

भारत सरकार
सूचना और प्रसारण मंत्रालय
लोक सभा
अतारांकित प्रश्न संख्या 2783
(दिनांक 06.08.2025 को उत्तर देने के लिए)

विभिन्न मीडिया इकाइयों की प्रभावकारिता

2783. श्री बजरंग मनोहर सोनवणे:

श्रीमती भारती पारधी:

श्री श्रीरंग आप्पा चंदू बारणे:

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

- (क) मंत्रालय की विभिन्न मीडिया इकाइयों (जैसे केंद्रीय संचार ब्यूरो और प्रसार भारती) की विभिन्न सरकारी योजनाओं और कार्यक्रमों के बारे में आम आदमी तक, विशेषकर महाराष्ट्र के दूरदराज और ग्रामीण क्षेत्रों में, सूचना प्रसारित करने में क्या प्रभावकारिता है;
- (ख) इस प्रभावकारिता को मापने के लिए उपयोग किए जाने वाले प्रमुख प्रदर्शन संकेतक और उनके परिणाम क्या हैं;
- (ग) यह सुनिश्चित करने के लिए क्या विशिष्ट उपाय किए जा रहे हैं कि सरकारी सूचना निःशक्तजनों, भाषाई अल्पसंख्यकों और सीमित डिजिटल साक्षरता वाले व्यक्तियों सहित समाज के सभी वर्गों तक विभिन्न प्रारूपों और क्षेत्रीय भाषाओं के माध्यम से पहुँच सके;
- (घ) विशेषकर डिजिटल प्लेटफार्मों के माध्यम से फर्जी सूचनाओं और भ्रामक सूचनाओं, जो जनमत और सामाजिक सद्भाव को जबरदस्त तरीके से प्रभावित कर सकते हैं, की पहचान करने, उनका निपटान करने और उन्हें फैलने से रोकने के लिए क्या ठोस कदम उठाए जा रहे हैं; और
- (ङ) ऐसे उपायों को अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता के साथ किस प्रकार संतुलित किया जाता है?

उत्तर

सूचना और प्रसारण एवं संसदीय कार्य राज्य मंत्री

(डॉ. एल. मुरुगन)

(क) से (ड): सरकार सूचना और प्रसारण मंत्रालय की विभिन्न मीडिया यूनिटों के माध्यम से अपनी नीतियों, स्कीमों और कार्यक्रमों के बारे में सूचना प्रसारित करती है।

पत्र सूचना कार्यालय:

- प्रेस विज्ञप्ति, प्रेस ब्रीफिंग, बैगाउंडर, एक्स्प्लेनर और रिजॉयन्डर के माध्यम से सूचना का समय पर और सटीक प्रसार।
- मीडिया कार्यशालाएं और संवाद स्थानीय मीडिया के साथ विशेष रूप से ग्रामीण और दूरदराज के क्षेत्रों में सरकार की प्रत्यक्ष सहभागिता को सक्षम बनाती हैं।

केंद्रीय संचार ब्यूरो (सीबीसी):

सरकारी स्कीमों, पहलों और नीतियों के बारे में सूचना का प्रसार:

- विभिन्न मीडिया प्लेटफॉर्मों जैसे समाचार पत्र, नियतकालिक पत्रिकाएं, टीवी, रेडियो, आउटडोर, डिजिटल सिनेमा, एसएमएस, इंटरनेट वेबसाइट, सोशल मीडिया पर विज्ञापन।
- मल्टीमीडिया डिजिटल प्रदर्शनियां, लोक प्रदर्शनियां, फोटो प्रदर्शनियां, और विशेष/एकीकृत संचार एवं आउटरीच कार्यक्रम (एसओपी/आईसीओपी)।
- समुदायों को सीधे तौर पर शामिल करने के लिए डोर-टू-डोर अभियान, ऑडियो घोषणाओं के साथ मोबाइल वैन और जन जागरूकता वेबिनार

न्यू इंडिया समाचार 13 भाषाओं में ग्राम पंचायतों और 6.5 करोड़ पाठकों तक पहुंचता है, जिससे प्रिंट और डिजिटल प्रारूपों के माध्यम से सरकारी स्कीमों का व्यापक प्रसार सुनिश्चित होता है।

आकाशवाणी और दूरदर्शन:

- आकाशवाणी महाराष्ट्र में कवरेज सहित अनेक क्षेत्रीय भाषाओं में राष्ट्रव्यापी रेडियो कवरेज सुनिश्चित करता है।

- डीडी फ्री डिश 142 टीवी चैनल (92 प्राइवेट + 50 दूरदर्शन) प्रदान करता है, जो व्यापक पहुंच के लिए विभिन्न क्षेत्रीय भाषाओं में प्रसारण करते हैं।
- डीडी न्यूज मराठी सहित 26 भाषाओं में सामग्री प्रदान करता है, जिसमें डीडी केंद्र मुंबई मराठी में नियमित क्षेत्रीय बुलेटिन प्रसारित करता है।
- डीडी की क्षेत्रीय समाचार इकाइयां सरकारी स्कीमों पर जनता की प्रतिक्रिया प्राप्त करके सहभागी संचार को बढ़ावा देती हैं।

सरकार इन माध्यमों से समाज के सभी वर्गों तक प्रामाणिक सूचना पहुँचाती है। दिव्यांगजनों तक सूचना की पहुँच सुनिश्चित करने के लिए विशेष प्रयास किए जाते हैं।

- डीडी न्यूज श्रवण बाधित व्यक्तियों के लिए सांकेतिक भाषा व्याख्या के साथ प्रतिदिन दो विशेष समाचार बुलेटिन प्रसारित करता है।
- चैनल स्टोरी बैंड्स, 24x7 स्कॉल और ग्राफिक सामग्री चलाता है ताकि ऑन-स्क्रीन एक्सेस में आसानी हो सके।
- राष्ट्रीय स्तर पर महत्वपूर्ण कार्यक्रमों का सांकेतिक भाषा में नियमित रूप से प्रसारण किया जाता है।

संविधान के अनुच्छेद 19 के तहत अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता संरक्षित है। विभिन्न मीडिया प्लेटफॉर्मों पर फर्जी और भ्रामक सूचनाओं पर अंकुश लगाने के लिए सांविधिक और संस्थागत तंत्र में निम्नलिखित शामिल हैं:

प्रिंट मीडिया के लिए भारतीय प्रेस परिषद अधिनियम, 1978:

- भारतीय प्रेस परिषद (पीसीआई) के "पत्रकारिता के आचरण के मानक" समाचार पत्रों द्वारा फर्जी/अपमानजनक/भ्रामक समाचारों के प्रकाशन पर प्रतिबंध लगाते हैं।
- धारा 14 में मानकों के कथित उल्लंघनों के लिए जांच करने का प्रावधान है।
- पीसीआई समाचार पत्र, संपादकों, पत्रकारों आदि को चेतावनी दे सकती है, फटकार सकती है या निंदा कर सकती है।

इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के लिए केबल टेलीविजन नेटवर्क (विनियमन) अधिनियम, 1995:

- टीवी चैनलों के लिए अधिनियम के तहत बनाए गए कार्यक्रम और विज्ञापन संहिताओं का पालन करना अनिवार्य है।

- अश्लील, अपमानजनक, जानबूझकर, झूठे और विचारोत्तेजक संकेतों और अर्धसत्य सामग्री के प्रसारण की अनुमति नहीं है।
- कार्यक्रम और विज्ञापन संहिताओं के प्रवर्तन और शिकायतों के निपटान के लिए तीन-स्तरीय शिकायत निवारण संरचना:

स्तर I - प्रसारकों द्वारा स्व-विनियमन

स्तर II - प्रसारकों के स्व-विनियामक निकायों द्वारा स्व-विनियमन

स्तर III - केंद्र सरकार द्वारा निगरानी तंत्र

सूचना प्रौद्योगिकी अधिनियम 2000:

धारा 69क सरकार को अधिनियम के प्रावधानों के अनुसार ऑनलाइन सामग्री तक सार्वजनिक पहुंच को अवरुद्ध करने का अधिकार देती है।

सूचना प्रौद्योगिकी (मध्यवर्ती दिशानिर्देश और डिजिटल मीडिया आचार संहिता) नियम, 2021 (आईटी नियम, 2021):

- इन नियमों के भाग-III में डिजिटल प्लेटफॉर्मों के लिए आचार संहिता का पालन करने का प्रावधान है।
- कानूनी आदेश प्राप्त होने पर गैरकानूनी या भ्रामक सामग्री को हटाना अनिवार्य है।
- परिवादों/शिकायतों के समाधान हेतु तीन-स्तरीय तंत्र स्थापित किया गया है, जो इस प्रकार है :

स्तर I: प्रकाशकों द्वारा स्व - विनियमन

स्तर II: प्रकाशकों के स्व-विनियामक निकायों द्वारा स्व-विनियमन

स्तर III: केंद्र सरकार द्वारा निगरानी तंत्र

मंत्रालय द्वारा प्राप्त शिकायतों को आईटी नियम, 2021 के अनुसार समाधान के लिए संबंधित ओटीटी प्लेटफॉर्मों को भेज दिया जाता है।

फैक्ट चेक यूनिट (एफसीयू):

- केंद्र सरकार से संबंधित फर्जी खबरों की जांच के लिए सूचना और प्रसारण मंत्रालय के पत्र सूचना कार्यालय के अंतर्गत एक फैक्ट चेक यूनिट की स्थापना की गई है।
- यह भारत सरकार के मंत्रालयों/विभागों में अधिकृत स्रोतों से समाचार की प्रामाणिकता की पुष्टि करती है।
- एफसीयू अपने सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म पर सही सूचना पोस्ट करती है।

यह ढांचा गलत सूचना से होने वाले नुकसान का समाधान करते हुए रचनात्मक स्वतंत्रता की रक्षा करती है।

ऑपरेशन सिंदूर के दौरान, यूनिट ने सोशल मीडिया प्लेटफॉर्मों और ऑनलाइन समाचार स्रोतों पर वास्तविक समय में सक्रिय रूप से नज़र रखी ताकि फर्जी तस्वीरों, संपादित वीडियो, भ्रामक नैरेटिव और ऑपरेशन के उद्देश्यों, सरकारी एजेंसियों या सुरक्षा बलों को निशाना बनाने वाली किसी भी छेड़छाड़ की गई सामग्री का पता लगाया जा सके।

यूनिट ने भारत और भारतीय सशस्त्र बलों के खिलाफ पाकिस्तानी दुष्प्रचार का पर्दाफाश किया और ऐसी सामग्री का खंडन करने वाले कई पोस्टों की तथ्य-जांच की। इसके अतिरिक्त, ऑपरेशन सिंदूर से संबंधित गलत सूचना या फर्जी खबरों से संबंधित लिंक, जिनकी एफसीयू द्वारा तथ्य-जांच की गई थी, उचित कार्रवाई के लिए संबंधित मध्यस्थों के साथ तुरंत साझा किए गए।

फैक्ट चेक यूनिट के प्रयासों की मीडिया ने सराहना की। कुछ लेखों के लिंक नीचे दिए गए हैं:

- 'ऑपरेशन सिंदूर' के बाद भारत का एफसीयू पाकिस्तान के डिजिटल दुष्प्रचार का त्वरित खंडन के साथ मुकाबला कर रहा है

<https://www.newindianexpress.com/nation/2025/May/10/indias-fcu-battles-pakistans-digital-propaganda-with-swift-rebuttals-following-operation-sindoor>

- ऑपरेशन सिंदूर के बाद झूठे दावों को उजागर करने के लिए सरकारी फैक्ट चेक यूनिट ने कार्रवाई की

<https://www.livemint.com/industry/media/india-pib-govt-fact-checking-unit-operation-sindoor-misinformation-false-claims-11746770729519.html>

- भारत पाकिस्तान के दुष्प्रचार अभियान से कैसे लड़ रहा है

<https://www.hindustantimes.com/india-news/how-india-is-fighting-pakistan-s-disinformation-campaign-101746644575505.html>

सूचना प्रौद्योगिकी अधिनियम 2000 की धारा 69क के अंतर्गत, सरकार ने भारत की संप्रभुता और अखंडता, भारत की रक्षा, राज्य की सुरक्षा और लोक व्यवस्था के हित में वेबसाइटों, सोशल मीडिया हैंडल और पोस्ट को ब्लॉक करने के लिए आवश्यक आदेश जारी किए।

मंत्रालय ने ऑपरेशन सिंदूर के दौरान डिजिटल मीडिया पर 1,400 से अधिक यूआरएल ब्लॉक करने के निर्देश भी जारी किए। इन यूआरएल की सामग्री में फर्जी, भ्रामक, भारत विरोधी समाचार सामग्री, मुख्य रूप से पाकिस्तान स्थित सोशल मीडिया अकाउंट्स से सांप्रदायिक रूप से संवेदनशील सामग्री और भारतीय सशस्त्र बलों के खिलाफ भड़काऊ सामग्री शामिल थी।
