

Vol 6 Issue 3 Dec 2016

ISSN No : 2249-894X

*Monthly Multidisciplinary
Research Journal*

*Review Of
Research Journal*

Chief Editors

Ashok Yakkaldevi
A R Burla College, India

Ecaterina Patrascu
Spiru Haret University, Bucharest

Kamani Perera
Regional Centre For Strategic Studies,
Sri Lanka

Review Of Research Journal is a multidisciplinary research journal, published monthly in English, Hindi & Marathi Language. All research papers submitted to the journal will be double - blind peer reviewed referred by members of the editorial Board readers will include investigator in universities, research institutes government and industry with research interest in the general subjects.

Regional Editor

Dr. T. Manichander

Advisory Board

Kamani Perera Regional Centre For Strategic Studies, Sri Lanka	Delia Serbescu Spiru Haret University, Bucharest, Romania	Mabel Miao Center for China and Globalization, China
Ecaterina Patrascu Spiru Haret University, Bucharest	Xiaohua Yang University of San Francisco, San Francisco	Ruth Wolf University Walla, Israel
Fabricio Moraes de Almeida Federal University of Rondonia, Brazil	Karina Xavier Massachusetts Institute of Technology (MIT), USA	Jie Hao University of Sydney, Australia
Anna Maria Constantinovici AL. I. Cuza University, Romania	May Hongmei Gao Kennesaw State University, USA	Pei-Shan Kao Andrea University of Essex, United Kingdom
Romona Mihaila Spiru Haret University, Romania	Marc Fetscherin Rollins College, USA	Loredana Bosca Spiru Haret University, Romania
	Liu Chen Beijing Foreign Studies University, China	Ilie Pinteau Spiru Haret University, Romania
Mahdi Moharrampour Islamic Azad University buinzahra Branch, Qazvin, Iran	Nimita Khanna Director, Isara Institute of Management, New Delhi	Govind P. Shinde Bharati Vidyapeeth School of Distance Education Center, Navi Mumbai
Titus Pop PhD, Partium Christian University, Oradea, Romania	Salve R. N. Department of Sociology, Shivaji University, Kolhapur	Sonal Singh Vikram University, Ujjain
J. K. VIJAYAKUMAR King Abdullah University of Science & Technology, Saudi Arabia.	P. Malyadri Government Degree College, Tandur, A.P.	Jayashree Patil-Dake MBA Department of Badruka College Commerce and Arts Post Graduate Centre (BCCAPGC), Kachiguda, Hyderabad
George - Calin SERITAN Postdoctoral Researcher Faculty of Philosophy and Socio-Political Sciences Al. I. Cuza University, Iasi	S. D. Sindkhedkar PSGVP Mandal's Arts, Science and Commerce College, Shahada [M.S.]	Maj. Dr. S. Bakhtiar Choudhary Director, Hyderabad AP India.
REZA KAFIPOUR Shiraz University of Medical Sciences Shiraz, Iran	Anurag Misra DBS College, Kanpur	AR. SARAVANAKUMARALAGAPPA UNIVERSITY, KARAIKUDI, TN
Rajendra Shendge Director, B.C.U.D. Solapur University, Solapur	C. D. Balaji Panimalar Engineering College, Chennai	V.MAHALAKSHMI Dean, Panimalar Engineering College
	Bhavana vivek patole PhD, Elphinstone college mumbai-32	S.KANNAN Ph.D , Annamalai University
	Awadhesh Kumar Shirotriya Secretary, Play India Play (Trust), Meerut (U.P.)	Kanwar Dinesh Singh Dept.English, Government Postgraduate College , solan

More.....



औषधि एवं चमत्कारिक उपचार से सम्बद्ध विज्ञापनों के प्रकाशन रोकथाम प्रयास

डॉ. गिरिजा शंकर शर्मा, महेश कुमार

¹विभागाध्यक्ष जनसंचार डॉ. भीमराव अंबेडकर विश्वविद्यालय, आगरा, उ.प्र.।

²पीएचडी शोधार्थी, पत्रकारिता एवं जन संचार विभाग, महात्मा ज्योतिराव फूले विश्वविद्यालय जयपुर, (राज.)

सारांश

आदिकाल से ही मानव सभ्यता के क्रमिक विकास पथ में विज्ञान और कलाओं के साथ-साथ विज्ञापन का भी विकास और विस्तार होता रहा है। विज्ञापन का इतिहास मानव सभ्यता के विकास के साथ ही जुड़ा है। आदिकाल से वर्तमान तक के वैज्ञानिक युग में मानव किसी न किसी रूप में कम या अधिक अपनी आवश्यकताओं के अनुसार विज्ञापन पर निर्भर रहा है। चित्रों, चिन्हों एवं, डुग-डुगी बजाने से लेकर समाचार पत्र, रेडियों, टीवी एवं सोशल मीडिया तक के सफर में विज्ञापन ने कई बदलाव देखे हैं। औषधि एवं चमत्कारिक उपचार (आक्षेपणीय) विज्ञापनों की समस्या समाचार पत्रों आगमन से लेकर आज आज तक बनी हुई है। इसे रोकना बहुत ही चुनोतीभरा कार्य है। इस शोध अध्ययन में इसी चुनोती से निपटने के लिए अब तक किये गये प्रयासों का विश्लेषण किया गया है।

प्रस्तावना

आदिकाल से वर्तमान तक मानव अपने विचारों को सम्प्रेषित करने के लिए चित्रों, चिन्हों और लिपि एवं आधुनिक संचार माध्यमों का प्रयोग करता रहा है। गुटनवर्ग के बाद के काल में पहला विज्ञापन सन् 1480 में इंग्लैण्ड में मुद्रित हुआ। यहीं से मुद्रित विकास यात्रा का इतिहास आरंभ होता है। लेकिन इससे पहले सन् 1477 में विलियम कैक्सटन द्वारा पोस्टर रूप में अंग्रेजी में विज्ञापन आरंभ किया था। सन् 1692 में इंग्लैण्ड से प्रकाशित प्रथम साप्ताहिक समाचार पत्र में संक्षिप्त विज्ञापन आरंभ हुए जिन्हें आजकल के



ये चमत्कारिक औषधि आप की खोई हुई सुनने की शक्ति दुबारा लोटा सकती है

वर्गीकृत विज्ञापन (क्लासीफाइड) का ही रूप कहा जा सकता है। सन् 1702 में पहला दैनिक पत्र 'कॉरेण्ट' प्रकाशित हुआ जिसमें वाणिज्यिक विज्ञापन प्रकाशित होने लगे तथा यह दैनिक वाणिज्यिक विज्ञापन का एक मात्र प्रतिदर्श माना गया। भारत में वर्तमान विज्ञापन का युगारंभ भारत में मुद्रणालय की स्थापना के बाद हुआ है। सन् 1780 में देश का पहला समाचार पत्र जेम्स आगस्ट हिक्की का 'बंगाल गजट या कैलकाटा एडवर्टाइजर' था। भारतीयों द्वारा संपादित एवं प्रकाशित 'संवाद कौमुदी' (बांग्ला संन 1821) ऐसा पहला भारतीय समाचार पत्र है जिसमें पुस्तकों एवं दवाइयों के विज्ञापन प्रकाशित हुआ था। समाचार पत्रों में प्रकाशित औषधि एवं चमत्कारिक उपचार (आक्षेपणीय विज्ञापनों की निरन्तर बढ़ती गई। सन् 1927 में नकली चिकित्सकों के गुप्त व्यवहार और औषधियों के अन्धाधुंध उपयोग को देखते हुए स्टेट कॉन्सिल द्वारा अध्यादेश लाया गया जिसमें इन दवाओं के माननकीकरण एवं बिक्री पर तत्काल प्रभाव से रोक लगाने की बात कही गई। इसी तरह से अगस्त 1930 में भारत सरकार

बिक्री पर तत्काल प्रभाव से रोक लगाने की बात कही गई। अगस्त 1930 में भारत सरकार द्वारा सर आर एन चोपड़ा की अध्यक्षता में एक कमेटी का गठन किया गया। इस कमेटी ने अध्ययन कर रिपोर्ट दी कि औषधियों के आयात, उत्पादन एवं बिक्री पर नियंत्रण किया जाये।

औषधि एवं चमत्कारिक उपचार (आक्षेपणीय विज्ञापन) अधिनियम 1954

भारत में अशिक्षा एवं जागरूकता की कमी के कारण अधिकांश आबादी अन्धाविश्वास एवं कुरीतियों से ग्रसित होने के कारण देवी-देवताओं के यहाँ झाड़-फूंक, ताबीज, तिलिस्मों, मंत्रों आदि से रोगों का इलाज कराने की प्रवृत्ति इसका एक अच्छा उदाहरण है। इस आशय के विज्ञापन को पत्र-पत्रिकाओं में प्रकाशित होने से रोकने के लिये औषधि एवं चमत्कारिक उपचार (आक्षेपणीय विज्ञापन) अधिनियम 1954 पारित किया गया। जिसका मुख्य उद्देश्य ऐसे विज्ञापनों को विनियमित एवं नियंत्रित करना है जिससे गांव-देहात के सीधे-साधे, अशिक्षित एवं कम जागरूकता वाले व्यक्ति इन श्रमित करने वाले विज्ञापनों के जाल में फंस कर अपने जीवन को संकट में ना डाल लें। अधिनियम की धारा 2 क में शब्द 'विज्ञापन' एवं 'औषधि' की परिभाषा दी गई है। विज्ञापन से अभिप्राय किसी सूचना, परिपत्र, लेबल, रेपर या अन्य दस्तावेज तथा मौखिक रूप से या प्रकाश, ध्वनि एवं ध्रुप से उत्पन्न या प्रेषित कर की गई घोषणा से है। औषधि के अन्तर्गत निम्नांकित को

द्वारा सर आर एन चोपड़ा की अध्यक्षता में एक कमेटी का गठन किया गया। इस कमेटी ने अध्ययन कर रिपोर्ट दी कि औषधियों के आयात, उत्पादन एवं बिक्री पर नियंत्रण किया जाये। परन्तु औषधि एवं चमत्कारिक उपचार (आक्षेपणीय) विज्ञापनों का प्रकाशन जारी रहा। आजादी के बाद 1954 में औषधि एवं चमत्कारिक उपचार (आक्षेपणीय) विज्ञापन अधिनियम लागू किया गया। जिसके तहत 54 प्रकार की बीमारियों के उपचार के विज्ञापनों के प्रकाशन पर पूर्णतः रोक लगाई गई। इसके बाद भी अनेक रोकथाम प्रयास किये गये।

रोकथाम प्रयास एवं कानून

औषधि एवं चमत्कारिक उपचार (आक्षेपणीय) विज्ञापनों के प्रकाशन रोकथाम के लिए आजादी से पूर्व एवं बाद कई प्रयास किये गये। इस समस्या से निपटने के लिए कई कमेटियों का गठन किया गया तथा कई कानून बनाये गये। सन् 1927 में नकली चिकित्सकों के गुप्त व्यवहार और औषधियों के अन्धाधुंध उपयोग को देखते हुए स्टेट कॉन्सिल द्वारा अध्यादेश लाया गया जिसमें इन दवाओं के माननकीकरण एवं

सम्मिलित किया गया है—

(क) मनुष्य या पशुओं के आंतरिक या बाह्य प्रयोग के लिये औषधि ।

(ख) मनुष्य या पशुओं के भीतर के कार्बनिक कृत या संरचना पर किसी तरह से असर या प्रभाव डालने हेतु आशयित खाद्य के अतिरिक्त कोई अन्य वस्तु ।

(ग) मनुष्य या पशुओं में किसी रोग के निदान, रोग मुक्ति, शमन, उपचार और निवारण में प्रयोग हेतु कोई पदार्थ ।

(घ) उपरोक्त वर्णित किसी औषधि, पदार्थ या वस्तु के घटक के रूप में प्रयोग के लिये आशयित कोई वस्तु ।

अधिनियम की धारा 3 में कतिपय औषधियों एवं चमत्कारिक उपचारों के विज्ञापनों पर प्रतिबन्ध लगाया गया है ।

इस अधिनियम के अनुसार अंधता, अपेन्डिक्स, रक्त विषाक्तता, कैंसर, मोतियाबिन्द, बहरापन, मधुमेह, मस्तिष्क सम्बंधी रोग, तंत्रिका तंत्र सम्बंधी रोग, गर्भाशय सम्बंधी रोग, मासिक स्त्राव सम्बंधी रोग, पुरुष ग्रंथि विकार, मिर्गी रोग, स्त्री सम्बंधी रोग, सामान्य बुखार या ज्वर, दोरे, स्तनों के आकार में वृद्धि एवं सुडोलता सम्बंधी, पित्ताशय पथरी, वृक्क पथरी, मूत्राशय पथरी, गोंगरेन, ग्लूकोमा, गलगण्ड, हृदय रोग, उच्च और निम्न रक्त चाप, हाइड्रोसीन, हिस्टीरिया, बाल पक्षाघात, कुष्ठ रोग, श्वेत कुष्ठ रोग, हनुस्तंभ, मोटापा, पक्षाघात, फेफड़ों सम्बंधी रोग, निमोनिया, आमवात—संधिवात रोग, छोटी—बड़ी माता रोग, शारीरिक ढाँचा सम्बंधी रोग, महिलाओं में बांझपन, टीबी, टाइफाइड, अल्सर, असुरक्षित यौन सम्बंधों से महिलाओं में होने वाले रोग सहित 54 प्रकार की बीमारियों के विज्ञापनों पर पूर्णतः रोक लगायी गई है । इसके बाद संशोधन कर इसमें सेड्यूल 6 में अस्थमा और एड्स रोगों के नाम भी जोड़े गये ।

यदि कोई व्यक्ति इस अधिनियम के किसी उपबन्ध की अवहेलना करता है तो उसके लिए धारा 7 में छः माह तक की अवधि के कारावास अथवा जुर्माने के अथवा दोनों से दण्डित किये जाने की व्यवस्था है । ऐसे अपराध की पुनरावृत्ति पर एक वर्ष तक के कारावास से दण्डित किया जा सकता है ।

अनुसूची

धारा 3 (घ) और धारा 14 देखिए ,

क्र.सं. रोग, विकार या दशा का नाम

- | | |
|--|---|
| 1. अपेन्डीसाइटिस | 2. धमनी— काठिन्य |
| 3. अंधापन | 4. रक्त विषाक्तता |
| 5. ब्राइट रोग | 6. कैंसर |
| 7. मोतियाबिन्द | 8. बधिरता |
| 9. मधुमेह | 10. मस्तिष्क के रोग और विकार |
| 11. दृष्टि तंत्र के रोग और विकार | 12. गर्भाशय के रोग और विकार |
| 13. ऋतुप्लाव के विकार | 14. तंत्रिका तंत्र के विकार |
| 15. पुरःस्थ ग्रंथीय विकार | 16. झपासी |
| 17. अपस्मार | 18. स्त्रीरोग |
| 19. ज्वर (सामान्य) | 20. दोरे |
| 21. स्त्री—वक्ष का रूप और उसकी संरचना | 22. पित्ताश्रमरी, वृक्क, अश्रमरी और मूत्राशय, अश्रमरी |
| 23. कोढ़ | 24. सबलबाय |
| 25. घेंघा | 26. हृदय रोग |
| 27. ऊंचा या नीचा रक्तचाप | 28. हाइड्रोसील |
| 29. हिस्टीरिया | 30. शिशु लकवा |
| 31. उन्मत्तता | 32. कुष्ठ |
| 33. ल्यूकोडर्मा | 34. हनुस्तम्भ |
| 35. चलन अनन्वय (लोकमोटर अटेक्सिया) | 36. ल्यूपस |
| 37. तंत्रिकीय दौर्बल्य | 38. स्थूलता |
| 39. लकवा | 40. प्लेग |
| 41. प्लूरिसी | 42. न्युमोनिया |
| 43. आमवात | 44. विदार |
| 45. यौन नपुसंकता | 46. चेचक |
| 47. व्यक्तियों का कद | 48. स्त्रियों का बांझपन |
| 49. रोहे | 50. यक्ष्मा |
| 51. अर्बुद | 52. टायफाइड ज्वर |
| 53. गैस्ट्रो इन्टेस्टाइन ट्रेक्ट के व्रण । | |
| 54. रजित रोग, जिसके अन्तर्गत सिफलिस, सूजाक, मृदु शेंकर, रजित काणीकागुल्म और लसीका काणीकागुल्म है । | |

विज्ञापन नियमक संस्था एएससीआई एवं उसके रोकथाम के प्रयास

विज्ञापन सामाजिक मूल्यों को प्रभावित करता है इसलिए सामाजिक मूल्यों को बनाये रखने के लिए उपर्युक्त अधिनियमों एवं कानूनों के अतिरिक्त विज्ञापनकर्ताओं के लिए आचार संहिता भी मौजूद है जिसका निर्माण एडवरटाइजिंग स्टैंडर्ड्स कौंसिल ऑफ इण्डिया एवं इण्डियन न्यूजपेपर सोसाइटी द्वारा किया गया है । विज्ञापनकर्ता एवं विज्ञापन एजेन्सियों द्वारा लोकहित की सुरक्षा और उक्त कानूनों की पालना के लिए आचार संहिता का पालन करना आवश्यक है । इसलिए विज्ञापन में जो संदेश कहा जाये वह सामाजिक आचार—व्यवहार के अनुरूप होना चाहिए । यह आचार—संहिता कोई लिखित कानून नहीं है बल्कि सामाजिक मान्यताओं और देश के कानूनों पर आधारित परम्पराएँ हैं जिनका विज्ञापनकर्ता द्वारा पालन किया जाना आवश्यक है । जैसे—

1. विज्ञापनकर्ता या विज्ञापन एजेन्सी विज्ञापन की संरचना इस प्रकार करे कि वह देश के कानूनों के अनुकूल तथा धार्मिक, सामाजिक मान्यताओं और नैतिकता के अनुरूप है ।

2. विज्ञापन में दूसरे विज्ञापनों की नकल नहीं करना तथा तथ्यों को तोड़मरोड़ कर पेश नहीं करना चाहिए।
3. विज्ञापन में लोगों में निराशा उत्पन्न करने वाले दावे न हो।
4. ऐसे विज्ञापनों की संरचना नहीं होनी चाहिए जो बच्चों एवं समाज पर कुप्रभाव डाले तथा उनकी सुरक्षा के लिए खतरा पैदा करते हों।
5. विज्ञापन द्वारा अन्य विज्ञापनकर्ता या उसके उत्पाद एवं सेवाओं के बारे में अपमानजनक नहीं कहा जाना चाहिए।
6. निजी विज्ञापनों में राष्ट्रीय चिन्हों का प्रयोग नहीं करना चाहिए।
7. ऐसे विज्ञापन जिनका दोहरा अर्थ निकलता हो तथा जो गुमराह करने वाले हों, उनका प्रसारण नहीं करना चाहिए।
8. ऐसे विज्ञापनों का प्रसारण न करना जिनमें किसी जाति, धर्म व्यक्ति व राष्ट्रीयता की निन्दा हो तथा जो विज्ञापन भारतीय व्यवस्थाओं के प्रतिकूल हों।
9. ऐसे विज्ञापन जो नारी चित्रण को अश्लील रूप से प्रदर्शित करते हों, वे प्रसारण योग्य नहीं माने गये हैं।
10. जन-सामान्य के अन्धविश्वासों से अर्जित लाभ का निजी स्वार्थ पूर्ति के लिए विज्ञापन प्रकाशित नहीं करना।
11. बुराई या कमी से ग्रसित विज्ञापन प्रसारित नहीं करना आदि।

अगर कोई विज्ञापनकर्ता आचार संहिता का उल्लंघन करता है या विज्ञापन आचार-संहिता के अनुरूप नहीं है तो उसकी शिकायत 'एडवरटाइजिंग स्टैंडर्ड्स कौंसिल ऑफ इण्डिया' में की जा सकती है। दौषी पाये जाने पर कौंसिल विज्ञापनकर्ता के विरुद्ध कार्यवाही करती है जिससे उपभोक्ता के अधिकारों को संरक्षण प्राप्त होता है। इस कौंसिल को की गई शिकायत की जांच उपभोक्ता शिकायत समिति करती है। जिसमें 12 सदस्य होते हैं। इसमें विज्ञापन व्यवसाय से संबंधित 4 सदस्य तथा आठ सदस्य अन्य व्यवसायों जैसे पत्रकारिता, चिकित्सा, शिक्षा, इन्जीनियरिंग आदि से संबंधित होते हैं। इस समिति की बैठक में पांच सदस्यों का उपस्थित होना अनिवार्य है। शिकायत प्राप्त होने पर समिति संबंधित विज्ञापनकर्ता या विज्ञापन एजेंसी (जिसके विरुद्ध शिकायत की गई है) को बुलाकर जांच-पड़ताल करती है। तथा शिकायत को उचित पाये जाने पर संबंधित विज्ञापनकर्ता को विज्ञापन का प्रसारण नहीं करने को कहा जाता है। अगर विज्ञापनकर्ता परिषद् के निर्देश को नहीं मानता है। तो यह परिषद् सभी एजेंसियों, समाचार-पत्रों, पत्र-पत्रिकाओं एवं अन्य विज्ञापन माध्यमों को ऐसे विज्ञापनों को प्रसारित नहीं करने के लिए कहती है और विज्ञापन के प्रसारण को बन्द किया जाता है। इस संस्था का मुख्यालय मुम्बई, महाराष्ट्र में है। जिसकी वेब साइट www.ascionline.org है।

विज्ञापन नियमक संस्था एएससीआई ने 10 मार्च 2016 को आपत्तिजनक विज्ञापनों के रोकथाम एवं प्रकाशन की शिकायत के लिए वाट्सअप नम्बर जारी किया है। जिस पर ऐसे विज्ञापनों के प्रकाशन सम्बंध में शिकायत की जा सकती है। यह नम्बर है- 91 7710012345। इसके अतिरिक्त विज्ञापन नियमक संस्था एएससीआई की जनरल सेक्रेटरी श्वेता परांदरे को 91 2224955070/91 9821162785 पर भी शिकायत की जा सकती है।

संदर्भ ग्रंथ सूची-

1. समाचार पत्र एवं प्रेस कानून-2005 -डॉ० संजीव भानावत।
2. पत्रकारिता की लक्ष्मण रेखा- आलोक मेहता।
3. 'एडवरटीजमेंट आर इनजर्स टू पब्लिक इंटरेस्ट' अंकित व्यास 1998।
4. 'विज्ञापन तकनीक एवं सिद्धांत' नरेन्द्र सिंह यादव।
5. विज्ञापन 'सिद्धान्त एवं व्यवहार' प्रो. रमेश जैन।
6. 'विज्ञापन सिद्धान्त एवं प्रयोग' विजय कुलश्रेष्ठ।
7. The marketing of 'magic', never mind the laws-Indian Express July 9, 2012.
8. In India, magic remedies for sexual dysfunction limp- Indian Express July 10, 2012
9. Indian Acad Forensic Med. January-March 2014, Vol. 36, N.1
10. Drugs and Magic Remedies Objectionable Advertisements Act 1954
11. www.ascionline.org



महेश कुमार
पीएचडी शोधार्थी, पत्रकारिता एवं जन संचार विभाग,
महात्मा ज्योतिराव फूले विश्वविद्यालय जयपुर, (राज.)

Publish Research Article

International Level Multidisciplinary Research Journal For All Subjects

Dear Sir/Mam,

We invite unpublished Research Paper, Summary of Research Project, Theses, Books and Books Review for publication, you will be pleased to know that our journals are

Associated and Indexed, India

- ★ Directory Of Research Journal Indexing
- ★ International Scientific Journal Consortium Scientific
- ★ OPEN J-GATE

Associated and Indexed, USA

- DOAJ
- EBSCO
- Crossref DOI
- Index Copernicus
- Publication Index
- Academic Journal Database
- Contemporary Research Index
- Academic Paper Database
- Digital Journals Database
- Current Index to Scholarly Journals
- Elite Scientific Journal Archive
- Directory Of Academic Resources
- Scholar Journal Index
- Recent Science Index
- Scientific Resources Database

Review Of Research Journal
258/34 Raviwar Peth Solapur-
413005, Maharashtra
Contact-9595359435

E-Mail-ayisrj@yahoo.in/ayisrj2011@gmail.com