

TRAI DROPS WEEKLY TV ADVERTISING REPORTS

TRAI has withdrawn its 2013 direction requiring television broadcasters to submit weekly reports on advertising duration. The move follows the Centre's removal of the 12-minute-per-clock-hour advertising ceiling under the Cable Television Networks Rules.

The regulator said the reporting requirement was no longer necessary after the government removed the underlying advertising restriction. The decision eliminates another compliance requirement for broadcasters linked to the earlier ad-duration framework.

TAM SEEKS LICENCE TO MEASURE TV AUDIENCES

TAM Media Research has applied for a licence under India's Television Ratings Policy, 2026, potentially paving the way for its return to the audience measurement market.

TAM is understood to be considering a measurement system initially based on return-path data, with plans to expand into cross-screen measurement through partnerships, including its collaboration with VTION. The application comes after the new policy opened the ratings market to multiple agencies.

TRAI FORMALLY SCRAPS 12-MINUTE AD CAP

TRAI has repealed its regulations governing the duration of television advertising, following the government's removal of the corresponding 12-minute limit from the Cable Television Networks Rules.

The Standards of Quality of Service (Duration of Advertisements in Television Channels) (Repealing) Regulations, 2026, will take effect once notified in the Official Gazette. The move follows the



ट्राई ने टीवी विज्ञापनों की साप्ताहिक रिपोर्टिंग की जरूरत खत्म की

ट्राई ने 2013 का वह निर्देश वापस ले लिया है जिसके तहत टीवी प्रसारकों को विज्ञापनों की अवधि के बारे में साप्ताहिक रिपोर्ट देनी होती थी। यह कदम केंद्र सरकार द्वारा 'केबल टेलीविजन नेटवर्क रूल्स' के तहत प्रति घंटे 12 मिनट की विज्ञापन की सीमा हटाने के बाद उठाया गया है।

रेगुलेटर ने कहा है कि सरकार द्वारा विज्ञापन से जुड़ी पाबंदी हटाने के बाद रिपोर्टिंग की जरूरत नहीं रही। इस फैसले से प्रसारकों के लिए विज्ञापन की अवधि से जुड़े पुराने नियमों के तहत एक और कंफ़्लायंस की जरूरत खत्म हो गयी है।

टैम ने टीवी दर्शकों की संख्या मापने के लिए लाइसेंस मांगा

टैम मीडिया रिसर्च ने भारत की टेलीविजन रेटिंग्स नीति, 2026 के तहत लाइसेंस के लिए आवेदन किया है, जिससे दर्शकों की संख्या मापने वाले बाजार में उसकी वापसी का रास्ता साफ हो सकता है।

माना जा रहा है कि टैम शुरू में रिटर्न पाथ डेटा पर आधारित एक मेजरमेंट सिस्टम पर विचार कर रहा है। साथ ही VTION के साथ मिलकर सहभागिता के जरिए क्रॉस-स्क्रीन मापन तक विस्तार करने की योजना बना रहा है। कदम नयी नीति के तहत रेटिंग बाजार को कई एजेंसियों के लिए खोले जाने के बाद उठाया गया है।

ट्राई ने आधिकारिक तौर पर 12 मिनट की विज्ञापन सीमा को खत्म किया

सरकार द्वारा केबल टेलीविजन नेटवर्क नियमों से 12 मिनट की सीमा हटाने के बाद, ट्राई ने टेलीविजन विज्ञापनों की अवधि से जुड़े अपने नये नियमों को रद्द कर दिया है।

'सेवा की गुणवत्ता के मानक (टेलीविजन चैनलों पर विज्ञापन की अवधि) (निरसन) विनियम, 2026' आधिकारिक राजपत्र में अधिसूचित होने के बाद लागू होंगे। यह कदम सूचना और



Ministry of Information and Broadcasting's August 21 notification removing the relevant provision.

PARAMOUNT SEEKS BOND ENFORCEMENT IN WARNER BROS CASE

Paramount Skydance has asked a US district court to enforce a bond requirement against parties challenging its proposed merger with Warner Bros. Discovery.

The company said it has fulfilled all merger closing conditions and obtained regulatory clearance across 69 jurisdictions. Paramount said the pending lawsuits remain the only barriers to completing the transaction and wants financial protection while the litigation continues.



MIB PROPOSES UNIFIED BROADCASTING RULES

The Ministry of Information and Broadcasting has proposed a consolidated regulatory framework covering television, radio and associated broadcasting services.

The draft Telecommunications (Television, Radio and Associated Services) Rules, 2026, cover satellite TV, DTH, HITS, private FM, community radio, TV news agencies and IPTV. The draft is open for public consultation until October 2, with the final rules to come into force on a date notified by the government.



MIB REITERATES ANTI-DRUG WARNING FOR OTT CONTENT

The Ministry of Information and Broadcasting has again advised OTT platforms to display prominent anti-drug warnings when programmes depict the consumption of narcotic substances.

An August 24 advisory specifies that the warning must be clearly visible and remain on screen for sufficient time. The move follows a separate direction asking private satellite television channels to carry anti-drug disclaimers.■

प्रसारण मंत्रालय की 21 अगस्त की उस अधिसूचना के बाद उठाया गया है, जिसमें संबंधित प्रावधान को हटा दिया गया था।

पैरामाउंट ने वार्नर ब्रदर्स मामले में बॉन्ड लागू करने की मांग की

पैरामाउंट स्काईडान्स ने अमेरिकी जिला अदालत से कहा है कि वह वार्नर ब्रदर्स डिस्कवरी के साथ उसके प्रस्तावित विलय को चुनौती देने वाली पार्टियों के खिलाफ बॉन्ड की शर्त लागू करे।

कंपनी ने कहा है कि उसने विलय से जुड़ी सभी शर्तें पूरी कर ली हैं और 69 जगहों पर रेगुलेटरी मंजूरी हासिल कर ली है। पैरामाउंट ने कहा कि इस सौदे को पूरा करने में अब सिर्फ चल रहे मुकदमों ही रुकावट हैं और वह चाहती है कि मुकदमे के

दौरान उसे फाइनेंशियल सुरक्षा मिले।

एमआईबी ने प्रसारण के लिए एक जैसे नियम बनाने का प्रस्ताव रखा

सूचना और प्रसारण मंत्रालय ने टेलीविजन, रेडियो और उनसे जुड़ी प्रसारण सेवाओं के लिए एक मिला-जुला रेगुलेटरी फ्रेमवर्क बनाने का प्रस्ताव दिया है।

टेलीकम्युनिकेशन्स (टेलीविजन, रेडियो और संबंधित सेवायें) नियम, 2026 के प्रारूप में सैटेलाइट टीवी, डीटीएच, हिट्स, निजी एफएम, कम्युनिटी रेडियो, टीवी न्यूज एजेंसियां और आईपीटीवी शामिल हैं। यह प्रारूप 2 अक्टूबर

तक लोगों की राय जानने के लिए खुला है और इसके अंतिम नियम सरकार द्वारा तय तारीख से लागू होंगे।

एमआईबी ने ओटीटी कंटेंट के लिए ड्रग्स विरोधी चेतावनी दोहरायी

सूचना और प्रसारण मंत्रालय ने ओटीटी प्लेटफॉर्म को फिर से सलाह दी है कि जब किसी कार्यक्रम में नशीले पदार्थों के सेवन को दिखाया जाता है, तो उसके साथ ड्रग्स विरोधी चेतावनी को भी दिखाया जाना चाहिए।

24 अगस्त को एक एडवाइजरी में कहा गया कि चेतावनी साफ तौर पर दिखनी चाहिए और काफी समय तक स्क्रीन पर रहनी चाहिए। यह कदम निजी सैटेलाइट टीवी चैनलों को ड्रग्स-विरोधी डिस्क्लेमर दिखाने के लिए दिये गये अलग निर्देश के बाद उठाया गया है।■