കേരള സർക്കാർ

ഇൻഫർമേഷൻ ആന്റ് പബ്ലിക് റിലേഷൻസ് വകുപ്പ്

ശ്രീ. എം. വെങ്കിട്ടരാമൻ അധ്യക്ഷനായ സമിതി

ഓൺലൈൻ ന്യൂസ്പോർട്ടലുകൾ, ഇതര ഓൺലൈൻ വെബ് പോർട്ടലുകൾ/സോഷ്യൽ മീഡിയ പ്ലാറ്റ്ഫോമുകൾ എന്നിവയ്ക്കുള്ള മീഡിയ അഡ്വർടൈസ്മെന്റ് നിരക്കുകൾ നിശ്ചയിക്കുന്നതു സംബന്ധിച്ച റിപ്പോർട്ട്

©
കേരള സർക്കാർ
2023

സർക്കാർ പ്രസ്സുകളുടെ സൂപ്രണ്ടിനാൽ തിരുവനന്തപുരം
ഗവൺമെന്റ് സെൻട്രൽ പ്രസ്സിൽ അച്ചടിച്ചത്-2023.

B

കേരള സർക്കാർ

സംഗ്രഹം

ഇൻഫർമേഷൻ ആന്റ് പബ്ലിക് റിലേഷൻസ് വകുപ്പ്—ഓൺലൈൻ മാധ്യമങ്ങളുടെ എംപാനൽമെന്റ്, പരസ്യനിരക്കുകൾ എന്നിവ ശാസ്ത്രീയമായി പരിശോധിച്ച് പഠനം നടത്തിയ സമിതിയുടെ ശുപാർശകൾ ഉൾപ്പെടുന്ന പുതുക്കിയ റിപ്പോർട്ട് അംഗീകരിച്ചു കൊണ്ട്—ഉത്തരവ് പുറപ്പെടുവിക്കുന്നു

ഇൻഫർമേഷൻ ആന്റ് പബ്ലിക് റിലേഷൻസ് (ഡി) വകുപ്പ്

സ. ഉ. (അച്ചടി) നമ്പർ 1/2021/ഐ.&പി.ആർ.ഡി.

തിരുവനന്തപുരം, 2021 ജനുവരി 18.

പരാമർശം:— (1) 23-9-2017-ലെ സ.ഉ. (സാധാ.) നമ്പർ 287/2017/ഐ.&പിആർ.ഡി.

(2) 7-1-2019-ലെ സ.ഉ. (അച്ചടിച്ചത്) നമ്പർ 1/2019/ഐ.&പി.ആർ.ഡി.

ഉത്തരവ്

പത്ര-ദൃശ്യ-ഓൺലൈൻ മാധ്യമങ്ങൾക്ക് സർക്കാർ നിശ്ചയിച്ചിട്ടുള്ള പരസ്യ നിരക്കുകൾ ശാസ്ത്രീയമായി പരിശോധിച്ച് പഠനം നടത്തുവാൻ ഒരു സമിതിയെ നിയോഗിച്ച് പരാമർശം (1) പ്രകാരം ഉത്തരവ് പുറപ്പെടുവിച്ചിരുന്നു. പ്രസ്തുത സമിതി 14-5-2018-ൽ സമർപ്പിച്ച സമഗ്രമായ റിപ്പോർട്ട് സർക്കാർ വിശദമായി പരിശോധിക്കുകയും പരാമർശം (2) പ്രകാരം പത്ര-ദൃശ്യ മാധ്യമങ്ങളുടെ പരസ്യനിരക്കുമായി ബന്ധപ്പെട്ട സമിതിയുടെ റിപ്പോർട്ടിലെ ശുപാർശകൾ അംഗീകരിച്ച് ഉത്തരവ് പുറപ്പെടുവിക്കുകയും ചെയ്തു.

ഓൺലൈൻ മാധ്യമങ്ങളുടെ പരസ്യനിരക്കുകൾ പരിഷ്കരിക്കുന്നത് സംബന്ധിച്ച റിപ്പോർട്ട് തൃപ്തികരമല്ലാത്തതിനാൽ പ്രസ്തുത റിപ്പോർട്ട് പുനഃപരിശോധിക്കുന്നതിന് സർക്കാർ നിർദ്ദേശിക്കുകയും അതിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ മേൽപ്പറഞ്ഞ കമ്മിറ്റി 2018-ൽ സമിതി സമർപ്പിച്ച റിപ്പോർട്ടിൽ വിശദമായ പഠനം നടത്തുകയും ആവശ്യമായ ഭേദഗതികൾ വരുത്തി പുതുക്കിയ റിപ്പോർട്ട് സമർപ്പിക്കുകയും ചെയ്തു.

GCPT. 3/2063/2023/S-10.

C

സർക്കാർ പ്രസ്തുത റിപ്പോർട്ട് വിശദമായി പരിശോധിക്കുകയും ഓൺലൈൻ മാധ്യമങ്ങളുടെ എംപാനൽമെന്റ്, പരസ്യനിരക്കുകൾ എന്നിവ ശാസ്ത്രീയമായി പരിശോധിച്ച് പഠനം നടത്തിയ സമിതിയുടെ ശുപാർശകൾ ഉൾപ്പെടുന്ന ഇതോടൊപ്പമുള്ള പുതുക്കിയ റിപ്പോർട്ട് അംഗീകരിച്ച് ഇതിനാൽ ഉത്തരവാകുന്നു.

കമ്മിറ്റിയുടെ ശുപാർശ പ്രകാരം ഓൺലൈൻ മാധ്യമങ്ങളുടെ എംപാനൽമെന്റ്, പരസ്യനിരക്കുകൾക്കുള്ള വിശദമായ നടപടിക്രമം പുറപ്പെടുവിക്കുന്നതിന് വിവര പൊതുജന സമ്പർക്ക വകുപ്പ് ഡയറക്ടറെ ചുമതലപ്പെടുത്തുന്നു.

ഗവർണ്ണറുടെ ഉത്തരവിൻപ്രകാരം,

പി. വേണുഗോപാൽ ഐ.എ.എസ്.,
സെക്രട്ടറി.

മീഡിയ ലിസ്റ്റിൽ ഉൾപ്പെട്ട എല്ലാ ചാനലുകൾക്കും.
എല്ലാ വകുപ്പ് തലവൻമാർക്കും.
സെക്രട്ടേറിയറ്റിലെ എല്ലാ വകുപ്പുകൾക്കും.
രജിസ്ട്രാർ, ഹൈക്കോടതി, എറണാകുളം (കവറിംഗ് ലെറ്റർ സഹിതം).
സെക്രട്ടറി, കേരള പബ്ലിക് സർവ്വീസ് കമ്മീഷൻ (കവറിംഗ് ലെറ്റർ സഹിതം).
എല്ലാ യൂണിവേഴ്സിറ്റി രജിസ്ട്രാർമാർക്കും.
ബോർഡുകൾ, കോർപ്പറേഷനുകൾ, തദ്ദേശസ്വയംഭരണ സ്ഥാപനങ്ങൾ, സ്വയംഭരണ സ്ഥാപനങ്ങൾ, പൊതുമേഖലാ സ്ഥാപനങ്ങൾ, സർക്കാർ മിഷനുകൾ, വിവിധ സർക്കാർ കമ്മീഷനുകൾ, സർക്കാർ ഉടമസ്ഥതയിലുള്ള കമ്പനികൾ എന്നിവയുടെ മേധാവികൾക്ക്.
ബഹു. മുഖ്യമന്ത്രിയുടെ പ്രൈവറ്റ് സെക്രട്ടറിക്ക്.
എല്ലാ മന്ത്രിമാരുടേയും പ്രൈവറ്റ് സെക്രട്ടറിമാർക്ക്.
അഡീഷണൽ ചീഫ് സെക്രട്ടറിയുടെ പി.എ.-യ്ക്ക്.
ഡി.പി.ആർ.-ന്റെ സി.എ.-യ്ക്ക്.
ഐ.&പി.ആർ. വകുപ്പ് ഡെപ്യൂട്ടി ഡയറക്ടർമാർക്കും.
എല്ലാ റീജിയണൽ ഡെപ്യൂട്ടി ഡയറക്ടർമാർക്കും.
പരസ്യവിഭാഗം ഇൻഫർമേഷൻ ഓഫീസർ.
എല്ലാ ജില്ലാ ഇൻഫർമേഷൻ ഓഫീസർമാർക്കും.
രജിസ്ട്രാർ, സി-ഡിറ്റ്, തിരുവനന്തപുരം.
പി.ആർ.ഡി. വെബ്സൈറ്റ്.
സ്റ്റോക്ക് ഫയൽ/ഓഫീസ് കോപ്പി.

ആമുഖം

ഇന്റർനെറ്റ് വഴിയുള്ള വാർത്താ പ്രചരണത്തിനെ സൂചിപ്പിക്കുന്നതിന് 'ന്യൂ മീഡിയ' (നവമാധ്യമങ്ങൾ) എന്ന സംജ്ഞ വ്യാപകമായി പ്രയോഗിച്ചുവരുന്നു. സാങ്കേതികവിദ്യാധിഷ്ഠിത പ്ളാറ്റ്ഫോം ആകയാൽ, വർത്തമാന പത്രങ്ങൾ, ടെലിവിഷൻ ചാനലുകൾ തുടങ്ങിയ സാമ്പ്രദായിക മാധ്യമങ്ങൾ കാലക്രമേണ ഈ പ്രക്രിയയുമായി പൊരുത്തപ്പെടുകയും, ഈ സാങ്കേതികവിദ്യ നൽകുന്ന അവസരങ്ങൾ പരമാവധി പ്രയോജനപ്പെടുത്തുകയും ദേശാന്തര പ്രചാരണത്തിലുള്ള തടസ്സങ്ങളെ മറികടന്ന് ലോകമെമ്പാടുമായി വ്യാപിച്ചുകിടക്കുന്ന ഉപയോക്താക്കളി ലേക്കെത്തുകയും ചെയ്തു. അപ്രകാരം ഓൺലൈൻ ന്യൂസ് പോർട്ടലുകൾ സാമ്പ്രദായികമായുള്ള വർത്തമാനപ്പത്രത്തിനും ടെലിവിഷൻ ചാനലു കൾക്കും മധ്യമാർഗത്തായി നിൽക്കുന്ന ഒരു പ്ലാറ്റ്ഫോം ആണ്. ഇതിനകം വികസിപ്പിച്ചെടുത്ത സാങ്കേതികവിദ്യയാൽ വീഡിയോയും ഉൾക്കൊള്ളുന്നതു മൂലം, ഓൺലൈൻ ന്യൂസ് പോർട്ടലുകളിലൂടെ ഉള്ള ആശയവിനിമയത്തിന്റെ ഫലസിദ്ധി വർധിപ്പിക്കുന്നു.

പരസ്യം നൽകുന്നതിനായി വെബ് പോർട്ടലുകളെ ഉപയോഗിക്കേണ്ടതിന്റെ ആവശ്യകത കേരള സർക്കാർ ഉൾപ്പെടെ അംഗീകരിച്ചിട്ടുണ്ടെങ്കിലും, അത് നിർവഹിക്കുന്നതിനുള്ള നടപടികൾ ഇതുവരെയും ഒരു പരിധിവരെ ഘടനാരഹിതമായി നിലനിൽക്കുകയാണ്. ഈ പശ്ചാത്തലത്തിലാണ്, ഓൺലൈൻ പ്ലാറ്റ്ഫോമുകൾക്കുള്ള നടപടിക്രമങ്ങളും പരസ്യനിരക്കുകളും പരിശോധിച്ച് ശുപാർശ സമർപ്പിക്കുന്നതിന് കേരള സർക്കാർ ജി.ഒ. (ആർടി.) നമ്പർ 180/17/ഐ. ആന്റ് പി.ആർ. തീയതി 15-5-2017 പ്രകാരം ഒരു സമിതിയെ നിയമിച്ചത്. അതിനനുസരിച്ച്, സമിതി പഠനം നടത്തി അവരുടെ കണ്ടെത്തലുകളും ശുപാർശകളും ക്രോഡീകരിച്ച് അവരുടെ റിപ്പോർട്ടിൽ ചേർത്തിട്ടുള്ളത് കണ്ടാലും.

അതേസമയം തന്നെ, കേരള സർക്കാർ ജി.ഒ. (ആർടി.) 287/2017/ഐ.&പി.ആർ. തീയതി 23-9-2017 പ്രകാരം വർത്തമാന പത്രങ്ങൾ, ടെലിവിഷൻ ചാനലുകൾ, റേഡിയോ, തുടങ്ങിയ എല്ലാ വിഭാഗത്തിന്റെയും മീഡിയ പരസ്യവുമായി ബന്ധപ്പെട്ട് ശാസ്ത്രീയമായ പഠനം നടത്താൻ ഒരു സമിതി രൂപവത്കരിച്ചു. ആയതിനാൽ, ഓൺലൈൻ പ്ലാറ്റ്ഫോമുകൾക്കായി രൂപവത്കരിച്ച സമിതിയുടെ കണ്ടെത്തലുകളും ശുപാർശകളും എല്ലാ വിഭാഗം മാധ്യമങ്ങൾക്കുമായി രൂപവത്കരിച്ച

വിശാലസമിതി പരിശോധിച്ചേക്കാവുന്നതും, അതിനുശേഷം ഒരു റിപ്പോർട്ട് സർക്കാരിന്റെ പരിഗണനയ്ക്കായി സമർപ്പിക്കുന്നതുമാണ്.

ഈ സമിതി അതിന്റെ റിപ്പോർട്ട് സർക്കാരിന് 2018-ൽ സമർപ്പിക്കുകയും 3-1-2019-ലെ മന്ത്രിസഭാ തീരുമാനപ്രകാരം റിപ്പോർട്ടിൻമേൽ വിശദമായ പുനഃപരിശോധന നടത്തുകയും ചെയ്തു. വിശദമായ പഠനത്തിനുശേഷം, പരിഷ്കരിച്ച റിപ്പോർട്ട് സമിതി ഇതോടൊപ്പം സമർപ്പിക്കുകയാണ്.

വർഗീകരണം

ഓൺലൈൻ ന്യൂസ്പോർട്ടലുകൾ.—ഈ വിഭാഗം മാധ്യമങ്ങളുടെ നിലവിലുള്ള സ്ഥിതി അനുസരിച്ച് ഓൺലൈൻ ന്യൂസ്പോർട്ടലുകളെ നാല് വിഭാഗങ്ങളായി വിഭജിക്കാൻ കഴിയും.

വിഭാഗം 1: സുസ്ഥാപിതമായ വർത്തമാനപത്ര സ്ഥാപനങ്ങളുടെ ഇലക്ട്രോണിക് പതിപ്പായ ഓൺലൈൻ ന്യൂസ് പോർട്ടലുകൾ ഈ വിഭാഗത്തിൽപ്പെടുന്നു. ഈ പോർട്ടലുകൾ തികച്ചും അവരുടെ ബ്രാൻഡിന്റെ വിപുലീകരണമാണ് എന്നത് പ്രിന്റിൽ അവരവരുടേതായുള്ള വായനക്കാരുടെ എണ്ണത്തെ യുക്തിപരമായി സാധൂകരിക്കുകയും കൂടാതെ ദിനേന നടക്കുന്ന സംഭവവികാസങ്ങളിൽ താല്പര്യമുള്ള, സാങ്കേതികവിദ്യയിൽ സാമാന്യജ്ഞാനമുള്ള കൂടുതൽ വാർത്താന്വേഷികളിലേക്ക് എത്തുകയും ചെയ്യുന്നു. അപ്രകാരം, ഈ വിഭാഗം കാലാകാലങ്ങളിലായി അവരുടെ പിതൃസ്ഥാപനം ആർജിച്ച ഏറെക്കുറെ അതേ സ്വീകാര്യതയും ആദരവും ഇതിനകം നേടിയിട്ടുണ്ട്.

വിഭാഗം 2: ടെലിവിഷൻ വാർത്താ ചാനലുകളുടെയും സമകാലിക പരിപാടികൾ അവതരിപ്പിക്കുന്ന ചാനലുകളുടെയും വെബ് പതിപ്പുകൾ ആയ ഓൺലൈൻ ന്യൂസ്പോർട്ടലുകൾ ഈ വിഭാഗത്തിൽപ്പെടുന്നു. നിലവിലുള്ള സംഭവവികാസങ്ങളുടെ, മിക്കവാറും ഏറ്റവും പുതിയ വാർത്തകളും അനുബന്ധ ദൃശ്യങ്ങളും ടെലിവിഷൻ പുറത്തു കൊണ്ടുവരുന്നു, 24x7 വാർത്താ ചാനലുകളുടെ ആവിർഭാവത്തോടെ പ്രത്യേകിച്ചും. എന്നിരുന്നാലും കാഴ്ചക്കാരെ കൂടുതൽ സമയം ചെലവഴിപ്പിക്കുന്നതിനുള്ള ഉദ്യമത്തിനും, ടെലിവിഷൻ സെറ്റിൽ ഉടൻതന്നെ കാണാൻ കഴിയാത്തവർക്കുമായി, ഇലക്ട്രോണിക് മീഡിയ

സ്ഥാപനങ്ങൾ ആരംഭിച്ചിട്ടുള്ള ഓൺലൈൻ ന്യൂസ് പ്ലാറ്റ്ഫോമുകൾക്ക് മികച്ച സ്വീകാര്യത ലഭിക്കുന്നുവെന്ന് കണ്ടെത്തിയിട്ടുണ്ട്.

അപ്രകാരം ഒരു ദ്വിമാർഗ മത്സരം, അതായത്, ടെലിവിഷനുമായി മത്സരിക്കുന്നതിന് വർത്തമാനപ്പത്രങ്ങൾ ഓൺലൈൻ പതിപ്പുകളിലൂടെ അവരുടെ വ്യാപ്തി വർധിപ്പിച്ചിരിക്കുകയാണ്. മറ്റൊരുതരത്തിൽ, ടെലിവിഷൻ ചാനലുകൾ അവരുടെ വാർത്തകളുടെ സമഗ്ര വിവരണം അവരുടെതന്നെ ഓൺലൈൻ പോർട്ടലുകളിലൂടെ നൽകി അച്ചടി മാധ്യമത്തിന്റെമേൽ പ്രകടനമികവ് സ്ഥാപിക്കാൻ ശ്രമിക്കുകയാണ്.

വിഭാഗം 3: മാധ്യമരംഗത്തെ അംഗീകൃത ബ്രാൻഡ് നാമത്തിന്റെ പിന്തുണയില്ലാതെ, വ്യക്തികളും സ്വകാര്യസ്ഥാപനങ്ങളും ആരംഭിച്ച് പ്രവർത്തിച്ചുവരുന്ന, എന്നാൽ മാന്യമായ റീഡർഷിപ്പ് കൈവരിക്കുന്നതിൽ വിജയിക്കുകയും ചെയ്ത ഓൺലൈൻ പോർട്ടലുകൾ, ഈ വിഭാഗത്തിൽ വലുപ്പത്തിലും ഗുണത്തിലും ഉള്ള തെരഞ്ഞെടുപ്പ് വളരെ വിപുലമാണ്. ഓൺലൈൻ ഉള്ളടക്കങ്ങൾ ഏറെയും നിയന്ത്രണങ്ങളില്ലാത്തവ ആയതിനാൽ, ഈ വിഭാഗത്തിൽ ഉൾപ്പെടുന്നവരുടെ പരിധി നൈതികത പുലർത്തുന്നവരും തത്ത്വാധിഷ്ഠിതമായി സ്ഥാപനങ്ങൾ പ്രവർത്തിപ്പിക്കുന്നവരും മുതൽ ഉടമകൾ അനുവർത്തിക്കുന്ന മൂല്യങ്ങൾ പാലിച്ച് നേരുംനെറിയുമില്ലാതെ പ്രവർത്തിക്കുമെങ്കിലും ജനപ്രിയ മായവയും ഉണ്ട്. ഈ വിഭാഗവുമായി ആശയവിനിമയം നടത്തുന്നതിൽ ഏതൊരു സർക്കാരും ശ്രദ്ധാപൂർവ്വം നീങ്ങുന്നതാണ് ഉചിതം, എന്നാലതേസമയം; യോഗ്യമായ സ്ഥാപനങ്ങളെ പാനലിൽ നിന്നും ഒഴിവാക്കുന്നത് അവസരങ്ങൾ നഷ്ടമാക്കുകയും ചെയ്യും.

വിഭാഗം 4: വിവിധ വ്യവസായസ്ഥാപനങ്ങൾ, അക്കാദമിക സ്ഥാപനങ്ങൾ, സാങ്കേതിക വിഭാഗങ്ങൾ തുടങ്ങിയവർ നടത്തുന്ന അസംഖ്യം വെബ് പോർട്ടലുകളിൽ പലതിനും മാന്യമായ തോതിലും, മറ്റു ചിലതിന് പരിമിതമായ തോതിലും പതിവ് ഉപയോക്താക്കളുണ്ട്. ഇത്തരം ഉപയോക്താക്കൾ നിരീക്ഷിച്ചുകണക്കാക്കി നൽകുന്ന മാന്യത ആശ്രയിച്ചായിരിക്കും സർക്കാരിന്റെ ആശയവിനിമയത്തിനുള്ള ലക്ഷ്യത്തിന്റെ അനുയോജ്യത.

23-9-2017-ന് രൂപവത്കരിച്ച സമിതിയുടെ റിപ്പോർട്ട് ഈ ഘടകങ്ങൾ പരിശോധിക്കുകയും ഇതിനനുസരിച്ച് ഒരു വർഗീകരണം, അതത് സൈറ്റുകളുടെ വ്യൂവർഷിപ്പ് അനുസരിച്ച് ഉപവർഗീകരണവും നിർദ്ദേശിക്കുകയും ചെയ്തു. വില നിശ്ചയിക്കുന്നതിന് സ്വീകരിക്കാവുന്ന രണ്ടു രീതികൾ അവർ നിർദ്ദേശിക്കുകയും ചെയ്തു. ആ രണ്ടു രീതികളും ഈ മേഖലയിൽ സാമ്പ്രദായികമായിട്ടുള്ളതാണ്. പാനലിൽ ഉൾപ്പെടുത്തുന്നതിനായി നിർദ്ദേശിക്കുന്ന മാനദണ്ഡം അടിസ്ഥാന പരമായി ഇനിപ്പറയുന്നവയുമായി ബന്ധപ്പെട്ടിരിക്കുന്നു. (എ) സഹായം നൽകുന്ന സ്ഥാപനത്തിന്റെ പശ്ചാത്തലം; (ബി) സ്ഥായിയായൊരു സ്ഥാപനമുണ്ടായിരിക്കേണ്ടതിന്റെ അനിവാര്യത; (സി) സർക്കാർ ആശയവിനിമയത്തിന് അനുയോജ്യമാണ് എന്ന് സർക്കാർ കരുതുന്ന പ്ലാറ്റ്ഫോം തെരഞ്ഞെടുക്കുന്നതിനുള്ള പരസ്യദാതാവായ സർക്കാരിന്റെ സൗകര്യം.

അപ്രകാരം ഈ ചട്ടക്കൂട് അവധാനതയോടെ തയ്യാറാക്കിയ താകയാൽ, നിലവിലുള്ള സമിതി ഈ നിർദ്ദേശങ്ങൾ ചില പരിഷ്കാരങ്ങളോടെ സ്വീകാര്യമാണെന്ന് കരുതുന്നു. ആദ്യ സമിതി ശുപാർശ ചെയ്ത നിരക്കുകൾ എളുപ്പം നോക്കുന്നതിനായി അനുബന്ധം-I-ൽ നൽകിയിരിക്കുന്നു.

അതുകൂടാതെ, പാനലിൽ ഉൾപ്പെടുത്തുന്നതിനായി പരിഗണിക്കപ്പെട്ടിട്ടുള്ള സ്ഥാപനങ്ങൾക്കു പുറമേ, അവയ്ക്ക് തുല്യമോ അതിനേക്കാൾ ശക്തമോ ആയ സ്ഥാപനങ്ങൾ എല്ലാ മേഖലയിലുമുള്ള നെറ്റ് ഉപയോക്താക്കൾക്കുടനീളം പരസ്യവാഹകരായി രംഗത്തുണ്ട്. ഗൂഗിൾ, ഫെയ്സ്ബുക്ക്, ട്വിറ്റർ, പോലുള്ളവ ഈ വിഭാഗത്തിൽപ്പെടുന്നു. അവർക്ക് അവരുടേതായുള്ള ടെക്നോളജി പ്ലാറ്റ്ഫോമുകൾ മറ്റ് വിഭാഗത്തിൽപ്പെടുന്നവർ അവരുടെ ബിസിനസ്സിനായി ഉപയോഗിച്ചുവരുന്നു. ഈ വെബ്സൈറ്റുകൾ ആക്സസ് ചെയ്യുന്ന പ്രക്രിയാവേളയിൽ, ഈ ടെക്നോളജി പ്ലാറ്റ്ഫോമുകൾ ഉപയോക്താക്കൾ ആക്സസ് ചെയ്യുന്ന ആരംഭത്തിലോ അതത് ബിസിനസ് സൈറ്റുകളുമായുള്ള റവന്യൂ ഷെയറിംഗ് എഗ്രിമെന്റുകൾ പ്രകാരമോ ഉപയോക്താക്കളുമായി പരസ്യം പങ്കുവയ്ക്കുന്നു.

ഉപയോക്താക്കളുടെ സ്വഭാവം ട്രാക്ക് ചെയ്യുന്നതിനായി കുക്കികളുടെ (Cookies) ഉപയോഗം സാങ്കേതികവിദ്യയിലൂടെ പ്രാപ്തമാക്കിയിരിക്കുന്നതിനാൽ, ഈ കമ്പനികൾക്ക്, പരസ്യത്തിന്റെ വിഷയത്തിനനുസരിച്ചും അവയ്ക്ക് ഉപയോക്താവിന്റെ തിരയൽ (Search) ശീലവുമായുള്ള ബന്ധത്തിനുമനുസരിച്ച് സാധ്യമായ മിക്കവാറും ഉപയോക്താക്കൾക്കും സേവനം നൽകുന്നതിന് സാധിക്കുന്നു.

സാങ്കേതികവിദ്യ വിവിധതരം പുതിയ ബിസിനസ്സുകൾക്കുള്ള ഇടം നൽകുന്നുണ്ട്. അവയിലൊന്നാണ് 'ന്യൂസ് അഗ്രഗേറ്റർ' (News aggregator). ഇവയ്ക്ക് ബിസിനസ് സ്ഥാപനങ്ങൾ ഉണ്ടെങ്കിലും, അവ സ്വയം വാർത്ത ശേഖരിക്കുകയോ പ്രക്ഷേപണം ചെയ്യുകയോ ചെയ്യുന്നില്ല. എന്നാൽ, എല്ലാ വാർത്താ പ്ലാറ്റ്ഫോമുകളിലുമുള്ള ഉള്ളടക്കം (അവരുമായി ഇതിനുള്ള ഇടപാടിലേർപ്പെട്ടിരിക്കുന്നവർക്ക് മാത്രമായി) ട്രാക്ക് ചെയ്യാനുള്ള സോഫ്റ്റ്വേർ ആപ്ലിക്കേഷനുകൾ അവർക്കുണ്ടെന്ന് മാത്രമല്ല, അവരുടെ ആപ്പുകളിലൂടെ ഇവയുടെ ചെറുവിവരണം നൽകിക്കൊണ്ട് സാധ്യതയുള്ള കാഴ്ച്ചക്കാരെ യഥാർത്ഥ സൈറ്റിലേക്ക് പോകുന്നതിന് പ്രേരിപ്പിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. അപ്രകാരം അവർ ബിസിനസ് പ്രാപ്തമാക്കുന്നവരും ഒപ്പം അത് നൽകുന്ന വേളയിൽ അവർ പരസ്യം പ്രദർശിപ്പിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. നിലവിൽ, അവയിൽ ജനപ്രിയം 'ഡെയ്ലിഹണ്ട്' (Dailyhunt) ആണ്. ഈ രംഗത്ത് മത്സരത്തിനുള്ള സാധ്യതയുമുണ്ട്.

സാമൂഹ്യമാധ്യമങ്ങൾ എന്ന് പൊതുവേ വിലയിരുത്തപ്പെടുന്ന, വ്യക്തികളുമായോ സംഘങ്ങളുമായോ ആശയവിനിമയം നടത്താൻ കഴിയുന്ന സാങ്കേതിക ഉപാധികൾ അടങ്ങിയവ, ബഹുജനാഭിപ്രായം രൂപീകരിക്കുന്നതിനുള്ള ഫലപ്രദമായൊരു മാധ്യമമായി തെളിയിക്കപ്പെട്ടു കഴിഞ്ഞിട്ടുണ്ട്. ഗൂഗിൾ, ഫെയ്സ്ബുക്ക്, ട്വിറ്റർ, ഇൻസ്റ്റഗ്രാം തുടങ്ങിയവ ഈ ഇടം അവരുടെ, പരസ്യം നൽകൽ സേവനത്തിനായി ഉപയോഗിക്കുന്നു. നിലവിലുള്ള സാഹചര്യത്തിൽ, സർക്കാരിന്, അവർ സേവനം നൽകുന്ന സമൂഹത്തിലെ ഒരു വലിയ വിഭാഗത്തിന് വിവരങ്ങൾ കൈമാറാനുള്ള ഫലപ്രദമായൊരു മാർഗമായി സാമൂഹ്യമാധ്യമങ്ങളെ ഉപയോഗിക്കാവുന്നതാണ്. ഇത് അതത് പ്ലാറ്റ്ഫോമുകളിലൂടെ നിർവഹിക്കാൻ കഴിയും.

ശുപാർശകൾ

വാണിജ്യാടിസ്ഥാനത്തിൽ പ്രവർത്തനം ആരംഭിച്ച് (കേവലം ഡൊമെയ്ൻ രജിസ്ട്രേഷൻ പ്രവർത്തനാരംഭത്തീയതിയായി കണക്കാക്കുന്നതിനുള്ള യോഗ്യതയല്ല) ഒരു വർഷത്തിനുശേഷം മാത്രമേ മീഡിയ ലിസ്റ്റിൽ ഉൾപ്പെടുത്തുന്നതിനുള്ള അപേക്ഷ പരിഗണിക്കാൻ പാടുള്ളൂ. ഐ. & പി.ആർ.ഡി. നിയോഗിക്കുന്ന ഒരു സ്റ്റാൻഡിംഗ് കമ്മിറ്റിക്ക് അപേക്ഷകൾ സൂക്ഷ്മപരിശോധന നടത്തി അംഗീകാരം നൽകാവുന്നതാണ്. വിഭാഗം I, II എന്നിവയിൽപ്പെടുന്നവരുടെ അപേക്ഷ നിരസിക്കുന്ന വേളയിൽ നിരാകരണ കത്തിൽ കാരണങ്ങൾ രേഖപ്പെടുത്തണം, പോർട്ടലിന്റെയോ സൈറ്റിന്റെയോ ഗുണപരമായ വിധിനിർണ്ണയത്തിന്റെ ഔചിത്യം പൂർണ്ണമായും സർക്കാരിൽ നിക്ഷിപ്തമായതിനാൽ, മറ്റ് വിഭാഗത്തിൽപ്പെടുന്ന അപേക്ഷകൾ ഏതെങ്കിലും കാരണം ബോധിപ്പിക്കാതെ നിരസിക്കുന്നതിന് സമിതിക്ക് അധികാരം നൽകാവുന്നതുമാണ്.

സൈറ്റ് ഒരേ പേരിൽ (വെബ്സൈറ്റ് അഡ്രസ്സ്) നിരന്തരം പ്രവർത്തിച്ചുകൊണ്ടിരിക്കണം. മീഡിയ ലിസ്റ്റിൽ ഉൾപ്പെടുന്നതിനായുള്ള അപേക്ഷ സമർപ്പിച്ച തീയതി മുതൽ പിന്നിലേക്കാണ് ഒരു വർഷ കാലപരിധി കണക്കാക്കുന്നത്. ഒരു സൈറ്റിന്റെ സന്ദർശകരുടെ എണ്ണത്തിന്റെ വളർച്ച സ്ഥായിയല്ലെങ്കിൽ അത്തരം അപേക്ഷ സ്വീകരിക്കാതിരിക്കാൻ കേരള സർക്കാരിന് തീരുമാനമെടുക്കാൻ കഴിയും.

അപേക്ഷ ഇന്ത്യയിൽ രജിസ്റ്റർ ചെയ്ത കമ്പനിയുടേതായിരിക്കണം. എന്നിരുന്നാലും വിദേശ കമ്പനിയുടെ ഉടമസ്ഥതയിലുള്ള വെബ്സൈറ്റിന് ഇന്ത്യയിൽ സ്ഥാപനവും ഒരു ഇന്ത്യൻ പൗരനെ, പ്രസിദ്ധീകരണത്തിന്റെ ഉത്തരവാദിത്തമുള്ള എഡിറ്റർ ആയി നാമനിർദ്ദേശം ചെയ്യാനുമുണ്ടെങ്കിൽ അവരും യോഗ്യരാണ്.

ഒരു കമ്പനിയുടെയോ ഗ്രൂപ്പിന്റെയോ വ്യത്യസ്ത വെബ് സൈറ്റുകൾ, അവ ഓരോന്നും യോഗ്യതാ മാനദണ്ഡങ്ങൾ പാലിക്കുന്നുവെങ്കിൽ ഉൾപ്പെടുത്താവുന്നതാണ്. അത്തരം ഓരോ സൈറ്റ്/പോർട്ടൽ വെവ്വേറെ അപേക്ഷകൾ സമർപ്പിക്കേണ്ടതാണ്.

ഓൺലൈൻ/സോഷ്യൽ മീഡിയവഴി പരസ്യങ്ങൾക്ക് നൽകുന്നതിന് സ്വീകരിക്കേണ്ട മീഡിയപ്ലാൻ തീരുമാനിക്കുന്നതിനുള്ള

ചോദ്യം ചെയ്യാൻ പാടില്ലാത്ത അധികാരി കേരള സർക്കാർ (ഐ. & പി.ആർ.ഡി. മുഖേന) ആയിരിക്കും. മീഡിയലിസ്റ്റിൽ ഉൾപ്പെട്ടിട്ടുണ്ട് എന്നത് പരസ്യബജറ്റ് സ്വയമോ നിർബന്ധമായോ അനുവദിക്കുന്നതിനുള്ള അവകാശമല്ല.

ഈ ശുപാർശകൾ നടപ്പിലാക്കുന്ന തീയതി മുതൽ നിലവിലുള്ള ലിസ്റ്റ് ഇല്ലാതാകും. ആയതിനാൽ, ഈ ലിസ്റ്റിലെ നിലവിലുള്ള അംഗങ്ങൾ പാനലിൽ ഉൾപ്പെടുത്തുന്നതിനായി പുതുതായി അപേക്ഷ സമർപ്പിക്കേണ്ടത് ആവശ്യമാണ്.

രജിസ്ട്രേഷൻ രണ്ട് വർഷത്തിലൊരിക്കൽ പുനഃപരിശോധിക്കും. അപേക്ഷാ ഫോം അനുബന്ധം II-ൽ നൽകിയിരിക്കുന്നു.

ശുപാർശ ചെയ്ത നിരക്കുകൾ അനുബന്ധം III-ൽ നൽകിയിരിക്കുന്നു. നിരക്കുകൾ പരസ്യത്തിന്റെ ആകെ വിസ്തീർണ്ണത്തിന് അനുപാതികമായാണ്. അതിനാൽ ഏതെങ്കിലും വെബ്സൈറ്റ് വ്യത്യസ്തമായൊരു ലേഔട്ട് അളവാണ് പാലിക്കുന്നതെങ്കിൽ, അവയുടെ അളവിന്റെ അനുപാതത്തിനനുസരിച്ച് അനുബന്ധത്തിൽ സൂചിപ്പിക്കുന്ന സ്റ്റാൻഡേർഡ് വലുപ്പത്തിനനുസരിച്ച് പുനഃക്രമീകരിക്കണം.

പാനലിലുള്ള മാധ്യമ സ്ഥാപനങ്ങൾ സൂക്ഷ്മപരിശോധനയ്ക്കുള്ള സൗകര്യമൊരുക്കുകയും, ഗൂഗിൾ അനലിറ്റിക്സ് (കൂടാതെ/അല്ലെങ്കിൽ കാലാകാലങ്ങളിൽ വ്യക്തമാക്കപ്പെടുന്ന അത്തരത്തിലുള്ള മറ്റ് ഉപാധികൾ) എല്ലാ സമയത്തും ഐ. & പി.ആർ.ഡി. ഡൗൺലോഡ് ചെയ്യുകയും വേണം. യഥാർത്ഥത്തിൽ നൽകിയ ഡാറ്റയുടെ സാക്ഷ്യപത്രം (certificate of actual delivery data), നൽകുന്ന ബില്ലുകൾക്കൊപ്പം ഉണ്ടായിരിക്കണം.

ടെക്നോളജി പ്ലാറ്റ്ഫോമുകളിലൂടെയോ (ഗൂഗിൾ/ഫെയ്സ്ബുക്ക്/ ട്വിറ്റർ/ഇൻസ്റ്റഗ്രാം, മുതലായവ) അതുപോലുള്ള ന്യൂസ് അഗ്രഗേറ്റേഴ്സിലൂടെയോ (ഡെയ്ലിഹണ്ട് പോലുള്ളവ) ഉള്ള പരസ്യങ്ങൾക്ക് അവ ഓരോന്നുമായി കേരള സർക്കാരിന് ഐ. & പി.ആർ.ഡി. മുഖേന നിരക്കുകൾ നെഗോഷ്യേറ്റ് ചെയ്യാവുന്നതാണ്. എന്തെന്നാൽ, ഈ പ്ലാറ്റ്ഫോമുകൾ ഒരു വിഭാഗമാക്കി മാനകീകരിക്കുന്നത് (standerdization) പ്രായോഗികമല്ല. (മാത്രവുമല്ല, ഈ രംഗത്ത് പകരക്കാരില്ലാതെ ഏറ്റവും ഉന്നതശ്രേണിയിൽ നിലനിൽക്കുന്ന മേൽപ്പറഞ്ഞ ബഹുരാഷ്ട്ര കമ്പനികൾക്ക് സർക്കാർ നിരക്ക് സ്വീകാര്യമായിരിക്കണമെന്നില്ല.

അതേസമയം ഇവരുടെ സേവനം ഒഴിവാക്കാനാകാത്തതുമാണ്. ഈ സാഹചര്യത്തിൽ അവരുടെ നിരക്കിനനുസരിച്ച് നെഗോഷ്യേറ്റ് ചെയ്യുന്ന കാര്യവും പരിഗണിക്കണം).

പാനലിൽ ഉൾപ്പെടുത്തുന്നതിനുള്ള പ്രാഥമിക നിബന്ധനകൾ അനുബന്ധം IV-ൽ നൽകിയിരിക്കുന്നു.

1. അനിൽ ഫിലിപ്പ്
(അംഗം)

2. വി. ബി. പരമേശ്വരൻ
(അംഗം)

3. യു. വി. ജോസ് ഐ.എ.എസ്.
(കൺവീനർ)

4. എം. വെങ്കിട്ടരാമൻ
(ചെയർമാൻ)

അനുബന്ധങ്ങൾ

അനുബന്ധം I

(ആദ്യ സമിതി ശുപാർശ ചെയ്ത നിരക്കുകൾ)

അനുബന്ധം II

(അപേക്ഷാ ഫോം)

അനുബന്ധം III

(ശുപാർശ ചെയ്യുന്ന നിരക്കുകൾ)

അനുബന്ധം IV

(പാനലിൽ ഉൾപ്പെടുന്നതിനുള്ള പ്രാഥമിക നിബന്ധനകൾ/ രജിസ്ട്രേഷനും റദ്ദാക്കലും)

ANNEXURE-I

The Rates Recommended by the First Committee (2018)

Classification	*Rate Per Day (Per Month rate for reference)*		
	728 X 90 px (Top Banner)	300 X 250 px (Side Square)	Video Ad (30 sec.)
Category 1 Online Edition of Newspapers included in I & PRD media list			
1,00,000-5,00,000 uvpm*	₹ 3,000 (90,000)	₹ 1,600 (48,000)	₹ 2.300 (69,000)
5,00,000-10,00,000 uvpm	₹ 3,400 (1,02,000)	₹ 1,800 (54,000)	₹ 2,500 (75,000)
Above 10,00,000 uvpm	₹ 3,800 (1,14,000)	₹ 2,000 (60,000)	₹ 2,700 (81,000)
Category 2 Online Edition of TV Channels included in I & PRD media list			
1,00,000-5,00,000 uvpm*	₹ 3,000 (90,000)	₹ 1,600 (48,000)	₹ 2,300 (69,000)
5,00,000-10,00,000 uvpm	₹ 3,400 (1,02,000)	₹ 1,800 (54,000)	₹ 2,500 (75,000)
Above 10,00,000 uvpm	₹ 3,800 (1,14,000)	₹ 2,000 (60,000)	₹ 2,700 (81,000)
Category 3 Independent online media websites (Standalone)			
1,00,000-5,00,000 uvpm	₹ 1,600 (48,000)	₹ 1,000 (30,000)	₹ 1,200 (36,000)
5,00,000-10,00,000 uvpm	₹ 1,800 (54,000)	₹ 1,100 (33,000)	₹ 1,400 (42,000)
Above 10,00,000 uvpm	₹ 2,000 (60,000)	₹ 1,200 (36,000)	₹ 1,600 (48,000)

Category 4 **(Special Category)** For websites not updated daily with minimum 25,000 uvpm	₹ 1,000 (30,000)	₹ 6,00 (18,000)	₹ 7,00 (21,000)
Category 5 **(Souvenir Category)** For websites not updated daily with minimum 3,000 uvpm (maximum two advts per year)	₹ 350 (10,500)		
Cost per 1,000 Impressions Rate			
Classification	728 X 90 px (Top Banner	300 X 250 px (Side Square)	Video Ad (30 sec.)
Category 1 & 2	₹ 60	₹ 50	₹ 250
Category 3	₹ 40	₹ 30	₹ 150

*uvpm : unique visitors per month based on Google Analytics.

Recommended by the High Powered Committee to decide Advertisement Tariff.

ANNEXURE-II

FORM OF APPLICATION

Proposed Registration Form for inclusion in Media List & Documents Required

1. Name of the Website :
2. Domain Address (url) :
3. Date of Domain Registration :
4. Name of the person who has registered the Domain:
5. Address :
6. Mobile No.: Email Id :
7. Name of Company/Organization etc. :
8. Address :
9. Phone No :
10. Name of the Editor (Person responsible for the selection of news):
11. Address :
12. Mobile No. : Email Id :
13. Language in which the website is published : Malayalam/English
14. Periodicity of publication (frequency of updating) : Daily/Weekly/Fortnightly/Monthly
15. Content Category : General News/Entertainment/Business
    (If others, please specify subject/area of interest):
16. Social Media Coordinates
    - Facebook page address:
    - Twitter handle:
    - You Tube channel:

Once approved and included in Media List by I & PRD, a copy of this form should be published on the 'About Us' page. Failure to do so would automatically remove the website from the Medial List.

Documents Required:

1. Website homepage screenshot/print out.

2. WHOIS details print out.

3. Certificate of incorporation, Memorandum/Articles of the Company and in the case of Proprietorship-the registration certificate and in the case of Partnership-Partnership Deed and in the case of associations/organisations, registration document as applicable.

4. PAN of the Organisation/Proprietor.

5. List of Promoters/Directors/Partners.

6. Board resolution in case of Company.

7. ID and Address proof of Partners/Directors/Proprietor.

8. GSTIN Registration (If GST is not applicable, an affidavit stating that revenue/turnover is less than the prescribed limits).

9. PAN details.

10. Bank Account Details with IFSC.

ANNEXURE-III

Revised rates recommended *(2020)
(Proposed I & PRD Advt. Tariff or Online Media)
(Revised as per the decisions of the Committee Meetings on 3-8-2019 & 4-9-2019)

Classification	Rate Per Day (Per Month 30 days rate within brackets for reference)		
	728 X 90 px (Top Banner)	300 X 250 px (Side Square)	Video Ad (30 sec.)
Category 1 **Online Edition of Newspapers included in I & PRD Media List**			
1,00,000-5,00,000 uvpm**	₹ 2,550 (76,500)	₹ 1,360 (40,800)	₹ 1,955 (58,650)
5,00,000-10,00,000 uvpm	₹ 2,890 (86,700)	₹ 1,530 (45,900)	₹ 2,125 (63,750)
Above 10,00,000 uvpm	₹ 3,230 (96,900)	₹ 1,700 (51,000)	₹ 2,295 (68,850)
Category 2 **Online Edition of TV Channels included in I & PRD Media List**			
1,00,000-5,00,000 uvpm	₹ 2,550 (76,500)	₹ 1,360 (40,800)	₹ 1,955 (58,650)
5,00,000-10,00,000 uvpm	₹ 2,890 (86,700)	₹ 1,530 (45,900)	₹ 2,125 (63,750)
Above 10,00,000 uvpm	₹ 3,230 (96,900)	₹ 1,700 (51,000)	₹ 2,295 (68,850)
Category 3 **Independent Online News Media Websites (Standalone)**			
1,00,000-5,00,000 uvpm	₹ 1,360 (40,800)	₹ 850 (25,500)	₹ 1,020 (30,690)
5,00,000-10,00,000 uvpm	₹ 1,530 (45,900)	₹ 935 (28,050)	₹ 1,190 (35,700)
Above 10,00,000 uvpm	₹ 1,700 (51,000)	₹ 1,020 (30,600)	₹ 1,360 (40,800)
Category 4 (Special Category) Website not updated daily			
Minimum 25,000 uvpm	₹ 500 (15,000)	₹ 300 (9,000)	₹ 350 (10,500)

Category 5 (Souvenir Category) Website not updated daily			
Minimum 3,000 uvpm Below 25,000 (Maximum two advts. per year)	₹297.50 (8,925)		
Classification	Cost per 1,000 Impressions Rate		
	728 X 90 px (Top Banner)	300 X 250 px (Side Square)	Video Ad (30 sec.)
Category 1 & 2	₹ 51	₹ 42.50	₹ 212.50
Category 3	₹ 34	₹ 22.50	₹ 127.50

*When a campaign is planned, in addition to these rates, 15% amount may be kept apart for the welfare activities of journalists, if stipulated by Government: It need not be transferred to media institutions as advt. rate. Instead that additional amount may be credited to a particular head of account set forth for journalists welfare.

**uvpm : unique visitors per month based on Google Analytics.

ANNEXURE IV

പാനലിൽ ഉൾപ്പെടുന്നതിനുള്ള പ്രാഥമിക നിബന്ധനകൾ/ രജിസ്ട്രേഷനും റദ്ദാക്കലും

കുറിപ്പ്

വിഷയം : ഏതെങ്കിലും മാധ്യമങ്ങൾ നിയമവിരുദ്ധമായോ അധാർമ്മികമായോ പ്രവർത്തിക്കുന്നുവെന്നു കണ്ടാൽ പ്രസ്തുത മാധ്യമങ്ങളെ എംപാനൽ ചെയ്യുന്നതിൽ നിന്നും പാനലിൽ നിന്നും ഒഴിവാക്കുന്നതും സംബന്ധിച്ച മാനദണ്ഡങ്ങൾ തയ്യാറാക്കി സമർപ്പിക്കുന്നതു സംബന്ധിച്ച്.

സൂചന : പത്ര-ദൃശ്യ—ശ്രവ്യ-ഓൺലൈൻ മാധ്യമങ്ങളുടെ എംപാനൽമെന്റ്, നിരക്കു വർദ്ധന എന്നിവയുമായി ബന്ധപ്പെട്ട് ശ്രീ എം. വെങ്കിട്ടരാമൻ അധ്യക്ഷനായി രൂപീകരിച്ച കമ്മിറ്റിയുടെ 4-9-2019-ലെ യോഗത്തിന്റെ ഓൺലൈൻ വിഭാഗത്തിലെ തീരുമാനം നമ്പർ (2).

മാനദണ്ഡങ്ങൾ

(മറ്റു നിബന്ധനകൾക്കൊപ്പം സ്റ്റാൻഡിംഗ് കമ്മിറ്റിയുടെ അധികാരങ്ങളിൽ ഉൾപ്പെടുത്താൻ പരിഗണിക്കുന്നതിന്)

1. എംപാനൽമെന്റിന്/രജിസ്ട്രേഷനുള്ള പ്രാഥമികമായ നിബന്ധനകൾ

(എ) ഇന്ത്യയുടെ ഭരണഘടനയ്ക്കോ രാജ്യത്തെ നിയമങ്ങൾക്കോ ബന്ധപ്പെട്ട ചട്ടങ്ങൾക്കോ ഉത്തരവുകൾക്കോ മാർഗനിർദ്ദേശങ്ങൾക്കോ വിരുദ്ധമായി ഏതെങ്കിലും മാധ്യമമോ സ്ഥാപനമോ സംഘടനയോ അതിന്റെ ഉടമസ്ഥരോ നടത്തിപ്പുകാരോ (പി.ആർ.ബി. ആക്റ്റ് പ്രകാരമുള്ള പ്രിന്റർ, പ്രസാധകൻ, എഡിറ്റർ എന്നിവരും ഐ.ടി. ആക്റ്റ് പ്രകാരമുള്ള ചുമതലക്കാരും ഉൾപ്പെടെ) പ്രവർത്തിക്കുകയോ പ്രചാരണം നടത്തുകയോ ചെയ്യാൻ പാടില്ല.

(ബി) ഏതെങ്കിലും മാധ്യമമോ സ്ഥാപനമോ സംഘടനയോ അതിന്റെ ഉടമസ്ഥനോ നടത്തിപ്പുകാരനോ (പി.ആർ.ബി. ആക്റ്റ് പ്രകാരമുള്ള പ്രിന്റർ, പ്രസാധകൻ, എഡിറ്റർ എന്നിവരും ഐ.ടി. ആക്റ്റ് പ്രകാരമുള്ള ചുമതലക്കാരും ഉൾപ്പെടെ) സമൂഹത്തിലെ പൊതുവായ സദാചാരത്തിനോ ധാർമ്മികതയ്ക്കോ നിരക്കാത്ത കാര്യങ്ങൾ ചെയ്യാനോ പ്രചരിപ്പക്കാനോ പാടില്ല.

2. സ്ഥിരമായ ഒഴിവാക്കൽ

(എ) വകുപ്പിന്റെ പാനലിൽ (അല്ലെങ്കിൽ രജിസ്ട്രേഷൻ) ഇല്ലാത്ത ഒരു മാധ്യമോ സ്ഥാപനമോ സംഘടനയോ അതിന്റെ മേൽപ്പറഞ്ഞ പ്രകാമുള്ള ഉടമസ്ഥരോ നടത്തിപ്പുകാരോ, ഈ മാനദണ്ഡങ്ങളിലെ ക്രമനമ്പർ 1 പ്രകാരമുള്ളതോ സമാനമായി പരിഗണിക്കാവുന്നതെന്ന് സ്റ്റാൻഡിങ്ങ് കമ്മിറ്റി നിശ്ചയിക്കുന്നതോ ആയ കുറ്റം ചെയ്തതയി ഏതെങ്കിലും കോടതി വിധിച്ചാൽ ആ മാധ്യമത്തെ/സ്ഥാപനത്തെ/സംഘടനയെ/വ്യക്തികളെ ഐ. & പി.ആർ. വകുപ്പിന്റെ എംപാനൽമെന്റിന്/രജിസ്ട്രേഷന് പരിഗണിക്കുന്നതിൽ നിന്ന് സ്ഥിരമായി ഒഴിവാക്കും. കുറ്റം ചെയ്തത് പാനലിലുള്ള/രജിസ്ട്രേഷനുള്ള മാധ്യമമോ സ്ഥാപനമോ സംഘടനയോ അതിന്റെ ഉടമസ്ഥരോ നടത്തിപ്പുകാരോ ആണെങ്കിൽ പാനലിൽ നിന്ന് അവയെ/അവരെ സ്ഥിരമായി ഒഴിവാക്കും; അല്ലെങ്കിൽ രജിസ്ട്രേഷൻ റദ്ദാക്കും.

(ബി) ഐ. & പി.ആർ. വകുപ്പ് അല്ലെങ്കിൽ വിവിധ വകുപ്പുകൾ, പൊതുമേഖലാ സ്ഥാപനങ്ങൾ തുടങ്ങി സംസ്ഥാന സർക്കാരിന്റെ നിയന്ത്രണത്തിലുള്ള അധികാരികൾ/സക്കാർ നൽകുന്ന ഫണ്ട്

സ്വീകരിക്കുന്ന അധികാരികൾ നൽകുന്ന പരസ്യം മൂന്നു തവണ പ്രസിദ്ധീകരിക്കാതിരുന്നാൽ പാനലിൽ നിന്ന് പ്രസ്തുത മാധ്യമത്തെ/സ്ഥാപനത്തെ/സംഘടനയെ/വ്യക്തികളെ സ്ഥിരമായി ഒഴിവാക്കും/രജിസ്ട്രേഷൻ റദ്ദാക്കും. ബന്ധപ്പെട്ട അധികാരി നൽകുന്ന പരാതിയെ/റിപ്പോർട്ടിനെ അധാരമാക്കി ഐ. & പി.ആർ. വകുപ്പ് നടത്തുന്ന അന്വേഷണത്തിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തി ലായിരിക്കും നടപടി.

3. <u>താത്കാലികമായ ഒഴിവാക്കൽ</u>

വകുപ്പിന്റെ പാനലിൽ (അല്ലെങ്കിൽ രജിസ്ട്രേഷൻ) ഇല്ലാത്ത ഒരു മാധ്യമമോ സ്ഥാപനമോ സംഘടനയോ അതിന്റെ മേൽപ്പറഞ്ഞ പ്രകാരമുള്ള ഉടമസ്ഥരോ നടത്തിപ്പുകാരോ, ഈ മാനദണ്ഡങ്ങളിലെ ക്രമ നമ്പർ 1 പ്രകാരമുള്ളതോ സമാനമായി പരിഗണിക്കാവുന്നതെന്ന് സ്റ്റാൻഡിംഗ് കമ്മിറ്റി നിശ്ചയിക്കുന്നതോ ആയ കുറ്റം ചെയ്തതയി (കോടതി വിധി വരും മുമ്പ്) ഐ. & പി.ആർ. വകുപ്പിന്റെ അന്വേഷണത്തിൽ വ്യക്തമായാൽ ആ മാധ്യമത്തെ/സ്ഥാപനത്തെ/സംഘടനയെ/ വ്യക്തികളെ ഐ. & പി.ആർ. വകുപ്പിന്റെ എംപാനൽമെന്റിന്/ രജിസ്ട്രേഷന് പരിഗണിക്കുന്നതിൽ നിന്ന് താത്കാലികമായി ഒഴിവാക്കും. കുറ്റം ചെയ്തത് പാനലിലുള്ള/രജിസ്ട്രേഷനുള്ള മാധ്യമമോ സ്ഥാപനമോ സംഘടനയോ അതിന്റെ ഉടമസ്ഥരോ നടത്തിപ്പുകാരോ ആണെങ്കിൽ പാനലിൽ നിന്ന് അവയെ/അവരെ താത്കാലികമായി ഒഴിവാക്കും; അല്ലെങ്കിൽ രജിസ്ട്രേഷൻ താത്കാലികമായി റദ്ദാക്കും/സസ്പെൻഡ് ചെയ്യും.

4. <u>അധികാരപ്പെട്ട ഉദ്യോഗസ്ഥർ</u>

(എ) സ്റ്റാൻഡിങ്ങ് കമ്മിറ്റിയുടെ തീരുമാനപ്രകാരം തുടനടപടി സ്വീകരിക്കേണ്ടത് ഐ. & പി.ആർ. വകുപ്പ് ഡയറക്ടറാണ്.

(ബി) ക്രമനമ്പർ 2 (ബി), 3 എന്നിവയിൽ പരാമർശിച്ച ഐ. & പി.ആർ. വകുപ്പുകതല അന്വേഷണത്തിന് ഡെപ്യൂട്ടി ഡയറക്ടർ റാങ്കിൽ കുറയാത്ത ഉദ്യോഗസ്ഥനെ ഡയറക്ടർക്കു ചുമതലപ്പെടുത്താം. രണ്ട് ആഴ്ചയ്ക്കകം ഈ ഉദ്യോഗസ്ഥൻ അന്വേഷണ റിപ്പോർട്ട് നൽകേണ്ടതാണ്. ഈ റിപ്പോർട്ടിന്, ഡി.വൈ.എസ്.പി. റാങ്കിൽ കുറയാത്ത പോലീസ് ഉദ്യോഗസ്ഥനോ അന്വേഷണത്തിനു സർക്കാർ ചുമതലപ്പെടുത്തിയ മറ്റേതെങ്കിലും വകുപ്പിന്റെ ജില്ലാ മേധാവിയോ നൽകുന്ന റിപ്പോർട്ടും ആധാരമാക്കാവുന്നതാണ്.

5. <u>നടപടിയുടെ പുനഃപരിശോധന</u>

അപ്പലേറ്റ് കമ്മിറ്റി രൂപീകരിക്കുന്ന സാഹചര്യത്തിൽ, സ്റ്റാൻഡിംഗ് കമ്മിറ്റിയുടെ തീരുമാനത്തിനെതിരെ മാധ്യമങ്ങൾക്ക്/ സ്ഥാപനങ്ങൾക്ക് സംഘടനകൾക്ക്/വ്യക്തികൾക്ക് അപ്പലേറ്റ് അതോറിറ്റിയിൽ പരാതി നൽകാം.

സ്റ്റാൻഡിംഗ് കമ്മിറ്റിയുടെ തീരുമാനപ്രകാരം ബന്ധപ്പെട്ട അധികാരി സ്വീകരിച്ച നടപടി പുനഃപരിശോധിക്കുകയോ നടപടി നേരിട്ട് മാധ്യമത്തെ/സ്ഥാപനത്തെ/സംഘടനയെ/വ്യക്തികളെ വീണ്ടും പാനലിൽ ഉൾപ്പെടുത്തുന്നതിനോ രജിസ്ട്രേഷനോ പരിഗണിക്കുന്നത് താഴെ പറയുന്ന സാഹചര്യങ്ങളിൽ മാത്രമായിരിക്കും:

(എ) ഐ. & പി.ആർ. വകുപ്പിന്റെ അന്വേഷണത്തിൽ വ്യക്തമായ കാര്യത്തിനു വിരുദ്ധമാണ് നിജസ്ഥിതി എന്ന് ബന്ധപ്പെട്ട മാധ്യമം/സ്ഥാപനം/സംഘടന/ വ്യക്തികൾ സ്റ്റാൻഡിങ് കമ്മറ്റി/ അപ്പലേറ്റ് കമ്മിറ്റി മുമ്പാകെ തെളിയിക്കുന്നതു വരെ.

(ബി) കോടതി വിധിക്കുന്ന ശിക്ഷാകാലാവധി കഴിയുന്നതുവരെ, അല്ലെങ്കിൽ കോടതി തീരുമാനിക്കുന്നതു പ്രകാരം.

(ഒപ്പ്)

ഡയറക്ടർ,

ഐ. & പി.ആർ. ഡി.