

भारत सरकार
सूचना और प्रसारण मंत्रालय
लोक सभा
तारांकित प्रश्न संख्या 288
(दिनांक 21.03.2023 को उत्तर देने के लिए)

आपत्तिजनक विज्ञापन

* 288.श्री संजय सदाशिवराव मांडलिक:

श्री धैर्यशील संभाजीराव माणे:

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

- (क) क्या भारतीय विज्ञापन मानक परिषद (एएससीआई) की रिपोर्ट के अनुसार, विगत तीन वित्तीय वर्ष और वित्तीय वर्ष 2023 की पहली तिमाही के दौरान पर्सनल केयर उत्पाद कंपनियों ने सर्वाधिक आपत्तिजनक विज्ञापन दिए हैं;
- (ख) यदि हां, तो तत्संबंधी ब्यौरा क्या है और ऐसे विज्ञापनों की वर्ष-वार कुल संख्या कितनी है;
- (ग) क्या सरकार को इस संबंध में उपभोक्ताओं से कोई शिकायतें प्राप्त हुई हैं और यदि हां, तो तत्संबंधी ब्यौरा क्या है और सरकार की क्या प्रतिक्रिया है;
- (घ) क्या सरकार ने आपत्तिजनक विज्ञापनों के प्रसारण में वृद्धि के कारणों का पता लगाने के लिए कोई अध्ययन कराया है और यदि हां, तो तत्संबंधी ब्यौरा क्या है;
- (ङ) क्या एएससीआई ने मुख्य रूप से संहिता का उल्लंघन करने के लिए जिम्मेदार सोशल मीडिया इन्फ्लुएन्सर्स के लिए कोई अलग दिशा-निर्देश जारी किए हैं और उनके द्वारा विज्ञापन संहिताओं के उल्लंघन को रोकने के लिए आवश्यक संशोधन किए हैं और यदि हां, तो तत्संबंधी ब्यौरा क्या है और इसके क्या परिणाम रहे हैं; और
- (च) विभिन्न प्लेटफार्मों पर आपत्तिजनक विज्ञापनों को रोकने के लिए सरकार द्वारा किए गए/किए जा रहे उपायों का ब्यौरा क्या है?

उत्तर

**सूचना और प्रसारण; और युवा कार्यक्रम और खेल मंत्री
(श्री अनुराग सिंह ठाकुर)**

(क) से (च): एक विवरण सभा पटल पर रख दिया गया है।

दिनांक 21.03.2023 के लोक सभा तारांकित प्रश्न संख्या *288 के भाग (क) से (च) के उत्तर में उल्लिखित विवरण

(क) से (च): भारतीय विज्ञापन मानक परिषद (एएससीआई) विज्ञापन उद्योग का एक गैर-सांविधिक, गैर-सरकारी, स्वैच्छिक स्व-नियमन संगठन है। इसकी रिपोर्ट, दिशा-निर्देश आदि इसकी वेबसाइट <https://ascionline.in/> पर उपलब्ध हैं।

प्राइवेट सैटेलाइट टीवी चैनलों पर प्रसारित सभी विज्ञापनों को केबल टेलीविजन नेटवर्क (विनियमन) अधिनियम, 1995 के तहत निर्धारित विज्ञापन संहिता और अधिनियम के तहत बनाए गए नियमों का पालन करना आवश्यक है।

प्रिंट मीडिया के लिए प्रेस परिषद अधिनियम, 1978 के तहत स्थापित एक सांविधिक निकाय, भारतीय प्रेस परिषद (पीसीआई) ने अपने 'पत्रकारिता आचरण के मानदंड' में विज्ञापनों से संबंधित मानदंड जारी किए हैं। पीसीआई का शिकायतों के निवारण के लिए एक शिकायत तंत्र है।

उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 2019 के प्रावधानों के तहत 24.07.2020 से एक केंद्रीय उपभोक्ता संरक्षण प्राधिकरण (सीसीपीए) की स्थापना की गई है, जो अन्य बातों के साथ-साथ भ्रामक विज्ञापनों पर या तो स्वतः संज्ञान लेकर या शिकायतों पर या केंद्र सरकार के निर्देशों पर जांच करता है। सीसीपीए ने 9 जून, 2022 को 'भ्रामक विज्ञापनों का निवारण और भ्रामक विज्ञापनों के लिए पृष्ठांकन मार्गदर्शक सिद्धांत, 2022' अधिसूचित किए हैं।
