall undertake to indemnify All India Radio against any legal claim that may be brought against it as a result of the broadcast of a sponsored programme or any portion thereof.

EXCERPTS FROM THE CODE OF ETHICS FOR ADVERTISING IN INDIA ISSUED BY THE ADVERTISING COUNCIL OF INDIA

INTRODUCTION

Along with the development of a very complex distribution system, the requirements of a market economy, faced with the need for ensuring a regular flow of mass production, have given rise to the development of new techniques of sales promotion.

Of these, advertising has proved itself to be of inestimable value for producers and distributors as well as for consumers. It enables the former to maintain contact with customers who are widely scattered and often unknown, and it assists the latter in choosing those goods and services that are the best suited to their particular requirements.

Advertising has become an important social and economic force in the world of today. It is therefore essential that any unfair advertising practice likely to alienate public confidence should be eliminated. Hence the need for rules of conduct drawn up for the purpose of preventing possible abuses and of promoting an increasing sense of responsibility towards the consumer on the part of the advertisers, advertising agencies and media owners and suppliers.

Recognising that the legitimate function of advertising is the advocacy to the merits of particular products or services this code is intended to be applied in the spirit as well as in the letter and should be taken to set out the minimum standards to be observed by the parties concerned. This Code does override all ethical standards in advertising laid down by individual organisations, but it does not supersede the standards of practice laid down by individual organisations as incumbent upon their own members and applying to their own particular trade or industry.

GENERAL RULES OF CONDUCT IN ADVERTISING

1. Advertising should be so designed as to conform not only to the laws but also to the moral, aesthetic and religious sentiments of the country in which it is published.
2. No advertisement likely to bring advertising into contempt or disrepute should be permitted. Advertising should not take advantage of the superstition or ignorance of the general public.
3. No advertisements of talismans, charms and character reading from photographs or such other matter as will trade on the superstition of general public shall be permitted.
4. Advertising should be truthful, avoid distorting facts and misleading the public by means of

से भ्रम में डालना चाहिए। उदाहरण के लिए इस झूठे विवरणों से जनता को निम्नलिखित के सम्बन्ध में गुमराह नहीं करना चाहिए यथा :—

(क) माल की विशेषता अर्थात् उसकी उपादेयता, सामग्री, मूल पदार्थ, उद्भव इत्यादि।

(ख) माल की कीमत, उसका मूल्य, उसकी उपयुक्तता अथवा क्रय की शर्तें।

(ग) क्रय से जुड़ी सेवाएं, जिनमें सुपुर्दगी, बदलना-लौटाना, मरम्मत, देखभाल इत्यादि शामिल हैं।

(घ) वस्तु या सेवा के बारे में व्यक्तिगत शंसा/ऐसे शंसापत्र जो झूठे हों और/अथवा जाली हो अथवा जिनकी मूल प्रतियां प्रस्तुत न की जा सकती हों, प्रयोग में न लाए जाएं। विज्ञापनों में इस प्रकार के शंसा-पत्रों का प्रयोग करने वाले, उसमें दिए गए विवरणों के बारे में उतने ही उत्तरदायी होंगे जितना कि वे तब होते जबकि उन्होंने स्वयं ऐसा शंसा-पत्र दिया होता।

(ङ) प्रतियोगी माल की गुणवत्ता या मूल्य अथवा अन्य लोगों द्वारा दिए गए विवरणों की विश्वसनीयता।

5. किसी भी विज्ञापन में बढ़ा-चढ़ा कर बताए गए ऐसे दावों की अनुमति नहीं दी जानी चाहिए जो अन्ततः जनता के मन पर निराशा व्याप्त करे। निम्नलिखित मामलों में विशेष सावधानी बरती जाए :—

(क) वे विज्ञापन जो रोगग्रस्त लोगों को सम्बोधित करते हों (इस प्रसंग में औषधियों से सम्बन्धित विज्ञापनों के मानकों की संहिता का अवश्य अनुपालन किया जाए)।

(ख) वे विज्ञापन जो जनता को धन लगाने के लिए कहते हों। इन विज्ञापनों में ऐसे कोई विवरण न हों जो जनता को दी जाने वाली सुरक्षा, वापसी की दरें अथवा ऋण शोधन की शर्तों के बारे में गुमराह करें।

(ग) वे विज्ञापन जो कानून सम्मत अथवा इनामी लाटरियों अथवा प्रतियोगिताओं में भाग लेने के लिए जनता को आमंत्रित करते हों। ऐसे विज्ञापनों में लाटरी या प्रतियोगिता की सभी शर्तें अथवा इनामों के वितरण की शर्तें स्पष्टतः बताई जानी चाहिएं।

(घ) ऐसी नियोजन-सूचनाओं के प्रकाशन को रोक दिया जाना चाहिए जिनमें आवेदन-पत्र के फार्मों, विवरण-पत्र इत्यादि के लिए शुल्क या जमानत जमा मांगा गया हो तथापि यह बात सरकारी या अर्धसरकारी स्रोतों से जारी की जाने वाली सूचनाओं पर लागू नहीं होगी।

6. विज्ञापन की ऐसी विधियां, जो उपभोक्ता के मन में किसी माल के बारे में इस प्रकार का भ्रम पैदा करने के लिए अपनाई जाती हों कि माल का निर्माता अमुक है या अमुक, अनुचित है और उनका प्रयोग नहीं होना चाहिए। ऐसी विधियां इस रूप में हो सकती हैं :—

(क) प्रतियोगिता के ट्रेड चिन्ह या नाम या माल के पैकिंग या लेबिल की नकल, या

(ख) विज्ञापन युक्तियों, विज्ञापन, विन्यास अथवा नारों की नकल।

7. विज्ञापन का प्रयत्न विज्ञापित माल या सेवा के गुणों के आधार पर जनता का सद्भाव अर्जित करना होना चाहिए। प्रतियोगी माल या फर्मों के साथ सीधी तुलना करना अथवा निन्दक निर्देश किसी भी दशा में अनुमत्य नहीं है।

8. अशिष्ट, अश्लील, उद्दीपक, घृणास्पद अथवा अप्रिय विषयों अथवा प्रतिपादन से सभी विज्ञापनों को मुक्त रखना चाहिए।

यह बात उन विज्ञापनों पर भी लागू होती है जो अपने आप में तो ऊपर बताए गए अनुसार आपत्तिजनक नहीं होते किन्तु जो आपत्तिजनक पुस्तकों, फोटों और अन्य सामग्रियों को विज्ञापित करते हैं और इस प्रकार की उनकी बिक्री और प्रसार को बढ़ाते हैं।

9. किसी विज्ञापन में दी रकम वापस करने के लिए नहीं कहा जाना चाहिए।

10. केवल सरकार या सरकारी अभिकरणों को छोड़कर अन्य विज्ञापनों, में ट्रेड चिन्हों इत्यादि में राष्ट्रीय चिन्हों का प्रयोग कानून द्वारा वर्जित है। साथ ही इस आशय की पूर्व अनुमति लिए बिना ऐसे विज्ञापनों, ट्रेड चिन्हों इत्यादि में महात्मा गांधी, भारत के राष्ट्रपति, उपराष्ट्रपति और प्रधानमंत्री के चित्रों का प्रयोग भी वर्जित है। यह नियम उन पुस्तकों, फिल्मों या अन्य मदों पर लागू नहीं होता जिनको ये व्यक्ति मुख्य वर्ण्य विषय हैं।

यह नियम उन पुस्तकों, फिल्मों या अन्य मदों पर लागू नहीं होता जिनको ये व्यक्ति मुख्य वर्ण्य विषय हैं।

implications and omissions. For instance, it should not mislead the consumer by false statements as to:

a. the character of the merchandise, i.e., its utility,materials, ingredients, origin, etc.
b. the price of the merchandise, its value, its suitability or terms of purchase.
c. the services accompanying purchase, including delivery, exchange, return, repair, upkeep, etc.
d. personal recommendations of the article of service. Testimonials which are fictitious and/or fraudulent or the originals of which can not be produced must not be used. Anyone using testimonials in advertisements is as responsible for the statements made in them as he would be if he had made them himself.
e. the quality of the value of competing goods of the trustworthiness of statements made by others.

5. No advertisement should be permitted to contain any claim so exaggerated as to lead inevitably to disappointment in the mind of the public. Special care is called for the following cases:

   a. Advertisement addressed to those suffering from illness. (In this respect the Code of Standards of Advertising in relation to medicine must be adhered to).
   b. Advertisements inviting the public to invest money. Such advertisements should not contain statements which may mislead the public in respect of the security offered, rates of return, or terms of amortisation.
   c. Advertisements inviting the public to take part in lotteries or competitions such as are permitted by law or which hold out the prospect of gifts. Such advertisements should state clearly all the conditions for the lottery or competition or the conditions for the distribution of the gifts.
   d. The publication of employment notices requiring fees for application forms, prospectus, etc. and security deposits should be forbidden except when such advertisements emanate from Governmental or quasi-Governmental sources.

6. Methods of advertising designed to create confusion in the mind of the consumer as between goods by one maker and another maker are unfair and should not be used. Such methods may consist in:

   a. the imitation of the trademark or name of competitor or the packaging or labelling of goods; or
   b. the imitations of advertising devices, copy, layouts or slogans.

7. Advertising should endeavour to gain the goodwill of the public on the basis of the merits of the goods or services advertised. Direct comparison with competing goods or firms and disparaging references are in no circumstances permitted.
8. Indecent, vulgar, suggestive, repulsive or offensive themes or treatment should be avoided in all advertisements.
   This also applies to such advertisements which in themselves are not objectionable as defined above, but which advertise objectionable books, photographs or other matter and thereby lead to their sale and circulation.
9. No advertisement should offer to refund money paid.
10. The use of National Emblems is prohibited by law in advertisements, trademarks, etc., except by Governments or Governmental agencies. Also the use of the picture of Mahatma Gandhi, the President, the Vice-President and the Prime Minister of India is forbidden in such advertisements, trademarks, etc., except by previous permission.

    This rule does not apply to advertising of books, films or other items in which these personages form the chief subject.

औषधियों और उपचारों के विज्ञापनों के सम्बन्ध में मानकों की संहिता

यह संहिता विज्ञापकों, निर्माताओं, वितरकों, विज्ञापन अभिकर्ताओं, प्रकाशकों और विभिन्न माध्यमों के पूर्तिकर्ताओं के लिए बनाई गई है। किसी अतिरंजित, भ्रामक अथवा अनावश्यक दावों के कारण होने वाली हानि इस बात को न्यायसंगत ठहराती है कि एक अत्यन्त उच्च मानक अपनाया जाए और संहिता में पर्याप्त ब्यौरे दिए जाएं जो उन लोगों का मार्गदर्शन कर सकें जो विज्ञापन के इस रूप में सम्बन्धित हैं।

समाचार पत्रों और अन्य विज्ञापन माध्यमों से आग्रह है कि वे किसी उत्पाद या उपचार के बारे में ऐसे विज्ञापक या विज्ञापन अभिकर्ता से विज्ञापन स्वीकार न करें जो उस उत्पाद या उपचार से सम्बन्धित किसी भी प्रकार के विज्ञापन या प्रचार में इस संहिता के उपबन्धों की अवहेलना करते हैं।

इस संहिता के उपबन्ध उस विज्ञापन पर लागू नहीं होंगे जिसे सरकार, मंत्रालय या विभाग द्वारा या उसके प्राधिकार से प्रकाशित किया गया है। ये उन पत्रिकाओं में प्रकाशित विज्ञापन पर भी लागू नहीं होंगे जिन्हें पंजीकृत चिकित्सकों, पंजीकृत दन्त चिकित्सकों, पंजीकृत औषध निर्माताओं तथा पंजीकृत नर्सों में परिचालित किया जाता है।

अनुभाग I

सामान्य सिद्धान्त

1. रोग मुक्ति: किसी भी विज्ञापन में किसी बीमारी अथवा खराब स्वास्थ्य के लक्षणों से मुक्ति का दावा नहीं होना चाहिए और न ही किसी विज्ञापन में कोई बात इस रूप में या इस संदर्भ में कही जाए जिसका आशय किसी भी बीमारी, व्याधि अथवा रोग के उन्मूलन का निश्चित आभास मिलता हो।

2. ऐसी व्याधि जिसमें समुचित रूप से डाक्टरी देखरेख की आवश्यकता हो: विज्ञापन में ऐसी कोई बात नहीं होनी चाहिए जिसको ऐसे किन्हीं गंभीर रोगों, शिकायतों, अवस्थाओं, संकेतों, लक्षणों के उपचार से सम्बन्धित परामर्श या उसके लिए औषधि या उत्पाद को पेश किया माना जाए, जिन्हें किसी पंजीकृत चिकित्सक की उपचार के लिए दिखाना जरूरी हो। अनुभाग-2 देखें।

3. भ्रामक और अतिरंजित दावे: किसी भी विज्ञापन में ऐसी बात नहीं होनी चाहिए जो प्रत्यक्षतः या निहितार्थ से, विज्ञापित उपचार या औषधि के संघटन गुण या कार्य के बारे में सत्य से पर या भ्रामक हो या जिस उद्देश्य के लिए उसकी शंसा की गई हो उसके उपयुक्त न हो।

4. भय दिलाना: किसी विज्ञापन को ऐसा न बताया जाए जो पाठक के मन में यह भय दिलाए कि वह किसी रोग, व्याधि या बीमारी से पीड़ित है या उपचार किए बिना पीड़ित हो जायेगा।

5. पत्राचार द्वारा निदान अथवा उपचार: किसी भी विज्ञापन में पत्राचार द्वारा बीमारियों का मनुष्यों की अस्वस्थता की अवस्था या लक्षणों का निदान किए जाने की बात नहीं कही जानी चाहिए और न किसी व्यक्ति की ओर से कोई प्रार्थना अथवा उसका या किसी अन्य व्यक्ति की अस्वस्थता के लक्षणों का विवरण इस रूप में दिया जाना चाहिए जिसका उद्देश्य इस प्रकार का विज्ञापन निकालना और ऐसी अस्वस्थता की अवस्थाओं के उपचार की व्यवस्था पत्राचार द्वारा करना हो। कोई विज्ञापन ऐसा भी नहीं होना चाहिए जिसमें किसी रोग, व्याधि, बीमारी या मनुष्यों में उनके लक्षणों का उपचार पत्राचार द्वारा करने का प्रस्ताव हो।

6. निन्दक निर्देश: किसी भी विज्ञापन में प्रत्यक्ष रूप से अथवा निहितार्थ रूप से किसी अन्य विज्ञापक या निर्माता या पंजीकृत चिकित्सक अथवा चिकित्सा व्यवसाय की निन्दा नहीं की जानी चाहिए।

7. महाविद्यालय, निदानशाला, संस्थान, प्रयोगशाला: किसी विज्ञापन में इनका या इससे मिलते-जुलते शब्दों का प्रयोग तब तक नहीं होना चाहिए जब तक कि दिए गए विवरण वाली स्थापना वास्तव में न हो।

8. चिकित्सक, अस्पताल इत्यादि: किसी विज्ञापन में चिकित्सकों या अस्पतालों का चाहे वे भारतीय हों या विदेशी, उल्लेख नहीं होना चाहिए जब तक कि इसको स्वतन्त्र साक्ष्य द्वारा प्रमाणित न किया जा सकता हो और प्रस्तावित ढंग से उनका समुचित प्रयोग न किया जा सकता हो।

CODE OF STANDARDS IN RELATION TO THE ADVERTISING OF MEDICINES AND TREATMENTS.

This Code has been drafted for the guidance of advertisers, manufacturers, distributors, advertising agents, publishers and suppliers of various advertising media. The harm to the individual that may result from exaggerated, misleading or unwarranted claims justifies the adoption of a very high standard and the inclusion of considerable detail in a Code to guide those who are concerned with this form of advertising.

Newspaper and other advertising media are urged not to accept advertisements in respect of any product or treatment from any advertiser or advertising agent who disregards the provisions of this Code in any form of advertising or publicity relating to that product or treatment.

The provisions of this Code do not apply to an advertisement published by or under the authority of a Government, Ministry or Department, nor to an advertisement published only in journals circulated to Registered Medical Practitioners, Registered Dentists, Registered Pharmacists or Registered Nurses.

SECTION I

General Principles

1. *Cure:* No advertisement should contain a claim to cure any ailment or symptoms of ill-health, nor should an advertisement contain a word of expression used in such a form or context as to mean in the positive sense the extirpation of any ailment, illness or desease.
2. *Illness etc., properly requiring medical attention:* No advertisement should contain any matter which can be regarded as an offer of medicine or product for, or advice relating to, the treatment of serious diseases, complaints, conditions, indications or symptoms which should rightly receive the attention of a registered medical practitioner. (See Sec. 2).
3. *Misleading or exaggerated claims:* No advertisement should contain any matter which directly or by implication misleads or departs from the truth as to the composition, character or action of the medicine or treatment advertised or as to its suitability for the purpose for which it is recommended.
4. *Appeal to fear:* No advertisement should be calculated to induce fear on the part of the reader that he is suffering, or may without treatment suffer from an ailment, illness or disease.
5. *Diagnosis or treatment by correspondence:* No advertisement should offer to diagnose by correspondence diseases, conditions or any symptoms of ill-health in a human being or request from any person or a statement of his or any other person's symptoms of ill-health with a view to advertising as to or providing for treatment of such conditions of ill-health by correspondence. Nor should any advertisement offer to treat by correspondence any ailment, illness, disease, or symptoms thereof in a human being.
6. *Disparaging references:* No advertisement should directly or by implication disparage the products, medicines or treatments of another advertiser or manufacturer or registered medical practitioner or the medical profession.
7. *College, clinic, institute, laboratory:* No advertisement should contain these or similar terms unless an establishment corresponding with the description used does in fact exist.
8. *Doctors, hospitals, etc:* No advertisement should contain any reference to doctors or hospitals, whether Indian or foreign, unless such reference can be substantiated by independent evidence and can properly be used in the manner proposed.

9. महिलाओं के लिए विशिष्ट उत्पाद: किसी विज्ञापन में, महिलाओं से सम्बन्ध रखने वाली अनियमितताओं या बीमारियों के उपचार अथवा औषधियों, उत्पादों के वर्णन में ऐसी कोई बात नहीं होनी चाहिए जिसका यह अर्थ निकलता हो कि विज्ञापित उत्पाद, औषधि या उपचार गर्भपात कराने में प्रभावी हो सकती है।

10. परिवार नियोजन: परिवार नियोजन के उपायों और साधनों के बारे में दिए जाने वाले विज्ञापन वहां तक अनुमत्य होंगे जहां तक वे इस बारे में सामान्यतः स्वीकृत राष्ट्रीय नीति के अनुरूप हों।

11. चित्र: किसी विज्ञापन में ऐसा कोई चित्र नहीं होना चाहिए जो अपने आप में अथवा उसके सम्बन्ध में प्रयुक्त किसी शब्द के साथ मिलकर कोई भ्रमकारी धारणा बनाने की संभावना रखता हो अथवा यदि इससे समुचित आशय निकाला जाए तो इस प्रकार का विज्ञापन इस संहिता के किन्हीं उपबन्धों का उल्लंघन करते हों।

12. अतिरंजित कॉपी: किसी विज्ञापन में ऐसी कोई प्रति नहीं होनी चाहिए जो शब्दों, वाक्यों या प्रस्तुतीकरण की विधि के अनुचित प्रयोग द्वारा अतिरंजित हो यथा "जादू, जादुई, चमत्कार, चमत्कारी" शब्द का प्रयोग।

13. प्राकृतिक उपचार: किसी भी विज्ञापन में तथ्य के विपरीत इस प्रकार का कोई दावा या सुझाव नहीं होना चाहिए कि विज्ञापित वस्तु उसी रूप में जिस रूप में वह प्रकृति में उपलब्ध है अथवा "प्राकृतिक" उत्पाद होने के कारण ही मूल्यवान है।

14. विशेष दावे: किसी भी विज्ञापन में ऐसा कोई निर्देश नहीं होना चाहिए जिसका उद्देश्य जनता के मन में यह बात बैठना हो कि विज्ञापित वस्तु, उत्पाद औषधि अथवा उपचार में कोई विशेष गुण अथवा विशेषतः है जो वस्तुतः अज्ञात अथवा मान्यता रहित हो।

15. यौन दुर्बलताएं, असमय वयोवृद्धि पुंसत्व की हानि: किसी विज्ञापन में यह दावा नहीं किया जाना चाहिए कि विज्ञापित उत्पाद, औषधि अथवा उपचार यौन पुंसत्व को बढ़ाते हैं अथवा यौन दुर्बलताओं अथवा यौन असंयम, अतिभोग से सम्बद्ध आदतों अथवा इन आदतों के कारण लगे रोगों, व्याधियों या बीमारियों के उपचार में प्रभावी हो सकते हैं।

विशेष रूप से "असमय वयोवृद्धि" "पुंसत्व की हानि" आदि शब्द ऐसी दशाएं माने जायेंगे जिनके लिए औषधियों, उत्पादों, साधित्रों अथवा उपचार को विज्ञापित नहीं किया जायेगा।

16. पतला होना, वजन घटना अथवा परिसीमन या गठन नियंत्रण: किसी विज्ञापन में पतला होने, वजन घटाने, परिसीमन या गठन नियंत्रण के लिए किसी चिकित्सा उत्पाद का उल्लेख नहीं होनी चाहिए। भूख घटाने के लिए बने चिकित्सा उत्पादों को सामान्यतः पतला होने के लिए बना माना जायेगा।

17. टॉनिक: विज्ञापनों में प्रयुक्त इस शब्द से यह आशय नहीं निकालना चाहिए कि इस उत्पाद या औषधि का सेवन यौन दुर्बलताओं के उपचार के लिए किया जा सकता है।

18. सम्मोहन: किसी विज्ञापन में सम्मोहन के माध्यम से शिकायतों अथवा या उपचार करने की बात नहीं होनी चाहिए।

19. छात्रोपयोगी सामग्री: शिक्षण संस्थाओं में वितरित की जाने वाली वस्तुओं पर दिए जाने वाले विज्ञापनों में छात्रोपयोगी सामगी के अलावा और कुछ नहीं होना चाहिए।

अनुभाग–II

औषधियों और उपचारों के विज्ञापनों पर कानूनी प्रतिबंध

औषधि नियम, 1945 का नियम 106 में यह उपबंध है कि:–

1. किसी औषध के बारे में इस तात्पर्य का अथवा यह दावा नहीं किया जायेगा या उसके सम्भावी प्रयोगकर्त्ताओं को उसके बारे में ऐसा कोई संकत नहीं दिया जायेगा कि वह अनुसूची "जे" में निर्दिष्ट किसी एक या अधिक बीमारियों, रोगों की रोकथाम कर सकती है या उन्हें ठीक कर सकती है।

9. *Products offered particularly to women:* No advertisement of products, medicines or treatments of disorders or irregularities peculiar to women should contain expressions which may imply that the product, medicine or treatment advertised can be effective in inducing miscarriage.

10. *Family Planning:* Advertisements for measures or apparatus concerning family planning would be permissible in so far as they conform to the generally accepted national policy in this behalf.

11. *Illustrations:* No advertisement should contain any illustration which by itself or in combination with words used in connection therewith is likely to convey a misleading impression, or if the reasonable inference to be drawn from such advertisement infringes any of the provisions of this Code.

12. *Exaggerated copy:* No advertisement should contain copy which is exaggerated by reason of improper use of words, phrases or methods of presentation, e.g., the use of the word "magic, magical, miracle, miraculous".

13. *Natural remedies:* No advertisement should claim or suggest contrary to the fact, that the article advertised is in the form in which it occurs in nature or that its value lies in its being a "natural" product.

14. *Special claims:* No advertisement should contain any reference which is calculated to lead the public to assume that the article, product, medicine or treatment advertised has some special property or quality which is in fact unknown or unrecognised.

15. *Sexual weakness, premature ageing, loss of virility:* No advertisement should claim that the product, medicine, or treatment advertised will promote sexual virility or be effective in treating sexual weakness or habits associated with sexual excess or indulgence or any ailment, illness or disease associated with those habits.

16. *Slimming, weight reduction or limitation or figure control:* No advertisement should offer any medical product for the purpose of slimming, weight reduction or limitation or figure control. Medical products intended to reduce appetite will usually be regarded as being for slimming purposes.

17. *Tonics:* The use of this expression in advertisements should not imply that the product or medicine can be used in the treatment of sexual weakness.

18. *Hypnosis:* No advertisement should contain any offer to diagnose or treat complaints or conditions by hypnosis.

19. *Materials to students:* Materials meant for distribution in educational institutions must not carry advertisements of things other than those of value of students.

SECTION 2

Restrictions imposed by Statute on Advertising of Medicines and Treatments :

Rule 106 of the Drug Rules, 1945, provides that:

1. No drug may purport or claim to prevent or cure or may convey to the intending user thereof any idea that it may prevent or cure, one or more of the diseases or ailments specified in Schedule "J".

अनुसूची "जे"

अंधापन
मोतिया बिंद
मधुमेह
शिशु अंगधात (पोलियो)
हनु स्तम्भ
यक्ष्मा
स्त्री रोग (सामान्य रूप में)
ग्लोकोमा
हृदय रोग
स्थूलता
विदार
उज्ज्वलन की बीमारी
बधिरता
मिरगी
कुष्ठ
प्रेरणज गतिविभ्रम
अर्बुद
ज्वर (सामान्य रूप में)
गल मंड
कोमल कैंसर
उच्च रक्त दाब
लकवा
यौन षण्ढता
कैंसर
विलम्बित रजोधर्मा
जलवृषण
श्विल
मानसरोग
रति रोग (सामान्य रूप में)
दौरे
सुजाक
सिफिलिस
ल्यूपस
प्लेग
चेचक

2. किसी भी औषध के बारे में इस तात्पर्य का या यह दावा नहीं किया जायेगा अथवा उसके सम्भावी प्रयोगकर्ताओं को उसके बारे में ऐसा कोई संकेत नहीं दिया जायेगा कि यह स्त्रियों का गर्भपात करा सकती है या कराने में सहायता कर सकती है।

परिभाषा

''औषध'' में मनुष्यों अथवा प्राणियों के लिए आन्तरिक और बाह्‌य प्रयोग के लिए तथा मनुष्य और प्राणियों में बीमारियों की रोकथाम के लिए अथवा उपचार और न्यूनीकरण के लिए प्रयोग में लाये जाने वाले सभी पदार्थ शामिल हैं लेकिन चिकित्सा की आयुर्वेदिक और यूनानी प्रणाली के अनुसार प्रयोग के लिए विशुद्धता प्रयुक्त या तैयार पदार्थ और औषधियां इनमें शामिल नहीं है।

रेडियो विज्ञापन के व्यवहार मानक

1. चूंकि प्रसारण केन्द्रों का भी अपने श्रोताओं के प्रति कुछ दायित्व है अतः यह आवश्यक है कि सभी कार्यक्रमों और सत्रों का सतर्क पर्यवेक्षण किया जाए।

निम्नलिखित बातें सभी प्रसारणों पर, किन्तु विशेषकर बच्चों के लिए किए जाने वाले प्रसारणों पर लागू होंगी:–

(क) सभी स्क्रिप्ट सावधानीपूर्वक लिखी जाएं और ऐसा करते समय उन श्रोताओं का अवश्य ध्यान रहे जिनके लिए उन्हें तैयार किया जा रहा हो।

(ख) लोगों को सही भाषा बोलने और शुद्ध उच्चारण करने की प्रेरणा दी जाए। गंवारू और गलत भाषा के प्रयोग को हतोत्साहित किया जाये।

(ग) सभी कथाओं में कानून और व्यवस्था, बड़े बूढ़ों की हैसियत, अच्छे नैतिक आचार और सद्‌जीवन के प्रति आस्था और सम्मान की झलक दिखाई पड़नी चाहिए।

(घ) साहसिक कथाएं स्वीकृत हो सकती हैं किन्तु इन निषेधों के साथ-साथ यातना न हो अथवा न ही यातना का सुझाव दिया गया हो।

आतंक न हो – वर्तमान या आसन्न।

भय दिलाने वाले अलौकिक अथवा अंधविश्वासी प्रयोग न हो।

कोई गाली-गलौज या अश्लीलता न हो।

लोग भावनात्मक रूप से घबराहट का अनुभव न करें इस दृष्टि से कोई भी कार्यक्रम वृतान्त किसी ऐसी घटना से समाप्त नहीं होगा जो उनके मन पर वीभत्स दुविधा या सम्मोहन का प्रभाव डाले।

(ङ) सभी सत्रों में प्रसारित कहानियों के कथानक में अपने सहयोगियों के प्रति अच्छा आचरण और सौजन्यपूर्ण व्यवहार प्रदर्शित किया जाना चाहिए। विशेष रूप से उन्हें माता-पिता अथवा गुरूओं के प्रति अनादर के भाव वाला नहीं होना चाहिए।

(च) चूंकि बच्चों के कार्यक्रम में सामूहिक पहलू स्पष्ट हैं अतः यह सुझाव दिया जाता है कि बच्चों की व्यक्तिगत रुचियों को विकसित करने वाले सत्रों की व्यवस्था करनी चाहिए यथा अलग-अलग रुचियों वाले प्रसारण।

Schedule "J"

Blindness	Bright's disease	Cancer
Cataract	Deafness	Delayed Menstruation
Diabetes	Epilepsy	Hydrocele
Infantile Paralysis	Leprosy	Leucoderma
Lockjaw	Locomotor Ataxia	Insanity
Tuberculosis	Tumours	Venereal diseases (in general)
Female Diseases (in general)	Fevers (in general)	Fits
Glaucoma	Goitre	Gonorrhoea
	Soft Cancer	Syphillis
Heart Disease	High Blood Pressure	Lupus
Obesity	Paralysis	Plague
Rupture	Sexual Impotence	Small pox

2. No drug may purport or claim to procure or assist to procure, or may convey to the intending user thereof any idea that it may procure or assist to procure miscarriage in women.

Definition :

"Drug" includes for internal or external use for human beings or animals and all substances intended to be used for or in the treatment, mitigation or prevention of disease in human beings or animals, other than medicines and substances exclusively used or prepared for use in accordance with the Ayurvedic or Unani systems of medicines.

Standards of Practice for Radio Advertising

1. Because of the obligation of the broadcasting stations to their audience, it is necessary that meticulous supervision should be exercised over all programmes or sessions.

   The following rules should apply to all broadcasts, but particularly to broadcasts addressed to children :

   a. All scripts must be carefully written having in mind the particular audience for which they are intended.
   b. People should be encouraged in the art of correct speech and pronunciation. The use of slang and incorrect language should be discouraged.
   c. All stories must reflect respect for law and order, adult authority, good morals and clean living.
   d. Adventure stories may be accepted subject ot the following prohibitions:
      No torture or suggestion of torture.
      No horror—present or impending.
      No use of supernatural or of superstition likely to arouse fear.
      No profanity or vulgarity.

      In order that people will not be emotionally upset, no programme or episode shall end with an incident which will create in their minds morbid suspense or hysteria.
   e. The themes of stories broadcast in all sessions should reflect fair play and considerate behaviour for one's fellow being. In particular, they should not undermine parental authority or the authority of teachers.
   f. As distinct from the collective aspects of children's programmes, it is suggested that sessions calculated to develop the tastes of individual children be arranged e.g. broadcast devoted to particular hobbies.

(छ) न तो श्रोताओं से कथा के किसी पात्र की सहायता के लिए बक्सों के एक्कन अथवा लपेटने वाले कागज भेजने की अपील की जानी चाहिए और न किसी अभिनेता को पात्र या व्यापारिक प्रसारण में बने रहने के लिए व्यक्तियों से यह आग्रह या किसी प्रकार की कोई अपील नहीं करना चाहिए कि वे उत्पाद को क्रय करें ताकि कार्यक्रम प्रसारित होता रहे।

2. विज्ञापन केन्द्र इस बात के बाध्य हैं कि वे किसी कोई स्क्रिप्ट (धारावाही) अथवा कार्यक्रम सामग्री प्रसारण के लिए चाहे रिकार्ड की हुई हो या न की हुई हो, स्वीकार न करें जिसमें निम्नलिखित का प्रस्ताव हो या सम्मिलित किया गया हो :–

(क) अश्लील और भद्दे मजाकया गीत, शपथ धर्म विरोधी बातें और कोई बात जिसका औचित्य संदिग्ध हो।

(ख) ऐसे कथन और सुझाव जिन्हें घृणास्पद अथवा मजहबी जातीय विशेषताएं और इसी प्रकार का समझा जा सकता हो।

(ग) ऐसे कथन जो किसी की आलोचना करते हों, उपहास उड़ाते हों अथवा किसी व्यक्ति का नाम अपमानजनक रूप से अथवा विज्ञापन के प्रसंग में शामिल करते हों।

(घ) ऐसी सामग्री जो जनता का विश्वास भंग करती हो या विश्वास भंग करने का साधन बन सकती हो अथवा समाज में असुरक्षा की भावना को जन्म देती हो।

3. ऐसे कोई भी प्रभाव जो सुनने वाले को चौंकाने वाले हों अथवा किसी भी प्रकार से आपत्तिजनक हों, विज्ञापन प्रसारण में शामिल नहीं किए जाने चाहिए। उदाहरण के लिए और कार्य क्षेत्र पर अंकुश लगाए बिना, विज्ञापन प्रसारणों में निम्नलिखित ध्वनि प्रभावों के प्रयोग को अनुमति नहीं दी जायेगी:–

तोप या राइफल	चीख
चलाने की तेज आवाज	कर्णकटु और इसी प्रकार हंसी,
सायरन	फायर इंजन एम्बुलैंस
बम वर्षा	और विस्फोट

4. विज्ञापन कॉपी में किसी भी प्रकार के मिथ्याडम्बर का वर्णन नहीं होना चाहिए और ऐसी कॉपी विज्ञापन केन्द्रों द्वारा स्वीकार नहीं की जायेगी।

''नाटकीय शंसाओं'' को विज्ञापन घोषणाओं में शामिल नहीं किया जाना चाहिए।

व्यापारिक उत्पादों के लिए किये जाने वाले विज्ञापनों में किसी खास व्यक्ति की आवाज की नकल भी वर्जित है बशर्ते कि इस बात के सद्भावनापूर्ण साक्ष्य उपलब्ध हो कि उस खास व्यक्ति ने अपनी आवाज की नकल उतारे जाने की अनुमति दे दी है और यह बात स्पष्टतः समझ ली जाए कि ऐसी घोषणाओं को प्रसारित करने वाले केन्द्र की किसी भी सम्भावित कानूनी कार्रवाई के सम्बन्ध में विज्ञापकों अथवा विज्ञापन अभिकरणों द्वारा क्षतिपूर्ति की जायेगी।

5. किसी विज्ञापन में ऐसी कोई बात नहीं होगी जिसको किसी गम्भीर बीमारी की रोकथाम, रोग मुक्ति अथवा राहत देने की आशा बांधने वाली माना जा सकता हो, जबकि उसे तत्काल किसी चिकित्सक को दिखाना आवश्यक हो।

6. किसी ऐसे उत्पाद के विज्ञापन के प्रसारण की अनुमति नहीं दी जायेगी जो शरीर के आन्तरिक कार्यों या विषयों का चित्रमय या घृणास्पद रूप बताते हों जिन्हें सामान्यतः किसी सभ्य समाज में आपसी बातचीत का विषय नहीं समझा जाता हो।

7. विरेचक और अन्य औषधियों से सम्बन्धित विज्ञापनों पर इस दृष्टि से विशेष ध्यान दिया जायेगा कि उनमें कोई अरुचिकर कथन न हों। शरीर के विशिष्ट अंगों पर औषधि या डाक्टरी चिकित्सा के प्रभावों अथवा किसी रोग या बीमारी के बारे में टीका-टिप्पणी करने की भी अनुमति नहीं है।

विज्ञापन अभिकरणों के लिए व्यवहार-मानक

(एडवरटाइजिंग एजेंसीज एसोसिएशन ऑफ इण्डिया, बम्बई द्वारा यथानुमोदित)

1. एसोसियेशन का हर सदस्य अपना व्यवसाय और कारोबार इस ढंग से चलाएगा जिससे एसोसिएशन का गौरव और हित बना रहे।

g. No appeal should be made to the audience to help characters in the story by sending in box-tops or wrappers, nor may any actor remain in character and, in the commercial copy, address the individual urging him to purchase the product in order to keep the programme on the air, or make similar, appeals.

2. Commercial stations are bound not to accept any script continuity or programme matter for broadcasting, recorded or otherwise, which introduces or incorporates:

   a. Obscene and off-colour jokes or songs, oaths, sacrilegious expressions, anything of doubtful propriety.
   b. Statements or suggestions that may be considered offensive or religious views, racial traits and the like.
   c. Any statement that comments upon, ridicules or incorporates the name of any person in a derogatory manner or in relation to advertising.
   d. Matter of such nature as would destroy or tend to destroy public confidence or create any feeling of insecurity in the community.

3. Any such effects which might startle the listening public or in any manner is objectionable must not be incorporated in commercial announcements.

   For example, and with limiting the scope, the use of the following sound effects will not be permitted in commercial announcements.

   Rapid gunfire or rifle shots
   Sirens
   Bombardments
   Screams
   Raucous laughter and the like;
   Fire engines;
   Ambulance Explosives.

4. Any pretence in advertising copy must be avoided and such copy shall not be accepted by commercial stations.
   "Dramatized testimonials" should not be incorporated in commercial announcements.
   "The simulation" of voices of a personality in connection with advertisements for commercial products is also prohibited unless *bonafide* evidence is available that such personality has given permission for the simulation of his or her voice and it is clearly understood that stations broadcasting such announcements are indemnified by the advertiser or advertising agency against any possible legal action.

5. No advertisement shall contain any matter which could be regarded as holding out for the prevention, cure or relief of serious diseases which should rightly be under the care of a medical practitioner.

6. No broadcasting for any product will be permitted which describes graphically or repellently any internal bodily functions or matters which are generally not considered acceptable topics of conversaion in social groups.

7. Special attention shall be paid to advertisements, relating to laxatives and other medicines with a view to exclusion of any distasteful statements. Comments as to the effects of medicine or medical treatment on specific organs of the body or in relation to any ailment or disease are also forbidden.

Standards of Practice for Advertising Agencies:

(As approved by the Advertising Agencies, Association of India, Bombay).

1. Every member of the Association shall carry on his profession and business in such a manner as to uphold the dignity and interests of the Association.

2. हर सदस्य विज्ञापकों अथवा भावी विज्ञापकों के पास इस रूप में पक्ष-प्रचार करने से बचेगा कि जिससे सम्पूर्ण विज्ञापन अभिकर्ताओं अथवा इस एसोसियेशन अथवा विशेष रूप से किसी विज्ञापन अभिकर्ता का अहित भी होता हो।

3. पक्ष-प्रचार इस शर्त पर अनुमत्य है कि कोई सदस्य किसी अन्य सदस्य के ग्राहक को विज्ञापन अभिकरण के रूप में अपनी क्षमताओं के बारे में बता सकता है किन्तु वह ग्राहक के विज्ञापन कार्य से सम्बन्धित कोई विशिष्ट रिपोर्ट अथवा विस्तृत ब्यौरे तब तक नहीं देगा जब तक उससे इस सम्बन्ध में लिखित अनुरोध न किया जाए।

4. कोई भी सदस्य किसी विज्ञापन माध्यम से उसको प्राप्त होने वाले कमीशन की मानक दर का कुछ अंश या सम्पूर्ण भाग किसी विज्ञापक अथवा उसके अभिकर्ता अथवा प्रतिनिधि को नहीं देगा, न देने का वचन देगा और न किसी विज्ञापक को निशुल्क अथवा घटी दर पर विज्ञापन स्थान या सुविधा दिलायेगा या दिलाने का आश्वासन या वचन देगा और न किसी विज्ञापक को निशुल्क या अंशत: निशुल्क विज्ञापन सामग्री देगा जिसमें तैयार आरेख अथवा अन्य कला कार्य फोटो, ब्लाक स्टीरियो, सांचे अथवा ऐसी ही चीजें, टाईप सेट अथवा मुद्रण शामिल है। वह विज्ञापक के किसी कर्मचारी को उसका वेतन या उसका कुछ अंश अदा नहीं करेगा, न कोई भत्ता बट्टा या ऐसी ही कोई चीज देगा और कि उसे ऐसी कोई सेवा मुहैया करेगा जो किसी विज्ञापन माध्यम द्वारा दिए गए कमीशन में छूट के रूप में दी गई मानी जाए। तथापि, किसी अन्य सदस्य, समुद्रपार अभिकरण अथवा इस एसोसियेशन द्वारा विज्ञापन अभिकर्ता के रूप में मान्यता प्राप्त किसी विज्ञापन अभिकर्ता के साथ कमीशन बांटना अनुमत्य होगा।

5. परिकल्पित विशेष-प्रचार कार्यक्रम प्रस्तुत करने का कार्य विज्ञापन सेवाओं के विकास के लिए हानिप्रद है अत: एडवरटाइजिंग एजेंसीज एसोसिएशन ऑफ इण्डिया के किसी सदस्य द्वारा कोई परिकल्पित विशेष-प्रचार कार्यक्रम प्रस्तुत नहीं किया जायेगा। परिकल्पित विशेष प्रचार कार्यक्रम का आशय है कि किसी विज्ञापक से मांग प्राप्त किए बिना एक कार्यक्रम तैयार करना और ठीक इसी तरह से उस स्थिति में एक कार्यक्रम तैयार करना जहां किसी विज्ञापक ने एक या अधिक विज्ञापन अभिकरणों से इसकी मांग की हो पर उसे साथ कारोबार का कोई निश्चित प्रस्ताव न दिया हो। यदि किसी भावी विज्ञापक द्वारा इस प्रकार की पूछताछ की जाती है तो सदस्यों एसोसिएशन के सचिव को इस बात की सूचना देंगे। और सचिव इस सूचना को सभी सदस्यों को भेजेगा।

6. धीमी अदायगी, सन्देहास्पद साख अथवा रकम डूब जाने के कारण यदि कोई सदस्य किसी विज्ञापक का विज्ञापन कार्य छोड़ रहा हो तो वह इसकी सूचना एसोसिएशन के सचिव को तत्काल देगा और यह सूचना अत्यन्त गोपनीय रूप से सूचना व बचाव के लिए अन्य सदस्यों को दी जायेगी।

7. ऐसा कोई कारोबार स्वीकार्य नहीं होगा जिसमें किसी ऐसे तीसरे व्यक्ति को, जो किसी सदस्य का पूर्णकालिक कर्मचारी न हो, कारोबार लाने अथवा तत्पश्चात् उस विज्ञापन कार्य के सम्बन्ध में सेवाओं के लिए कमीशन, शुल्क या इनाम देने की शर्त लगी हो। तथापि यह नियम किसी सदस्य द्वारा वृत लेखकों अथवा प्रस्तुतीकरण व्यक्तियों को उनके काम की महत्ता के अनुसार दिए जाने वाले शुल्क पर नियोजित करने से नहीं रोकेगा।

ग्राहकों के प्रति दायित्व

1. सदस्य अभिकरणों को समुचित रूप से एसोसिऐशन के अभिकरण सेवा मानकों के अनुरूप पूरी अभिकरण सेवाएं देते रहना चाहिए।

2. सदस्य या तो माध्यमों के मालिकों द्वारा प्रदत्त कमीशन लेंगे अथवा अपने ग्राहकों से सेवा शुल्क वसूल करेंगे जो किसी भी दशा में ग्राहक के सकल व्यय के 15% से कम नहीं होगा। वे किसी भी आधार पर विज्ञापन की किसी सामग्री की पूर्ति इस प्रकार से नहीं करेंगे जिसे प्रत्यक्ष, अप्रत्यक्ष अथवा गुप्त छूट देना समझा जा सके। जहां माध्यमों के मालिकों द्वारा कोई कमीशन नहीं दिया जाता हो वहां सदस्य अपने ग्राहकों से सकल लागत पर न्यूनतम 15% लेंगे।

3. सदस्य, अपने ग्राहक की जानकारी के बिना प्रकाशकों द्वारा अनुमत्य नियमित अभिकरण कमीशन के अलावा बट्टा या कमीशन स्वीकार नहीं करेंगे।

4. सदस्य हर वक्त इस बात का पूरा प्रयत्न करेंगे कि वे अपने ग्राहकों के लिए ऐसी निम्नतम दरें प्राप्त करें जिनके वे हकदार हैं।

पूर्तिकर्ताओं के प्रति दायित्व

सदस्यों द्वारा इस बात के पूरे प्रयत्न किए जाएंगे कि वे अपने आपको अपने ग्राहकों की अच्छी वित्तीय स्थिति के बारे में निश्चित कर लें।

2. Every member shall refrain from canvassing Advertisers or prospective Advertises in such a way as to reflect deterimentally upon Advertising Agents as a whole or this Association or any Advertising Agent in particular.
3. Canvassing is permitted subject to the condition that a member may make known to the client of another member its own capabilities as an Advertising Agency but may not submit a specific report or detailed recommendations concerning the client's advertising unless so requested by him in writing.
4. No member shall pay or undertake to pay or allow to an advertiser or his agent or representative, the whole or any portion of the standard rate of commission resulting or to result to such member from any advertising medium nor promise or procure or undertake to procure advertising space or facilities free of charge, to any advertiser, or at a reduced rate, nor supply free or partly free to any advertiser, any advertising material, including finished drawings, or other art work, photography, blocks, stereos, matrices or the like, type-setting or printing nor defray in whole or in part the salary of an employee of an advertiser, nor grant any allowance, discount or the like nor render any service having the effect of rebating the commission allowed by an advertising medium. The sharing of commission with a member or overseas agency, or with another advertising agent recognised as an advertising agent to this Association shall, however, be permitted.
5. The practice of submitting speculative campaigns is unhealthy to the growth of the advertising services and that no speculative campaign shall be submitted by any member of the Advertising Agencies Association of India.

By speculative campaign, it is meant, producing a campaign unsolicited by an advertiser and equally producing a campaign where the advertiser had requested one or more advertising agencies to do so, unaccompanied by a firm offer of business. That members shall notify the Secretary of the Association if any such queries were made by prospective advertiser, and that such information shall be circulated by the Secretary to all members.

6. Any member relinquishing an Account on the ground of slow payment, doubtful credit or incurring a bad debt, shall immediately notify the Secretary of the Association and such information shall be circulated in strictest confidence for information and protection of other members.
7. No business shall be accepted which is conditional upon the payment of commission or fee or reward to a third party not a full-time employee of the member either for introducing the business or for services in connection with the account thereafter. This rule, however, shall not preclude a member from employing copy-writers or production men at fees commensurate with the values of their work.

Obligations to Clients:

1. Member Agency must continue to render full agency service in reasonable conformity to the Association's Agency Service Standards.
2. Members shall retain either commission granted by Media owners or charge the clients a service fee which shall never be less than 15% of the client's gross expenditure. Nor shall they supply material for advertising on any basis that can be considered as direct or indirect or secret rebating. Where no commission is allowed by the Media owner, the member will charge his clients a minimum of 15% on the gross cost.
3. Members will not accept discounts or commissions, other than the regular agency commission allowed by publishers without the client's knowledge and consent.
4. Members shall at all times use their best efforts to obtain for their clients the lowest rates to which such clients are entitled.

Obligations to Suppliers:

Members shall take all steps to assure themselves as to the financial soundness of their clients.

सहकर्मी अभिकरणों के प्रति दायित्व

1. सदस्यों को प्रतियोगिता की उचित विधियों को काम में लेना होगा: वे पर्याप्त पारिश्रमिक अथवा उधार सुविधाओं या बैंक सेवाओं के विस्तार के बिना ऊपर गिनाई गई सेवाओं अथवा उनके अतिरिक्त अन्य सेवाओं का प्रस्ताव नहीं देंगे।

2. सदस्य किसी भी माध्यम को ऐसा कोई विज्ञापन नहीं देंगे अथवा तैयार नहीं करेंगे जो:

(क) किसी भी रूप से किसी अन्य विज्ञापन की जानबूझकर बनाई गई नकल या साहित्यिक चोरी हो।

(ख) किसी व्यक्ति के चरित्र पर आरोप हो अथवा प्रतियोगियों अथवा प्रतियोगी माल के बारे में अनावश्यक आलोचना हो।

(ग) विषय या प्रतिपादन में अशिष्ट हो, अश्लील हो, भावोतेजक हो अथवा घृणाजनक या अरुचिकर हो।

(घ) आक्षेपणीय चिकित्सा विज्ञापन हो और मुफ्त डाक्टरी चिकित्सा का प्रस्ताव हो, ऐसे विज्ञापन जिनमें इलाज से आराम या रोग से मुक्ति का दावा प्रत्यक्ष रूप से या अनुमान के आधार पर किया गया हो पर जो सामान्य अनुभव के तथ्यों से न्यायोचित न ठहरता हो।

(ङ) ऐसे उत्पाद के बारे में हों जिसके बारे में सदस्य यह जानते हों कि इसमें आदत डालने वाली अथवा खतरनाक औषधियां हैं।

अथवा ऐसे विज्ञापन जिनसे पाठक को आर्थिक हानि होती हो स्वास्थ्य या आचार की हानि होती हो अथवा जिसके कारण विज्ञापन कार्य की प्रतिष्ठा अथवा व्यापार के साथ साख में विश्वास डिगता हो या जिसको एडवरटाइजिंग एजेंसीज एसोसिएशन ऑफ इण्डिया की कार्यकारिणी द्वारा ठीक न माना गया हो।

यदि कोई सदस्य, कार्यकारिणी को निश्चित रूप से यह बता सके कि उसके किसी ग्राहक ने, उसके अनैतिक विज्ञापन कार्य (जैसा ऊपर बताया गया है) कार्य लेने से मना करने के कारण अपना विज्ञापन कार्य वापस ले लिया है तो कोई भी अन्य सदस्य उक्त ग्राहक से किसी भी प्रकार का कोई कारोबार स्वीकार नहीं करेगा।

Obligations to Fellow Agencies:

1. Members are required to use fair methods of competition; not to offer the services enumerated above or services in addition to them without adequate remuneration or extensions of credit facilities or banking services.
2. Members shall neither prepare nor place any advertisement in any medium, which
   a. is knowingly a copy or a plagiarism of any other advertisement of any kind whatsoever;
   b. makes attacks of a personal character, or makes uncalled for reflections on competitors or competative goods;
   c. is indecent, vulgar, suggestive, repulsive or offensive either in theme or treatment;
   d. is objectionable medical advertising and an offer of free medical treatment; advertising that makes remedial relief or curative claims, either directly or by inference, not justified by the facts of common experience;
   e. concerns a product, known to the member to contain habitforming or dangerous drugs.

Or any advertisement which may cause money loss to the reader, or injury in health or morals or loss confidence in reputable advertising and honourable business or which is regarded by the Executive Committee of the Advertising Agencies Association of India, as unworthy.

In the event of a member proving to the satisfaction of the Executive Committee that a client has withdrawn his Account on the grounds of the Member's refusal to undertake unethical advertising (as described above) no other Member shall accept any business whatever from the said client.

अनुलग्नक VIII

(पैराग्राफ 15.5.4 देखें)

समय के आबंटन के लिए अनुरोध रजिस्टर

अनुरोध प्राप्ति की तारीख	ग्राहक	उत्पाद	अभिकरण	मास अप्रैल से मार्च
1	2	3	4	5

ANNEXURE VIII

(See Paragraph 15.5.4)

REGISTER OF REQUESTS FOR ALLOTMENT OF TIME

Date of receipt of the request	Client	Product	Agency	Month April to March
1	2	3	4	5

अनुलग्नक IX

(पैराग्राफ 15.5.6 देखें)

सेवा में,

भारत के राष्ट्रपति द्वारा विक्रय निदेशक, केन्द्रीय विक्रय एकांश, आकाशवाणी, बम्बई-400020	**भारत के राष्ट्रपति द्वारा केन्द्र निदेशक (विज्ञापन) विज्ञापन प्रसारण सेवा, आकाशवाणी, ————————**	**स्पाट**

महोदय,

अधोहस्ताक्षी इसके बाद "विज्ञापक" अनुरोध करते हैं कि नीचे अनुसूची "ए" में दिए गए विज्ञापनों को अनुसूची "ए" पर दी गई भुगतान की शर्तों तथा पीछे अनुसूची "बी" में दी गई शर्तों के अनुसार नीचे दिए गए केन्द्रों से प्रसारित करें:-

केन्द्र ____________________

करार प्रारम्भ होने की तारीख ______________

करार समापन की तारीख ____________________

अनुसूची "ए"

करार का विवरण

प्रसारण की संख्या और प्रकार

समय वर्ग	स्पाट की अवधि (7,10,15, 20 या 30) सेकंड	स्पाटों की संख्या	दर प्रति स्पाट रुपये	निर्धारित विशेष स्थिति समय चेक के लिए अतिरिक्त प्रभार	कुल प्रभार रु.	पैसे	निर्धारित/विशेष स्थिति के स्पाटों के मामले में समय तथा समय चेक	टिप्पणियां
सुपर ए स्पेशल								
सुपर ए								
ए								
बी								
				सकल राशि			एजेन्सी के कमीशन की दर	
				एजेन्सी का कमीशन घटाकर कुटीर उद्योग रियायत-%			प्रत्यायित एजेंसी 15% मान्यता प्राप्त एजेंसी 15% पंजीकृत एजेंसी 10% कुटीर उद्योग रियायत 15%	
				कुल देय राशि				

अधोहस्ताक्षरी भुगतान की निम्नलिखित शर्तों पर उपर्युक्त कीमतों का भुगतान करने पर सहमत है।

भुगतान की शर्तें ____________________

विज्ञापित किए जाने वाले उत्पाद/सेवाएं ____________________

प्रायोजक का नाम ____________________

ANNEXURE IX

(See Paragraph 15.5.6)

To

The President of India
Through The Director of Sales
All India Radio
Central Sales Unit
Commercial Broadcasting Service
Bombay 400 020.

The President of India
Through the Station Director (C)
Commercial Broadcasting Service
All India Radio

SPOTS

Sir,

The undersigned hereinafter referred as "Advertiser" hereby requests that Advertisement be broadcast as set out in Schedule "A" hereunder on the Stations as listed below as per terms of payment in Schedule "A" and on the terms and conditions mentioned in Schedule "B" overleaf.

Stations : ....

Contract Commences from : ....

Contract Concludes on : ....

SCHEDULE "A"
DETAILS OF CONTRACT

No. and Type of Broadcast :-

Time Category	Duration of spot in seconds (7, 10, 16 20 or 30)	Number of Spots	Rate per Spots Rs.	Extra charges forfixedspecial precition/ Time Check	Total charges Rs.	P.	Timming in case of fixed/social position spots and Time Checks	Remarks
Super a Special								
Super A								
A								
B								
				Gross amount			Rate of Agency Commission	
				Less: Agency Commission .... S.S.I. concession			Accredited Agency @ 15% Recognised Agency @ 15% Registered Agency : @ 10% SSI Concession : @ 15%	
				Net Amount payable				

The undersigned agrees to pay the above prices in accordance with the following terms of payment

Terms of payment ....

Products/Services to be advertised ....

Sponsor's Name ....

प्रसारण की उपर्युक्त लागत आकाशवाणी की विज्ञापन प्रसारण सेवा के लिए वर्तमान दरों पर आधारित है। आपको अधिकार होगा कि आप उक्त दरों तथा इस करार में दी गई शर्तों में, हमें साठ दिन का नोटिस देकर, संशोधन कर सकते हैं तथा हमें संशोधित दरें और तदनुसार संशोधित की गई प्रसारण की कुल लागत मान्य होगी। अन्यथा हम आपको तीस दिन के अन्दर लिखित में सूचित कर देंगे कि हमें संशोधित दरें तथा शर्तें मान्य नहीं हैं और इस तरह तीस दिन की उक्त अवधि के समापन पर करार समाप्त माना जायेगा।

इस प्रस्ताव की स्वीकृति पर इसमें तथा अनुसूची "बी" में दी गई शर्तों के अनुसार अधोहस्ताक्षरकर्ता तथा भारत के राष्ट्रपति के बीच एक करार होगा। उक्त शर्तें करार का एक हिस्सा होंगी। आपके द्वारा यह प्रस्ताव स्वीकार किए जाने पर उक्त उत्पादों/सेवाओं के प्रसारण के सम्बन्ध में चले आ रहे पिछले या वर्तमान करारों की विद्यमान शर्तें निरस्त समझी जायेंगी।

माह ______________ के ______________ दिन 19__________

| विज्ञापक की मुहर |

1. हस्ताक्षरकर्ता ______________
(विज्ञापक)
पता ______________

| एजेंसी की मुहर
*(यदि उनके द्वारा बुक किया गया) |

2. हस्ताक्षरकर्ता ______________
(एजेन्सी)
स्तर–प्रत्याशित/मान्यता प्राप्त/रजिस्टर्ड/सीधे +
पता ______________

भारत के राष्ट्रपति के लिए और उनकी ओर से

श्री ______________________ द्वारा माह ______________ के ______________ दिन 19 __________ को स्वीकार किया गया।

हस्ताक्षर ______________
पदनाम ______________

---

* जब करार पर एजेंसी विज्ञापक की ओर से हस्ताक्षर करती है तो उसे विधि सम्मत एक प्राधिकार या कोई करार या किसी ऐसे दस्तावेज का उदधरण प्रस्तुत करना चाहिए जिससे पता चले कि उन्हें करार पर हस्ताक्षर करने सहित व्यावसायिक विज्ञापनों से संबंधित मामले तय करने के लिए शक्तियां प्रदान की गई हैं।
+ जो लागू न हो उसे काट दें

The total cost of broadcasting shown above is based on the present broadcasting rates for Vividh Bharati Commercials. You shall be at liberty to revise the said rates on giving sixty day's notice to us and we shall be deemed to have agreed to such revised rates and the total cost of broadcasting shall be revised accordingly, unless we intimate to you in writing within thirty days that we are not agreeable to the revised rates in which event the contract would stand terminated as from the date of the expiry of the said period of thirty days.

The acceptance of his offer shall constitute a contract between the undermentioned and the President of India on the terms and conditions mentioned herein and in the Schedule "B" hereto. The said terms and conditions shall form part of the existing contracts and negotiations in respect of broadcasts for the aforesaid products/services shall stand cancelled on your acceptance of his offer.

Dated this ________________ day of ________________ 19

Seal of the Advertiser.

(1) [Signed] ________________
Advertiser

Address : ________________

Seal of the Agency. [If booked through them] *

(2) [Signed] ________________
[Agency]

Status: Accredited/Recognition/Registered/Direct +

Address : ________________

ACCEPTED for and on behalf of the President of India

by Shri .... Signature ....

Dated this .... day of .... 19 Designation ....

* When the contract is executed by the Agency on behalf of the Advertiser, they should furnish a legally valid authority or any agreement or the relevant extract from any document showing that they are empowered fully to handle all matters relating to commercial advertisements, including the signing of the contract.

+ Strike out the irrelevant.

अनुलग्नक X

(पैरा 15.5.7 देखिए)

विज्ञापन टेपों की छानबीन – छानबीन समिति

क्रम सं०	टेप सं०	एजेंसी	विज्ञापन-दाता	उत्पाद	प्राप्त होने की तारीख	श्रवण रिपोर्ट			प्रस्तुतीकरण	तकनीकी कोटि	अनुमोदित या अस्वीकृत	अभ्युक्ति यदि कोई है	कार्यक्रम निष्पादक के आद्याक्षर	कार्यक्रम अध्यक्ष के आद्याक्षर
						भाषा	अवधि	पाठ						
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15

ANNEXURE X

(See Paragraph 15.5.7)

Screening of advertisement tapes — Screening Committee

Sl. No.	Tape No.	Agency	Advertiser	Product	Date of Receipt	Report on Listening			Presentation
						Language	Duration	Text	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Technical Quality	Approved or Unaccepted	Remarks if any	Intials of PEX	Initials of Programme Head
11	12	13	14	15

अनुलग्नक XI

(पैरा 15.5.8 देखिए)

______________ महीने की अनुसूची

उत्पाद	विज्ञापनदाता	एजेंट	प्रसारण समाप्ति की अन्तिम तिथि	विज्ञापन घोषणा (स्पाट) की समयावधि	सोमवार से शनिवार	अवधि	रविवार को
1	2	3	4	5	6	7	8

ANNEXURE XI

(See Paragraph 15.5.8)

Schedule for the Month of ....

Product	Advertiser	Agent	Last Date of Expiry of Broadcast	Time Duration of Spot	Monday to Saturday	Duration	Sundays
1	2	3	4	5	6	7	8

अनुलग्नक XII

(पैराग्राफ 15.5.9. देखिए)

(स्पॉट)

भारत सरकार **केन्द्र :**

विज्ञापन प्रसारण सेवा, आकाशवाणी **माह :**

समय के विक्रय से सम्बन्धित राजस्व के समायोजन के उद्देश्य के लिये दैनिक प्रस्तुतीकरण पत्र (प्रस्तुतिवार) का सारांश

बिल संख्या	प्रस्तुति/विज्ञापक/ **एजेंसी का नाम**	अवधि **से**	**तक**	समय/समय **का वर्गीकरण**	अवधि	स्पाटों की **कुल संख्या**	बिल की **कुल राशि**

स्पाटों का दैनिक विवरण

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31

स्पाटों की कुल संख्या	निर्धारित/सामान्य समय जांच	स्थानीय बुकिंग	टिप्पणियां

ANNEXURE XII

(See Paragraph 15.5.9)

(Spots)

Government of India

Commercial Broadcasting Service, All India Radio

STATION:

MONTH :

SUMMARY OF DAILY PRODUCTION SHEET (PRODUCTWISE) FOR THE PURPOSE OF RECONCILIATION OF REVENUE WITH SALE OF TIME

Bill No.	Name of Product/ Advertiser/ Agency	Period From	To	Time Block/ Time category	Duration	Total No. of Spots	Gross Amount of Bill

Datewise Breakup of Spots

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31

Total No. of spots	Fixed/ Ordinary Time Check	Local Books	Remarks

अनुलग्नक XIII

(पैराग्राफ 15.5.10 देखिए)

भारत सरकार

केन्द्रीय विक्रय एकांश

विज्ञापन प्रसारण सेवा

आकाशवाणी केन्द्र ____________

पृष्ठ 1 (स्पाट)

एजेंसी/विज्ञापक/प्रस्तुति

बिल संख्या

माह	वर्ष	केन्द्र	कार्यक्रम	विज्ञापक	एजेंसी	समय

अवधि		कार्यक्रम	अवधि	कार्यक्रम	दर सामान्य		दर विशेष		कुल		कमीशन		वास्तविक	समूह	समय	टिप्पणियां
से	तक	का प्रकार		की सं०	रु०	पैसे	रु०	पैसे	रु०	पैसे	रु०	पैसे	रु० पैसे	संख्या	घण्टे	

बम्बई दिनांक   कुल योग

प्रमाणित किया जाता है कि इसमें दी गई तारीखों तथा समय पर विज्ञापन प्रसारित किए गए।

1. यदि भुगतान नहीं किया गया है तो इस बिल का भुगतान __________ तक या उससे पहले कर दें।
2. भुगतान आकाशवाणी के खाते में भारतीय स्टेट बैंक की बम्बई शाखा के पक्ष में देय डिमांड ड्राफ्ट से किया जाए।

उपनिदेशक (लेखा)
कृते विक्रय निदेशक
भूल चूक लेनी-देनी।

ABBREVIATIONS USED IN THE BILL

S1—Super A time category spot (ordinary)
S2—Super A time category spot (Fixed)
S3—Sp. Super A time category (ordinary)
S4—Sp. Super A time category (Fixed)
A1—A time category spot (ordinary)
A2—A time category spot (Fixed)
B1—B time category spot (Ordinary)
B2—B time category spot (Ordinary)

T—Time Check/Time Signal
O—Ordinary spot
F—Fixed spot
PR—Product Code
AD—Advertiser Code
AG—Agency Code
S—Agency Status
ST—Station's Code

SUN—Booking on Sundays only
MON—Booking on Mondays only
TUE—Booking on Tuesdays only
WED—Booking on Wednesdays only
THU—Booking on Thursdays only
FRI—Booking on Fridays only
SAT—Booking on Saturdays only
M/F—Booking on Monday to Friday only
WKD—Booking on Monday to Saturday only
(Weekdays only)

Z—Tie up spot

STATUS OF AGENCIES

1. Accredited Agencies
2. Recognised Agencies
3. Registered Agencies
4. Direct Advertiser
5. S.S.I. Advertiser
(Small Scale Ind.)

STATION CODE

Group I
01—BOMBAY
02—CALCUTTA
03—DELHI

Group II
04—Ahmedabad
05—Bangalore
06—Hyderabad
07—Kanpur
08—Madras
09—Pune

Group III
10—Allahabad
11—Dharwar
12—Indore
13—Jaipur
14—Jullunder
15—Lucknow
16—Nagpur
17—Trivandrum
18—Vijayawada
19—Baroda

Group IV
19—Bhopal
20—Chandigarh
21—Patna
22—Rajkot
23—Tiruchirappalli

Group V

24—Calicut
25—Cuttack
26—Jodhpur
27—Ranchi
28—Srinagar

INSTRUCTIONS

1. Interest at 18 per cent per annum will be charged on all amounts due to AIR which are not paid within the specified period in terms of contract/agreement.
2. For further instructions please refer to the terms and conditions laid down in the contract/agreement executed by the Advertiser/Agency with All India Radio.

अनुलग्नक XIV

(पैराग्राफ 15.5.14 देखिए)

माह ________ 19 __________

____________ एकक का बिल रजिस्टर

बिल सं०	जारी होने की तारीख	एजेंसी	विज्ञापक/ प्रायोजक	प्रस्तुति सेवा	कुल रु० पैसे	कमीशन रु० पैसे	वास्तविक रु० पैसे	देय तिथि	आद्यक्षर लेखाकार	वरिष्ठ लेखाकार	भुगतान की तिथि	टिप्पणियां
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13

ANNEXURE XIV

(See paragraph 15.5.14)

BILL REGISTER FOR _______________ UNIT Month ____________ 19 _____

Bill No.	Date of Issue	Agency	Advertiser/ Sponsor	Product Service	Gross Rs. P.	Commission Rs. P	Net Rs. P	Due Date	Initials Acctt.	of Sr.Acct	Date of payment	Remarks
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13

अनुलग्नक XV

(पैराग्राफ 15.5.19 देखिए)

दैनिक प्रस्तुतीकरण पत्र से तैयार सार के संदर्भ में राजस्व की गणना दर्शाने वाला विवरण

(स्पाटों से राजस्व)

केन्द्र :

माह :

समय	स्पाटों	सामान्य स्पॉट			निर्धारित स्पॉट			स्पाटों की कुल		टिप्पणियां
वर्ग	की अवधि	स्पाटों की संख्या	हर स्पॉट की तारीख	कुल राशि रु० पैसे	स्पाटों की संख्या	हर स्पाट की तारीख	कुल राशि रु० पैसे	की कुल (3 + 6)	राजस्व रु० पैसे	टिप्पणियां
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11

ANNEXURE XV

(See Paragraph 15.5.19)

STATEMENT SHOWING THE CALCULATION OF REVENUE WITH REFERENCE TO THE SUMMARY PREPARED FROM THE DAILY PRODUCTION SHEET

(Revenue from Spots)

STATION:

MONTH:

Time Category	Duration of Spots	Ordinary Spots			Fixed Spots			Total No. of Spots (3+6)	Total Gross Revenue Rs. P	Remarks
		No. of Spots	Date per Spot	Gross Amount Rs. P.	No. of Spots	Date per Spot	Gross Amount Rs. P			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11

अनुलग्नक XVI

(पैराग्राफ 15.5.16 देखिए)

पूरक रोकड़ बही

चेक/ड्राफ्ट के प्राप्त होने की तारीख	रसीद संख्या तथा तारीख	एजेंसी/ विज्ञापक का नाम	रोकड़ की राशि	चेक/डिमांड ड्राफ्ट संख्या और तारीख	चेक/डिमांड ड्राफ्ट राशि	चेक/ड्राफ्ट की उगाही की तारीख	चालान संख्या	माह के लिए क्रमिक योग
1	2	3	4	5	6	7	8	9
			रुपए पैसे		रुपये पैसे			

ANNEXURE XVI

(See Paragraph 15.5.16)

SUBSIDIARY CASH BOOK

Date of Receipt of Cheque/ Draft	Receipt No. and Date	Name of Agency/ Advertiser	Cash Amount	Cheque/Demand Draft No. & Date	Cheque/Demand Draft Amount	Date of Realisation of DD/ Cheque	Challan No.	Progressive Total for the Month
1	2	3	4	5	6	7	8	9
			Rs. P.		Rs. P.			

अनुलग्नक XVII

(पैराग्राफ 15.5.17 देखिए)

विज्ञापक का खाता

विज्ञापक का नाम :
प्रस्तुति/उत्पाद :
एजेंसी/एजेंसियां :

माह	बिल संख्या	कुल व्यवसाय		टिप्पणियां
		रुपये	पैसे	
1	2	3		4

ANNEXURE XVII

(See Paragraph 15.5.17)

ADVERTISER'S LEDGER

Name of the Advertiser :
Product :
Agency/Agencies :

Month	Bill No.	Gross Business Rs. p.	Remarks
1	2	3	4

अनुलग्नक XVIII

(पैराग्राफ 15.5.17 देखिए)

विज्ञापक का नाम

प्रस्तुत किया गया कुल व्यवसाय

केन्द्र	फोलियो संख्या	अप्रैल	मई	मई के अंत तक	जून	जून के अन्त तक	इसी तरह---
1	2	3	4	5	6	7	8
बम्बई							
कलकत्ता							
दिल्ली							
मद्रास							

ANNEXURE XVIII

(See Paragraph 15.5.17)

NAME OF THE ADVERTISER

Gross Business Placed

Station	Folio No.	April	May	To End of May	June	To End of June	and so on
1	2	3	4	5	6	7	8
Bombay							
Calcutta							
Delhi							
Madras							

अनुलग्नक XIX

(पैराग्राफ 15.5.18 देखिए)

एजेंट का खाता

माह	केन्द्र	बिल संख्या	कुल राशि	कमीशन	बट्टा	कुल देय राशि	देय तिथि	भुगतान की वास्तविक तारीख	राशि	सी.बी. फोलियो नम्बर	टिप्पणियां
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12

ANNEXURE XIX

(See Paragraph 15.5.18)

AGENT'S LEDGER

Month	Station	Bill No.	Gross Amount	Commission	Discount	Net Amount Payable	Due Date	Actual Date of Payable	Amount	C.B. Folio Number	Remarks
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12

अनुलग्नक XX

(पैराग्राफ 15.5.20 देखिए)

विज्ञापन प्रसारण सेवा का विज्ञापन जर्नल

संख्या	अवधि		प्रसारण का विवरण	एजेंट	समय	आकार	उत्पाद	दर	माह की संख्या	विशेष दर	आकस्मिक
	शुरू	समापन									

सो. मं. बु. वृ. शु. श. रवि	सप्ताह का योग	सो. म. बु. वृ. शु. श. रवि	सप्ताह का योग	सो. मं. बु. वृ. शु. श. रवि	सप्ताह का योग

सो. मं. बु. वृ. शु. श. रवि	सप्ताह का योग	सो. मं. बु. वृ. शु. श. रवि	सप्ताह का योग

ANNEXURE XX

(See Paragraph 15.5.20)

CBS ADVERTISING JOURNAL

No.	Duration Start Expiry	Details of Broadcast	Agent	Time	Size	Product	Rate	No. for Month	Special Rate	Casual

M	Tu	W	Th	F	Sat	Sun	Week's Total	M	Tu	W	Th	F	Sat	Sun	Week's Total	M	Tu	W	Th	F	Sat	Sun	Week's Total

M	Tu	W	Th	F	Sat	Sun	Week's Total	M	Tu	W	Th	F	Sat	Sun	Week's Total

अनुलग्नक XXI

(पैराग्राफ 15.5.23 देखिए)

भारत सरकार

केन्द्रीय विक्रय एकांश

विज्ञापन प्रसारण सेवा, आकाशवाणी, बम्बई 20, बम्बई 20, बी.आर.

सं० क ________________

मूल प्रति/दूसरी प्रति

तारीख ____________________

विज्ञापन लेखे के नाम __________________ रुपये (केवल ____________________ रुपये) की राशि विज्ञापन एजेंट/विज्ञापनदाता मैसर्स ______________________________ से नकद/चेक/मांग ड्राफ्ट सं० __________________ तारीख __________________________ द्वारा प्राप्त की।

__________________________ रुपये

हस्ताक्षर __________________________

पदनाम __________________________

ANNEXURE XXI

(See Paragraph 15.5.23)

GOVERNMENT OF INDIA
CENTRAL SALES UNIT

COMMERCIAL BROADCASTING SERVICE, ALL INDIA RADIO
BOMBAY — 20BR

No. A ____________

ORIGINAL/DUPLICATE
Dated the ____________

Received by Cheque/Demand Draft No. ____________ dated ____________
from M/s ____________ Advertising Agent/Advertiser the sum of Rs. ____________
(Rupees ____________ only) towards advertisement account.

Signature ____________
Designation ____________

Rs. ____________

अनुलग्नक XXII

(पैराग्राफ 15.6.28 देखिए)

विज्ञापन प्रसारण सेवा केन्द्र का नाम ______________________

प्राइमरी चैनल केन्द्रों से अर्जित मासिक राजस्व (सकल तथा कुल राशि) दर्शाने वाला विवरण।

माह ____________19____________

प्राइमरी चैनल केन्द्र का नाम	अर्जित राजस्व सकल रुपये	कमीशन रुपये	कुल रुपये
1			
2			
3			
रिपोर्ट के अधीन माह ____________ के लिए			
योग			
पिछले माह ____________ तक			
क्रमिक योग			

दिनांक:

हस्ताक्षर
(सहायक केन्द्र निदेशक (विज्ञापन)/
केन्द्र निदेशक (विज्ञापन)

ANNEXURE XXII

(See Paragraph 15.6.28)

NAME OF CBS STATIONS : ____________

Statement Showing Monthly Revenue (Gross and Net Amount) Earned from Primary Channel Stations

Month ____________ 19

Name of Primary Channel Station	Revenue Earned Gross Rs.	Commission Rs.	Net Rs.
1.			
2.			
3.			
4.			
Total for the month ____________ under report			
Total upto previous Month ____________			
Progressive Total			

Date : ________

Signature ____________
(ASD (C)/SD(C)

अध्याय XVI

विदेश सेवा प्रभाग

अध्याय	विषय	पैरा
1.	प्रस्तावना	16.1.1-2
2.	संगठन	16.1.3
3.	कार्य और जिम्मेदारियां	16.1.4
4.	विदेशों में तैनात कर्मचारियों को भुगतान	16.1.5
5.	यात्रा भत्ता	16.1.6
6.	विभागीय कलाकार/कलाकार	16.1.7
7.	विदेशी नागरिकों की नियुक्ति	16.1.8
8.	नैमित्तिक कलाकार	16.1.9-13
9.	आकस्मिक प्रभार	16.1.14
10.	कार्यक्रम पत्रिकाओं का प्रकाशन	16.1.15
11.	कार्यक्रम विनिमय (विदेशी)	16.1.16-20
12.	भारतीय मिशनों के माध्यम से विदेशों में अदायगी	16.1.21-24
13.	आकाशवाणी होस्टल	16.1.25-28
14.	किराए की वसूली	16.1.29-31
15.	सामान्य	16.1.32
16.	शक्तियों का प्रत्यायोजन	16.1.33

CHAPTER XVI

EXTERNAL SERVICES DIVISION

Sl.No.	Subject	Paras
1.	Introductory	16.1.1-2
2.	Organisation	16.1.3
3.	Duties & Responsibilities	16.1.4
4.	Payment to Staff posted Abroad.	16.1.5
5.	Travelling Allowance	16.1.6
6.	Staf Artists/Artists	16.1.7
7.	Recruitment of Foreign Nationals	16.1.8
8.	Casual Artists	16.1.9-13
9.	Contingent charges	16.1.14
10.	Publication of Programme Journals	16.1.15
11.	Programme Exchange (External)	16.1.16-20
12.	Payment in Foreign Countries through Indian Mission.	16.1.21-24
13.	All India Radio Hostel	16.1.25-28
14.	Recovery of Rent	16.1.29-31
15.	General	16.1.32
16.	Delegation of Powers	16.1.33