भारत सरकार

स्वास्थ्य और परिवार कल्याण मंत्रालय

स्वास्थ्य और परिवार कल्याण विभाग

लोक सभा

अतारांकित प्रश्न संख्या: 2095

31 जुलाई, 2026 को पूछे जाने वाले प्रश्न का उत्तर

औषधि और चमत्कारिक उपचार अधिनियम, 1954

2095. थिरु डॉ. एस. जगतरक्षकन:

क्या **स्वास्थ्य एवं परिवार कल्याण मंत्री** यह बताने की कृपा करेंगे कि:

(क) बड़े टेक प्लेटफार्मों और डिजिटल मध्यवर्तियों द्वारा औषधि और चमत्कारिक उपचार (आक्षेपणीय विज्ञापन) अधिनियम, 1954 के अनुपालन के संबंध में सरकार द्वारा क्या कार्रवाई की गई है;

(ख) कई ऑनलाइन प्लेटफार्मों पर उपचार, चिकित्सा और स्वास्थ्य संबंधी दावों से संबंधित भ्रामक विज्ञापनों के प्रसार को रोकने के लिए सरकार द्वारा क्या पहल की गई है;

(ग) डिजिटल इकोसिस्टम में औषधि और चमत्कारिक उपचार (आक्षेपणीय विज्ञापन) अधिनियम, 1954 के प्रावधानों की निगरानी, जांच और प्रवर्तन के लिए सरकार द्वारा क्या व्यवस्थाएं की गई हैं;

(घ) सरकार द्वारा देश में ऑनलाइन सेवा प्रदाताओं और विज्ञापनदाताओं के बीच जवाबदेही, पारदर्शिता और जिम्मेदार विज्ञापन व्यवहार को सुदृढ़ करने के लिए क्या उपाय लागू किए गए हैं; और

(ङ) देश में स्वास्थ्य और चिकित्सा उपचार से संबंधित हानिकारक, भ्रामक और अप्रमाणित दावों से नागरिकों की सुरक्षा के संबंध में सरकार द्वारा कितनी प्रगति हासिल की गई है तथा प्रस्तावित भावी पहलें क्या हैं?

उत्तर

स्वास्थ्य और परिवार कल्याण मंत्रालय में राज्य मंत्री

(श्रीमती अनुप्रिया पटेल)

(क) से (ङ): औषधियों से संबंधित विज्ञापनों को औषधि और चमत्कारिक उपचार (आक्षेपणीय विज्ञापन) अधिनियम, 1954 के प्रावधानों के तहत विनियमित किया जाता है, जिसे राज्य सरकारें प्रशासित करती हैं। वर्ष 2015 में ओषधि और सौंदर्य प्रसाधन सामग्री नियम, 1945 में संशोधन किया गया और इस आशय का प्रावधान किया गया कि अनुसूची एच, अनुसूची एच1 और अनुसूची एक्स (औषध पत्र-औषधियां) में विनिर्दिष्ट औषधि का कोई भी विज्ञापन केंद्रीय सरकार की पूर्व स्वीकृति के बिना नहीं किया जाएगा।

राज्य लाइसेंसिंग प्राधिकरणों को अनुपालन न करने के मामलों में कार्रवाई करने का अधिकार प्राप्त है। जब कभी सीडीएससीओ को भ्रामक विज्ञापन से संबंधित कोई मामला प्राप्त होता है, तो उसे संबंधित राज्य लाइसेंसिंग प्राधिकरणों को समुचित कार्रवाई के लिए अग्रेषित कर दिया जाता है।

मौजूदा विनियामक ढांचे के अनुसार, निजी सैटेलाइट टीवी चैनलों पर प्रसारित सभी विज्ञापनों को केबल टेलीविजन नेटवर्क (विनियमन) अधिनियम, 1995 के अंतर्गत निर्धारित विज्ञापन संहिता और इसके तहत बनाए गए नियमों का अनुपालन करना अनिवार्य है। विज्ञापन संहिता के नियम 7(5) में अन्य बातों के साथ-साथ यह प्रावधान है कि 'कोई भी विज्ञापन ऐसा संदर्भ नहीं देगा जो सामान्यजन को यह अनुमान लगाने के लिए प्रेरित कर सके कि विज्ञापित उत्पाद या उसके किसी घटक में कोई विशेष, चमत्कारी या अलौकिक गुण या गुणवत्ता है, जिसे प्रमाणित करना कठिन है।' जब विज्ञापन संहिता के किसी भी प्रावधान का उल्लंघन पाया जाता है, तो निजी टीवी चैनलों के विरुद्ध उचित कार्रवाई की जाती है। सूचना और प्रसारण मंत्रालय समय-समय पर प्रसारकों को विज्ञापन संहिता का अनुपालन सुनिश्चित करने के लिए परामर्शी जारी करता है।

केंद्रीय उपभोक्ता संरक्षण प्राधिकरण (केंद्रीय प्राधिकरण/सीसीपीए) की स्थापना उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 2019 की धारा 10 के अंतर्गत उपभोक्ताओं के अधिकारों के उल्लंघन, अनुचित व्यापार प्रथाओं और झूठे या भ्रामक विज्ञापनों से संबंधित मामलों को विनियमित करने तथा एक वर्ग के रूप में उपभोक्ताओं के अधिकारों की रक्षा और प्रवर्तन करने के लिए की गई है।

केंद्रीय उपभोक्ता संरक्षण प्राधिकरण (सीसीपीए) ने, उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 2019 की धारा 18 द्वारा प्रदत्त शक्तियों का प्रयोग करते हुए, "भ्रामक विज्ञापनों की रोकथाम और भ्रामक विज्ञापनों के लिए समर्थन हेतु दिशानिर्देश, 2022" जारी किए। ये दिशानिर्देश गैर-भ्रामक और वैध विज्ञापन की शर्तें, प्रलोभन विज्ञापन, प्रतिस्थापन विज्ञापन पर निषेध, बच्चों को लक्षित करके विज्ञापन, विज्ञापन में अस्वीकरण तथा विनिर्माता, सेवा प्रदाता, विज्ञापनदाता और विज्ञापन एजेंसी के दायित्व निर्धारित करते हैं।

*****