

भारत सरकार
सूचना और प्रसारण मंत्रालय
लोक सभा
अतारांकित प्रश्न संख्या 1037
(दिनांक 04.12.2015 को उत्तर देने के लिए)

भ्रामक और छद्म विज्ञापन

1037. श्री के.आर.पी. प्रबाकरनः

श्री अनूप मिश्राः

श्री दुष्यंत चौटालाः

श्री ओम बिरलाः

श्री गजेन्द्र सिंह शेखावतः

क्या सूचना और प्रसारण मंत्री यह बताने की कृपा करेंगे कि:

- (क) क्या देश में इलेक्ट्रॉनिक और प्रिंट मीडिया में भ्रामक और छद्म विज्ञापनों के मामले बढ़ते जा रहे हैं;
- (ख) यदि हां, तो तत्संबंधी ब्यौरा क्या है और गत तीन वर्षों में प्रत्येक वर्ष और चालू वर्ष के दौरान सरकार द्वारा इस संबंध में प्राप्त शिकायतों और मीडिया-वार की गई कार्रवाई का ब्यौरा क्या है;
- (ग) क्या सरकार का कंपनियों को अपने विज्ञापनों में किए गए वादों के संबंध में और अधिक जवाबदेह बनाने का विचार है, यदि हां, तो तत्संबंधी ब्यौरा क्या है और यदि नहीं, तो इसके क्या कारण हैं;
- (घ) क्या सरकार ने इस मामले में इलेक्ट्रॉनिक और प्रिंट मीडिया को कोई विनियम/दिशानिर्देश जारी किए हैं, यदि हां, तो तत्संबंधी ब्यौरा क्या है; और
- (ड.) अपने उत्पाद खरीदने के लिए कंपनियों द्वारा लोगों को धोखा देने वाले ऐसे विज्ञापनों पर रोक लगाने के लिए क्या विनियामक तंत्र स्थापित किया गया है?

उत्तर

सूचना और प्रसारण राज्य मंत्री
(कर्नल राज्यवर्धन राठौर) (सेवानिवृत्त)

(क) से (ड.): मंत्रालय के संज्ञान में इस प्रकार का कोई अध्ययन नहीं आया है। जहां तक प्राइवेट सैटेलाइट टीवी चैनलों का संबंध है, ऐसे चैनलों पर प्रसारित सभी विज्ञापनों का केबल टेलीविजन नेटवर्क नियम, 1994 के नियम 7 में निर्धारित विज्ञापन संहिता के अनुसार विनियमन किया जाता है। विज्ञापन संहिता के नियम 7(2)(viii)(क) में प्रावधान है कि ऐसे किसी विज्ञापन को अनुमति नहीं दी जाएगी जो सिगरेट, तंबाकू उत्पादकों, मदिरा, एल्कोहल, शराब अथवा अन्य मादक पदार्थों के उत्पादन, बिक्री या सेवन को प्रत्यक्ष या अप्रत्यक्ष रूप से प्रोत्साहित करता हो; बशर्ते कि किसी उत्पाद, जो उस ब्रैंड का नाम या लोगो का प्रयोग करता

.....जारी.....

हैं जो सिगरेट, तंबाकू उत्पाद, मदिरा, एल्कोहल, शराब या अन्य मादक पदार्थों के लिए भी प्रयोग किया जाता है, को उक्त नियम में विनिर्धारित कतिपय शर्तों के अध्यक्षीन केबल सेवा पर विज्ञापित किया जा सकता है। विज्ञापन संहिता के नियम 7(5) में प्रावधान है कि किसी भी विज्ञापन में ऐसे संदर्भ अंतर्विष्ट नहीं होंगे जिनसे जन-सामान्य के इस निष्कर्ष पर पहुंचने की संभावना हो कि विज्ञापित उत्पाद या उसके किसी घटक में कुछ विशेष या चमत्कारिक या अति-नैसर्गिक गुण या विशेषताएं हैं जिन्हें सिद्ध कर पाना कठिन हो।

मंत्रालय ने कार्यक्रम संहिता व विज्ञापन संहिता के उल्लंघन के संबंध में स्व-प्रेरणा से संज्ञान लेने या विशिष्ट शिकायतों की जांच करने हेतु अपर सचिव (सू. व प्र.) की अध्यक्षता में एक सामासिक अंतर-मंत्रालयीय समिति (आइएमसी) का गठन किया है जिसमें भारतीय विज्ञापन मानक परिषद के प्रतिनिधि सहित विभिन्न संबंधित मंत्रालयों के अधिकारी सदस्य के रूप में शामिल हैं। आइएमसी सिफारिशी क्षमता में कार्य करती है। आइएमसी की अनुशंसाओं के आधार पर शास्तियों और उनकी प्रमात्रा के संबंध में अंतिम निर्णय लिया जाता है। अपलिंकिंग और डाउनलिंकिंग दिशानिर्देशों में शास्तियों के लिए प्रावधान किया गया है। मंत्रालय सामान्यतः कार्यक्रम/विज्ञापन संहिताओं का अनुपालन करने हेतु चेतावनी या सलाहपत्र जारी करता है अथवा चैनलों को अपने चैनल पर क्षमायाचना स्कॉल चलाने के लिए कहता है। कभी-कभी उल्लंघन की गंभीरता के आधार पर निर्भर करते हुए चैनलों का अस्थायी रूप से सीमित अवधि के लिए प्रसारण भी बंद कर दिया जाता है। छद्मवेशित विज्ञापनों के संबंध में नियम 7(2)(viii)(क) और भ्रामक विज्ञापनों के संबंध में नियम 7(5) का उल्लंघन करके विज्ञापन प्रसारित करने वाले टीवी चैनलों के खिलाफ की गई कार्रवाई का ब्यौरा दर्शाने वाली सूची अनुलग्नक-I में दी गई है।

जहां तक प्रिंट मीडिया का संबंध है, भारत में समाचारपत्रों व समाचार एजेंसियों के मानकों को बरकरार रखने व उनमें सुधार लाने तथा साथ ही, प्रैस के बीच स्व-विनियमन के सिद्धांतों को आत्मसात कराने के लिए भी प्रैस परिषद अधिनियम, 1978 के अंतर्गत भारतीय प्रैस परिषद (पीसीआइ) नामक एक सांविधिक स्वायत्तशासी निकाय की स्थापना की गई है।

पीसीआइ ने उक्त अधिनियम की धारा 13(2) के अंतर्गत अपने उद्देश्यों की प्राप्ति के लिए प्रिंट मीडिया के अनुपालनार्थ "पत्रकारिता संबंधी आचरण के मानदण्ड" तैयार किए हैं। 'विज्ञापन' नामक विषय पर संगत मानदण्ड 36 अनुलग्नक-II में दिया गया है। पीसीआइ "पत्रकारिता संबंधी आचरण के मानदण्ड" के उल्लंघनस्वरूप प्रिंट मीडिया में प्रकाशित होने वाली विषय-वस्तु की स्वप्रेरणा से या शिकायतें प्राप्त होने पर संज्ञान लेती है। भारतीय प्रैस परिषद अपने द्वारा बनाए गए दिशानिर्देशों के अंतर्गत समाचारपत्र, समाचार एजेंसी, संपादक या पत्रकार को चेतावनी दे सकती है, डांट-फटकार लगा सकती है या उसकी निंदा कर सकती है अथवा संपादक या पत्रकार के आचरण का अननुमोदन कर सकती है। प्रिंट मीडिया में न्यायनिर्णयों की सूची अनुलग्नक-III में दी गई है।

