भारत सरकार
उपभोक्ता मामले, खाद्य और सार्वजनिक वितरण मंत्रालय
उपभोक्ता मामले विभाग

राज्य सभा
अतारांकित प्रश्न संख्या 847
जिसका उत्तर मंगलवार, 11 फरवरी, 2025 को दिया जाएगा

स्वास्थ्य देखभाल उत्पादों में भ्रामक विज्ञापनों की निगरानी

847. श्री मल्लिकार्जुन खरगे:

क्या उपभोक्ता मामले, खाद्य और सार्वजनिक वितरण मंत्री यह बताने की कृपा करेंगे कि:

(क) क्या सरकार ने माननीय उच्चतम न्यायालय के निर्देशानुसार स्वास्थ्य सेवा और औषधीय उत्पादों से संबंधित भ्रामक विज्ञापनों के विरुद्ध शिकायतों को सार्वजनिक करने और उन पर नजर रखने के लिए एक केंद्रीकृत डैशबोर्ड स्थापित करने पर विचार किया है;
(ख) यदि हां, तो इसके कार्यान्वयन का ब्यौरा और समय-सीमा क्या है;
(ग) यदि नहीं, तो इसके क्या कारण हैं; और
(घ) राज्यों में ऐसी शिकायतों की निगरानी और समाधान में आने वाली चुनौतियों से निपटने के लिए क्या उपाय किए जा रहे हैं?

उत्तर
उपभोक्ता मामले, खाद्य और सार्वजनिक वितरण राज्य मंत्री
(श्री बी. एल. वर्मा)

(क) से (घ) : वैश्वीकरण, प्रौद्योगिकियों, ई-कॉमर्स बाजारों आदि के नए युग में उपभोक्ता संरक्षण को नियंत्रित करने वाले ढांचे को आधुनिक बनाने के उद्देश्य से उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 1986 को निरस्त कर दिया गया और उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 2019 अधिनियमित किया गया।

उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 2019 की धारा 2(28) के तहत, किसी भी उत्पाद या सेवा के संबंध में "भ्रामक विज्ञापन" को ऐसे विज्ञापन के रूप में परिभाषित किया गया है, जो- (i) किसी उत्पाद या सेवा का मिथ्या वर्णन करता है; या (ii) किसी उत्पाद या सेवा की प्रकृति, पदार्थ, मात्रा या गुणवत्ता के बारे में उपभोक्ताओं को झूठी गारंटी देता है या गुमराह करने की संभावना रखता है; या (iii) एक खास या निहित प्रतिनिधित्व व्यक्त करता है, जो यदि विनिर्माता या विक्रेता या उसके सेवा प्रदाता द्वारा किया जाता है, तो यह एक अनुचित व्यापार प्रथा होगी; या (iv) जानबूझकर महत्वपूर्ण जानकारी छिपाता है।

उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 2019 के प्रावधानों के तहत, केंद्रीय उपभोक्ता संरक्षण प्राधिकरण जो एक कार्यकारी एजेंसी है, 24.07.2020 को अस्तित्व में आया। इसे हस्तक्षेप करने, अनुचित व्यापार प्रथाओं से होने वाले उपभोक्ता नुकसान को रोकने और कानूनी कार्रवाई शुरू करने के लिए बनाया गया है, जिसमें उत्पादों को वापस मंगाना, वापस करना और रिफंड शामिल है। इसका मुख्य कार्य जनता के हित के लिए हानिकारक झूठे या भ्रामक विज्ञापनों को रोकना और विनियमित करना है।

सीसीपीए ने 9 जून, 2022 को भ्रामक विज्ञापनों की रोकथाम और भ्रामक विज्ञापनों के पृष्ठांकन के लिए दिशानिर्देश, 2022 को अधिसूचित किया है। ये दिशानिर्देश अन्य बातों के साथ-साथ प्रावधान करते हैं; (क) किसी विज्ञापन को वैध और गैर-भ्रामक मानने की शर्तें; (ख) लुभावने विज्ञापन और मुफ्त दावा विज्ञापनों के मामले में अनुपालन की जाने वाली शर्तें; और, (ग) विनिर्माता, सेवा प्रदाता, विज्ञापनकर्ता और विज्ञापन एजेंसी के कर्तव्य। इन दिशानिर्देशों के अनुसार, पृष्ठांकनकर्ता में वह व्यक्ति या समूह या संस्था शामिल है जो किसी विज्ञापन में किसी वस्तु, उत्पाद या सेवा का पृष्ठांकन करता है, जिसकी राय, विश्वास, खोज या अनुभव वह संदेश है जिसे वह विज्ञापन प्रतिबिंबित करता है। इन दिशानिर्देशों में कहा गया है कि विज्ञापनों के समर्थन के लिए सम्यक तत्परता बरतना आवश्यक है, ताकि किसी भी विज्ञापन में पृष्ठांकन, उस व्यक्ति, समूह या संगठन की वास्तविक, यथोचित वर्तमान राय को प्रतिबिंबित करे, तथा दर्शाए गए सामान, उत्पाद या सेवा के बारे में पर्याप्त जानकारी या अनुभव पर आधारित हो, तथा किसी भी प्रकार से भ्रामक न हो। इसमें स्पष्ट किया गया है कि अगर भारतीय पेशेवरों को, चाहे वे भारत के निवासी हों या नहीं, किसी भी कानून के तहत किसी भी पेशे से संबंधित किसी भी विज्ञापन में पृष्ठांकन करने से रोका गया है, तो ऐसे पेशे के विदेशी पेशेवरों को भी ऐसे विज्ञापन में पृष्ठांकन करने की अनुमति नहीं दी जाएगी।

उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 2019 की धारा 21(2) के अनुसार, झूठे या भ्रामक विज्ञापन के मामले में, सीसीपीए विनिर्माता या पृष्ठांकनकर्ता पर 10 लाख रुपये तक का जुर्माना लगा सकता है या बार-बार उल्लंघन करने पर 50 लाख रुपये तक का जुर्माना लगा सकता है।

भारतीय मानक ब्यूरो (बीआईएस) ने 23 नवंबर, 2022 को 'ऑनलाइन उपभोक्ता समीक्षाएं - उनके संग्रह, मॉडरेशन और प्रकाशन के लिए सिद्धांत और आवश्यकताएं' पर ढांचा अधिसूचित किया है। यह ढांचा ई-कॉमर्स में नकली और भ्रामक समीक्षाओं को संबोधित कर उपभोक्ता हितों की रक्षा करता है। हालांकि, मानक स्वैच्छिक हैं लेकिन हर उस ऑनलाइन प्लेटफ़ॉर्म पर लागू होते हैं जो उपभोक्ता समीक्षाएं प्रकाशित करता है। मानक के मार्गदर्शक सिद्धांत ईमानदारी, सटीकता, गोपनीयता, सुरक्षा, पारदर्शिता, पहुंच और जवाबदेही हैं।

मौजूदा विनियामक ढांचे के अनुसार, सभी निजी टीवी चैनलों को केबल टेलीविजन नेटवर्क (विनियमन) अधिनियम, 1995 के तहत निर्धारित विज्ञापन संहिता और उसके तहत बनाए गए नियमों का पालन करना आवश्यक है। विज्ञापन संहिता के नियम 7(5) में अन्य बातों के साथ-साथ यह प्रावधान है कि 'किसी भी विज्ञापन में ऐसे संदर्भ नहीं होने चाहिए, जिससे जनता को यह अनुमान लगाने की संभावना हो कि विज्ञापित उत्पाद या उसके किसी घटक में कोई विशेष या चमत्कारी या अलौकिक गुण है, जिसे साबित करना मुश्किल है।' विज्ञापन संहिता के किसी भी प्रावधान का उल्लंघन पाए जाने पर निजी सैटेलाइट टीवी चैनलों के खिलाफ उचित कार्रवाई की जाती है।

भ्रामक विज्ञापनों पर अंकुश लगाने और माननीय सर्वोच्च न्यायालय के दिनांक 07.05.2024 के आदेश के अनुपालन में, सूचना और प्रसारण मंत्रालय ने टीवी/रेडियो विज्ञापनों के लिए प्रसारण सेवा पोर्टल और प्रिंट/इंटरनेट विज्ञापनों के लिए प्रेस काउंसिल ऑफ इंडिया पोर्टल पर क्रमशः स्व-घोषणा प्रमाणपत्र (एसडीसी) अपलोड करने के लिए एक नई सुविधा शुरू की है। सूचना और प्रसारण मंत्रालय ने 03.07.2024 को एक एडवाइजरी जारी की, जिसमें विज्ञापनदाताओं/विज्ञापन एजेंसियों को उपरोक्त पोर्टलों पर विभिन्न मीडिया प्लेटफॉर्म अर्थात प्रिंट/इलेक्ट्रॉनिक/इंटरनेट पर प्रकाशित 'खाद्य और स्वास्थ्य क्षेत्रों' से संबंधित उत्पादों और सेवाओं से संबंधित विज्ञापनों के लिए वार्षिक स्व-घोषणा प्रमाणपत्र अपलोड करने की सलाह दी गई।

इसके अलावा, औषधि एवं जादुई उपचार (आपत्तिजनक विज्ञापन) अधिनियम, 1954 और इसके तहत बनाए गए नियमों में आयुष दवाओं सहित दवाओं और औषधीय पदार्थों के भ्रामक विज्ञापनों और अतिरंजित दावों पर रोक लगाने के प्रावधान शामिल हैं, जो प्रिंट और इलेक्ट्रॉनिक मीडिया में दिखाई देते हैं। राज्य/केंद्र शासित प्रदेश सरकारों को औषधि एवं जादुई उपचार (आपत्तिजनक विज्ञापन) अधिनियम, 1954 और इसके तहत बनाए गए नियमों के प्रावधानों को लागू करने का अधिकार है।

आयुष औषधियों के लिए फार्माकोविजिलेंस कार्यक्रम आयुष मंत्रालय की केंद्रीय क्षेत्र स्कीम के तहत आयुष औषधि गुणवत्ता एवं उत्पादन संवर्धन योजना (एओजीयूएसवाई) का एक घटक है और देश के विभिन्न हिस्सों में आयुर्वेद, सिद्ध, यूनानी और होम्योपैथी (एएसयूएंडएच) औषधियों के लिए फार्माकोविजिलेंस केंद्र स्थापित किए गए हैं। इन केंद्रों को भ्रामक विज्ञापनों की निगरानी करने और संबंधित राज्य नियामक प्राधिकरणों को रिपोर्ट करने का अधिकार है ताकि चूककर्ता के खिलाफ उचित कार्रवाई की जा सके। यह कार्यक्रम देश भर में स्थापित एक राष्ट्रीय फार्माकोविजिलेंस केंद्र (एनपीवीसीसी), पांच मध्यवर्ती फार्माकोविजिलेंस केंद्रों (आईपीवीसी) और 99 पेरिफेरल फार्माकोविजिलेंस केंद्रों (पीपीवीसी) के तीन-स्तरीय नेटवर्क के माध्यम से काम कर रहा है। आयुष मंत्रालय के अंतर्गत अखिल भारतीय आयुर्वेद संस्थान (एआईएआईआईए), नई दिल्ली आयुर्वेद, सिद्ध, यूनानी और होम्योपैथी दवाओं के लिए राष्ट्रीय फार्माकोविजिलेंस कार्यक्रम के कार्यान्वयन के लिए राष्ट्रीय फार्माकोविजिलेंस समन्वय केंद्र (एनपीवीसीसी) है। आपत्तिजनक विज्ञापनों की रिपोर्ट पीपीवीसी द्वारा संबंधित राज्य लाइसेंसिंग प्राधिकरणों को दी जा रही है।

******