भारत सरकार

सूचना और प्रसारण मंत्रालय

लोक सभा

अतारांकित प्रश्न संख्या 4202

(दिनांक 18.03.2026 को उत्तर देने के लिए)

बच्चों को लक्षित करने वाले विज्ञापन

4202. श्री सुरेश कुमार शेटकरः

क्या सूचना और प्रसारण मंत्री यह बताने की कृपा करेंगे किः

(क) क्या आपत्तिजनक विज्ञापनों के संबंध में जनता से प्राप्त शिकायतों का समाधान निर्धारित समय-सीमा के भीतर कर दिया जाता है और यदि हां, तो तत्संबंधी निपटारे के आंकड़े क्या हैं और इसके लिए क्या निगरानी प्रणाली अपनाई गई है;

(ख) क्या भ्रामक दावों या हानिकारक विषय-वस्तु के साथ बच्चों को लक्षित करने वाले विज्ञापनों को विशेष रूप से विनियमित किया जाता है और यदि हां, तो इसके लिए क्या सुरक्षा उपाय किए गए हैं और उनके प्रवर्तन का ब्यौरा क्या है;

(ग) क्या मीडिया प्लेटफार्मों पर विज्ञापनों में अनिवार्य अस्वीकरण संबंधी मानकों और पारदर्शिता मानदंडों को लागू करने का कोई प्रस्ताव है और यदि हां, तो तत्संबंधी नीतिगत व्यौरा क्या है;

(घ) क्या विज्ञापन एजेंसियों या ब्रांडों में से बार-बार अपराध करने वालों को काली सूची में डाला जाता है या प्रसारण से प्रतिबंधित किया जाता है और यदि हां, तो क्या मानदंड अपनाए गए हैं और कितनी कंपनियों को दंडित किया गया है; और

(ङ) क्या सरकार की उभरते हुए डिजिटल विज्ञापन पारिस्थितिकी तंत्र में जवाबदेही सुनिश्चित करने के लिए एक मजबूत सांविधिक विज्ञापन विनियामक प्राधिकरण स्थापित करने की योजना है और यदि हां, तो तत्संबंधी ब्यौरा क्या है और यदि नहीं, तो इसके क्या कारण हैं?

उत्तर

सूचना और प्रसारण एवं संसदीय कार्य राज्य मंत्री

(डॉ. एल. मुरूगन)

(क) से (ड़): वर्तमान विनियामक ढाँचे के अनुसार, प्राइवेट सैटलाइट टीवी चैनलों पर प्रसारित सभी विज्ञापनों को केबल टेलीविजन नेटवर्क (विनियमन) अधिनियम, 1995 तथा उसके अंतर्गत बनाए गए नियमों के अधीन विनिर्दिष्ट विज्ञापन संहिता का पालन करना अपेक्षित है। विज्ञापन संहिता, अन्य बातों के साथ, यह प्रावधान करती है कि–

नियम7(5): कोई भी विज्ञापन ऐसे संदर्भों को सम्मिलित नहीं करेगा जो जनता को यह अनुमान निकालने के लिए प्रेरित कर सकते हों कि विज्ञापित उत्पाद या उसके किसी अवयव में कोई विशेष या चमत्कारी या अलौकिक गुण या विशेषता है, जिसका प्रमाण देना कठिन है।

नियम7(7): कोई भी ऐसा विज्ञापन जो बच्चों की सुरक्षा को संकट में डालता हो या उनमें अस्वास्थ्यकर प्रथाओं के प्रति कोई रुचि उत्पन्न करता हो या उन्हें भीख माँगते हुए अथवा अवमाननापूर्ण या अशोभनीय तरीके से दर्शाता हो, केबल सेवा में प्रसारित नहीं किया जाएगा।

नियम7(9): कोई भी ऐसा विज्ञापन जो भारत में सार्वजनिक प्रदर्शन हेतु समय-समय पर भारतीय विज्ञापन मानक परिषद (एएससीआई), मुंबई द्वारा अपनाई गई विज्ञापन में स्व-नियमन संहिता का उल्लंघन करता हो, केबल सेवा में प्रसारित नहीं किया जाएगा।

केबल टेलीविजन नेटवर्क (संशोधन) नियम, 2021, टेलीविजन चैनलों द्वारा प्रसारित सामग्री से संबंधित नागरिकों की शिकायतों/अभ्यावेदनों के निवारण हेतु एक वैधानिक त्रि-स्तरीय तंत्र प्रदान करते हैं। तीन-स्तरीय शिकायत निवारण संरचना निम्नानुसार है–

i. स्तर I - प्रसारकों द्वारा स्व-नियमन,

ii. स्तर II - प्रसारकों के स्व-नियामक निकायों द्वारा स्व-नियमन, तथा

iii. स्तर III - केन्द्रीय सरकार द्वारा पर्यवेक्षण तंत्र।

केबल टेलीविजन नेटवर्क (संशोधन) नियम, 2021 का नियम 16 यह प्रावधान करता है कि कोई भी व्यक्ति, जो किसी चैनल के कार्यक्रम की सामग्री से इस आधार पर व्यथित है कि वह विज्ञापन संहिता के अनुरूप नहीं है, अपनी शिकायत लिखित रूप में प्रसारक को प्रस्तुत कर सकता है। परंतु यह कि जहाँ ऐसी शिकायत भारतीय विज्ञापन मानक परिषद (एएससीआई) द्वारा निर्धारित विज्ञापन संहिता से संबंधित हो, ऐसी शिकायत उक्त परिषद को संबोधित की जा सकती है और परिषद द्वारा निर्धारित प्रक्रिया के अनुसार उसका निपटान किया जाएगा। यह भी उपबंधित है कि एएससीआई शिकायत प्राप्त होने की तिथि से साठ दिनों के भीतर उस पर निर्णय करेगा और इसकी सूचना प्रसारक तथा शिकायतकर्ता को देगा।

केन्द्र सरकार द्वारा एक अंतर-विभागीय समिति (आईडीसी) का गठन किया गया है, जो कार्यक्रम संहिता और विज्ञापन संहिता के उल्लंघन अथवा अतिक्रमण से संबंधित शिकायतों की सुनवाई करती है। आईडीसी की सिफारिशों के अनुसार, प्राइवेट टीवी चैनलों के विरुद्ध परामर्श, चेतावनी, क्षमायाचना स्क्रॉल तथा ऑफ-एयर आदेश जारी कर उचित कार्रवाई की जाती है। मंत्रालय समय-समय पर प्रसारकों को विज्ञापन संहिता के अनुपालन को सुनिश्चित करने हेतु परामर्श भी जारी करता है।

भ्रामक विज्ञापनों को और अधिक नियंत्रित करने तथा माननीय उच्चतम न्यायालय के दिनांक 07.05.2024 के आदेश के अनुपालन में, इस मंत्रालय ने टीवी/रेडियो विज्ञापनों के लिए ब्रॉडकास्ट सेवा पोर्टल तथा प्रिंट/इंटरनेट विज्ञापनों के लिए प्रेस काउंसिल ऑफ इंडिया पोर्टल पर स्व-घोषणा प्रमाणपत्र (एसडीसी) अपलोड करने हेतु एक नई सुविधा प्रारंभ की है। मंत्रालय ने दिनांक 03.07.2024 को एक परामर्श जारी करते हुए विज्ञापनदाताओं/विज्ञापन एजेंसियों को 'खाद्य एवं स्वास्थ्य क्षेत्र' से संबंधित उत्पादों एवं सेवाओं के विज्ञापनों के लिए वार्षिक एसडीसी उपर्युक्त पोर्टलों पर अपलोड करने की सलाह दी, जो विभिन्न मीडिया मंचों अर्थात् प्रिंट/इलेक्ट्रॉनिक/इंटरनेट पर प्रकाशित होते हैं।

उपभोक्ता मामलों के मंत्रालय के अधीन केन्द्रीय उपभोक्ता संरक्षण प्राधिकरण ने दिनांक 9 जून, 2022 की अधिसूचना द्वारा "भ्रामक विज्ञापनों की रोकथाम हेतु दिशा-निर्देश, 2022" जारी किए हैं, जिनमें मिथ्या या भ्रामक विज्ञापनों की रोकथाम तथा उनसे संबंधित समर्थन के संबंध में दिशा-निर्देश निर्धारित किए गए हैं। इन दिशा-निर्देशों के उल्लंघन से संबंधित शिकायतों, जिनमें मिथ्या एवं भ्रामक विज्ञापन शामिल हैं, का निवारण उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 2019 के अंतर्गत किया जाता है।

*****