

भारत सरकार
सूचना और प्रसारण मंत्रालय
लोक सभा
तारांकित प्रश्न संख्या 4
(दिनांक 21.06.2019 को उत्तर देने के लिए)

भ्रामक विज्ञापन

*4. डॉ. किरिट पी. सोलंकी:

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

- (क) क्या सरकार ने देश में टेलीविजन सहित विभिन्न मीडिया में भ्रामक विज्ञापनों में हुई वृद्धि को संज्ञान में लिया है;
- (ख) यदि हां, तो ऐसे प्रचारों/विज्ञापनों के बारे में प्राप्त शिकायतों का ब्यौरा क्या है और नियमों/दिशानिर्देशों का उल्लंघन करने के लिए ब्रांडों और चैनलों के विरुद्ध क्या कार्रवाई की गई है;
- (ग) सरकार ने प्रसारित किए जा रहे विज्ञापनों की विषय वस्तु की निगरानी करने के लिए कौन से कदम उठाए हैं;
- (घ) भारतीय विज्ञापन मानक परिषद् (एएससीआई) की भूमिका क्या है और भ्रामक विज्ञापनों संबंधी उसकी मूल्यांकन रिपोर्ट का ब्यौरा क्या है; और
- (ङ) इस संबंध में सरकार के प्रस्ताव तथा निर्देश क्या हैं?

उत्तर

**पर्यावरण, वन एवं जलवायु परिवर्तन तथा सूचना और प्रसारण मंत्री
(श्री प्रकाश जावड़ेकर)**

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

दिनांक 21.06.2019 के लोक सभा तारांकित प्रश्न संख्या 4 के भाग (क) से (ड) के उत्तर में यथा उल्लिखित विवरण

(क) और (ख): सरकार ने भ्रामक विज्ञापनों से जुड़े मामलों का समाधान करने के लिए एक संस्थागत तंत्र बनाया है। इस उद्देश्य से केबल टेलीविजन नेटवर्क (विनियमन) अधिनियम, 1995 में टीवी पर दिखाए जाने वाले विज्ञापनों की निगरानी हेतु विज्ञापन संहिता का प्रावधान किया गया है। वर्ष 2015 में उपभोक्ता मामले विभाग (डीओसीए) ने एक पोर्टल-भ्रामक विज्ञापनों के विरुद्ध शिकायतें (जीएएमए), की शुरुआत की है जिससे कि उपभोक्ता भ्रामक विज्ञापनों के विरुद्ध अपनी शिकायतें पंजीकृत कराने में समर्थ हो सकें। मार्च, 2015 से मई, 2019 के दौरान विज्ञापनों के संबंध में प्राप्त 6710 शिकायतों का सफलतापूर्वक समाधान कर लिया गया है।

(ग) से (ड): सूचना और प्रसारण मंत्रालय ने टीवी पर प्रसारित किए जाने वाले कार्यक्रमों एवं विज्ञापनों के विषय-वस्तु संबंधी मामलों की जांच करने के लिए केबल टेलीविजन नेटवर्क (विनियमन) अधिनियम, 1995 की धारा 20 के तहत वर्ष 2005 में एक स्थाई अंतर-मंत्रालयीय समिति का गठन किया था।

जहां तक प्रिंट मीडिया का संबंध है, प्रेस परिषद अधिनियम, 1978 के अंतर्गत गठित भारतीय प्रेस परिषद (पीसीआई) भारत में समाचारपत्रों एवं समाचार एजेंसियों के मानकों को कायम रखने तथा उनमें सुधार लाने के साथ-साथ प्रेस में स्व-विनियमन के सिद्धांतों को समझाने के लिए भी अधिदेशित है।

एक स्वैच्छिक विनियामक संगठन के रूप में भारतीय विज्ञापन मानक परिषद (एएससीआई) सभी प्रकार की मीडिया, यथा, प्रिंट, टीवी, रेडियो, होर्डिंग्स, एसएमएस, ई-मेलर्स, इंटरनेट/वेबसाइट, उत्पाद पैकेजिंग, ब्रोशरों, प्रचार सामग्री तथा बिक्री केंद्र की सामग्री इत्यादि के संबंध में शिकायतों की जांच करता है।
