

भारत सरकार
सूचना और प्रसारण मंत्रालय
लोक सभा
अतारांकित प्रश्न संख्या 1390
(दिनांक 31.07.2024 को उत्तर देने के लिए)

लागत प्रभावी सरकारी विज्ञापन

1390. श्री पी. वी. मिथुन रेड्डी:

एडवोकेट डीन कुरियाकोस:

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

- (क) सरकार द्वारा विगत पांच वर्षों के दौरान विज्ञापनों पर किए गए व्यय का ब्यौरा क्या है;
- (ख) क्या सरकार ने इन विज्ञापनों पर प्रतिफल की दर को सारणीबद्ध करने के लिए कोई मानदंड तैयार किए हैं;
- (ग) यदि हां, तो तत्संबंधी ब्यौरा क्या है;
- (घ) यदि नहीं, तो इसके क्या कारण हैं;
- (ङ) क्या सरकार की ऐसे ही परिणाम देने के लिए लागत प्रभावी विज्ञापन के वैकल्पिक तरीकों का उपयोग करने की कोई योजना है;
- (च) यदि हां, तो तत्संबंधी ब्यौरा क्या है; और
- (छ) यदि नहीं, तो इसके क्या कारण हैं?

उत्तर

सूचना और प्रसारण एवं संसदीय कार्य राज्य मंत्री

(डॉ. एल. मुरुगन)

(क): सरकार द्वारा पिछले पांच वर्षों के दौरान केंद्रीय संचार ब्यूरो (सीबीसी) के माध्यम से संचालित जागरूकता और प्रचार अभियानों पर किया गया व्यय प्रति वर्ष 300 करोड़ रुपये से 700 करोड़ रुपये के बीच हुआ है।

(ख) से (घ): सीबीसी विभिन्न सरकार की स्कीमों, कार्यक्रमों और पहलों के बारे में सूचना का प्रसार करने और जागरूकता पैदा करने के लिए विभिन्न मीडिया प्लेटफॉर्मों के माध्यम से ग्राहक मंत्रालयों/विभागों की ओर से जागरूकता अभियान चलाता है। ऐसे अभियानों का प्रभाव स्कीमों के लिए नामांकन में वृद्धि, कर संग्रह और कर के दायरे में वृद्धि, स्वास्थ्य संकेतकों में सुधार आदि से परिलक्षित होता है।

(ड) से (छ): सीबीसी ग्राहक मंत्रालय/विभाग द्वारा इंगित मैसेजिंग की प्रकृति, लक्षित दर्शकों, बजट आदि के अनुसार विभिन्न प्लेटफॉर्मों के मीडिया मिक्स के माध्यम से विभिन्न सरकारी स्कीमों, कार्यक्रमों और पहलों के लिए सबसे किफायती तरीके से जागरूकता अभियान चलाता है।
