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

लोक सभा
तारांकित प्रश्न संख्या: *54
जिसका उत्तर बुधवार, 03 दिसम्बर, 2025 को दिया जाएगा

"जागो ग्राहक जागो" अभियान

***54. श्री राव राजेन्द्र सिंह:**

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

(क) सरकार द्वारा विगत पांच वर्षों के दौरान डिब्बाबंद खाद्य लेबलों पर शर्करा से संबंधित जानकारी की व्याख्या करने के संबंध में उपभोक्ताओं को शिक्षित करने के लिए "जागो ग्राहक जागो" अभियान अथवा अन्य प्लेटफार्म के माध्यम से की गई पहलों का ब्यौरा क्या है;
(ख) क्या सरकार ने पूर्ववर्ती अनेक प्लेटफार्म वाले "जागो ग्राहक जागो" अभियान, जिसमें टेलीविजन, रेडियो और प्रिंट मीडिया का व्यापक स्तर पर उपयोग किया गया था, की तुलना में सोशल मीडिया आधारित अपने वर्तमान जागरूकता संबंधी प्रयासों की पहुंच और प्रभावकारिता का मूल्यांकन किया है और यदि हां, तो तत्संबंधी ब्यौरा क्या है;
(ग) क्या सरकार इस बात को स्वीकार करती है कि डिजिटलीकरण में वृद्धि होने के बावजूद आधिकारिक डिजिटल प्लेटफार्मों का उपयोग अपेक्षाकृत कम ही होता है और यदि हां, तो सरकार द्वारा ग्रामीण और अर्ध-शहरी क्षेत्रों सहित विभिन्न उपभोक्ता क्षेत्रों में पहुंच और प्रभाव बढ़ाने के लिए क्या कदम उठाए जा रहे हैं;
(घ) क्या सरकार का विचार जनता के बीच पोषण लेबलिंग और शर्करा के उपयोग से संबंधित मुद्दों का प्रभावी ढंग से प्रचार-प्रसार करने के लिए बड़े पैमाने पर मल्टीमीडिया उपभोक्ता जागरूकता अभियानों को पुनः शुरू करने या नए सिरे से तैयार करने का है; और
(ङ) यदि हां, तो तत्संबंधी ब्यौरा क्या है?

उत्तर
उपभोक्ता मामले, खाद्य और सार्वजनिक वितरण मंत्री
(श्री प्रल्हाद जोशी)

(क) से (ङ) एक विवरण सदन के पटल पर रख दिया गया है।

"जागो ग्राहक जागो" अभियान के संबंध में दिनांक 03.12.2025 के लोक सभा तारांकित प्रश्न संख्या *54 के भाग (क) से (ङ) के उत्तर में उल्लिखित विवरण

एफएसएस (लेबलिंग और प्रदर्शन) विनियम, 2020 उप-विनियमन 5(3)(क) शर्करा, योजित शर्करा, वसा, आहार फाइबर और पोषक तत्वों का विवरण/परिभाषा प्रदान करता है। इसके अलावा, उप-विनियमन 5(3)(ख) निर्धारित करता है कि उत्पाद के प्रति 100 ग्राम या 100 मिलीलीटर या प्रति एकल उपभोग पैक पर पोषण संबंधी जानकारी और आकलित अनुशंसित आहारमान में प्रति परोसे प्रतिशत (%) अंश का योगदान उपभोक्ता को संसूचित विकल्प के रूप में लेबल पर दिया जाएगा, जिसमें कार्बोहाइड्रेट (ग्राम) और **कुल शर्करा (ग्राम), योजित शर्करा (ग्राम)** शामिल हैं। साथ ही यह भी बताता है कि इंग्रीडिएंट्स की लिस्ट में इंग्रीडिएंट्स के लिए वर्ग शीर्षक शर्करा का उपयोग सुक्रोज के लिए किया जाएगा।

खाद्य लेबल की व्याख्या के क्रम में उपभोक्ताओं में जागरूकता बढ़ाने के लिए, एफएसएसएआई "#हरलेबलकुछकहताहै" (एवरीलेबलस्पीक्स) नामक एक जागरूकता अभियान चला रहा है। यह पहल डिजिटल प्लेटफ़ॉर्म का रणनीतिक रूप से उपयोग करके व्यापक दर्शकों तक पहुँचती है और खाद्य लेबल की जटिलताओं को आसानी से समझने योग्य जानकारी में विश्लेषित करती है।

आकर्षक पोस्ट, इन्फोग्राफिक्स और वीडियो के माध्यम से, सोशल मीडिया पोस्ट उपभोक्ताओं को पोषण संबंधी जानकारी (कैलोरी, वसा, शर्करा, प्रोटीन), सामग्री सूची, एलर्जी की चेतावनियाँ और तारीख के अंकन जैसे प्रमुख तत्वों के बारे में शिक्षित करते हैं।

सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म के अलावा, विभिन्न प्रदर्शनियों, मेलों (जैसे फूड फेस्टिवल, ईट राइट मेला, आदि) में भी लेबल जागरूकता गतिविधियां आयोजित की जाती हैं।

लेबल पढ़ने के बारे में जागरूकता उत्पन्न करने के अलावा, एफएसएसएआई ने वसा, नमक और चीनी की अधिक मात्रा वाले खाद्य पदार्थों के सेवन के दुष्प्रभावों को दूर करने के लिए अन्य पहलें भी की हैं। ऐसी ही एक पहल है 'आज से थोड़ा कम' नामक अभियान, जो उपभोक्ताओं को आहार में बदलाव करके धीरे-धीरे वसा, नमक और चीनी का सेवन कम करने के लिए प्रोत्साहित करता है।

एफएसएसएआई ने अंग्रेजी, हिंदी और 12 क्षेत्रीय भाषाओं में लघु वीडियो की एक श्रृंखला विकसित की है, जिसके साथ फ़्लायर्स, बैनर और ऑडियो क्लिप भी हैं, जिन्हें विभिन्न प्रदर्शनियों जैसे अंतर्राष्ट्रीय व्यापार मेला, आहार, ईट राइट मेला आदि और विभिन्न सोशल मीडिया प्लेटफार्मों जैसे फेसबुक, इंस्टाग्राम और ट्विटर पर प्रदर्शित किया गया है।

एफएसएसएआई, ईट राइट इंडिया आंदोलन के तहत खाद्य सुरक्षा और स्वच्छता से संबंधित विभिन्न जागरूकता अभियान और गतिविधियाँ आयोजित कर रहा है।

'जागो ग्राहक जागो' के साथ एक रणनीतिक सहयोग में, एफएसएसएआई ने खाद्य सुरक्षा के संबंध में उपभोक्ता सशक्तिकरण को बढ़ाने के लिए एक अभियान शुरू किया है। इस पहल का मुख्य उद्देश्य खाद्य लेबलिंग और पैकेबंद खाद्य मानकों से संबंधित जागरूकता सामग्री को बढ़ावा देना और जटिल नियामक आवश्यकताओं को सार्वजनिक ज्ञान में लाना है।

*****