Vol 6 Issue 11 Dec 2016

ISSN No : 2230-7850

International Multidisciplinary Research Journal

Indian Streams Research Journal

Executive Editor
Ashok Yakkaldevi

Editor-in-Chief
H.N.Jagtap

Welcome to ISRJ

RNI MAHMUL/2011/38595 **ISSN No.2230-7850**

Indian Streams 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

Mr. Dikonda Govardhan Krushanahari
Professor and Researcher ,
Rayat shikshan sanstha's, Rajarshi Chhatrapati Shahu College, Kolhapur.

International Advisory Board

Kamani Perera
Regional Center For Strategic Studies, Sri Lanka

Janaki Sinnasamy
Librarian, University of Malaya

Romona Mihaila
Spiru Haret University, Romania

Delia Serbescu
Spiru Haret University, Bucharest, Romania

Anurag Misra
DBS College, Kanpur

Titus PopPhD, Partium Christian University, Oradea,Romania

Mohammad Hailat
Dept. of Mathematical Sciences, University of South Carolina Aiken

Abdullah Sabbagh
Engineering Studies, Sydney

Ecaterina Patrascu
Spiru Haret University, Bucharest

Loredana Bosca
Spiru Haret University, Romania

Fabricio Moraes de Almeida
Federal University of Rondonia, Brazil

George - Calin SERITAN
Faculty of Philosophy and Socio-Political Sciences Al. I. Cuza University, Iasi

Hasan Baktir
English Language and Literature Department, Kayseri

Ghayoor Abbas Chotana
Dept of Chemistry, Lahore University of Management Sciences[PK]

Anna Maria Constantinovici
AL. I. Cuza University, Romania

Ilie Pintea,
Spiru Haret University, Romania

Xiaohua Yang
PhD, USA

.....More

Editorial Board

Pratap Vyamktrao Naikwade
ASP College Devrukh,Ratnagiri,MS India

R. R. Patil
Head Geology Department Solapur University,Solapur

Rama Bhosale
Prin. and Jt. Director Higher Education, Panvel

Salve R. N.
Department of Sociology, Shivaji University,Kolhapur

Govind P. Shinde
Bharati Vidyapeeth School of Distance Education Center, Navi Mumbai

Chakane Sanjay Dnyaneshwar
Arts, Science & Commerce College, Indapur, Pune

Awadhesh Kumar Shirotriya
Secretary,Play India Play,Meerut(U.P.)

Iresh Swami
Ex - VC. Solapur University, Solapur

N.S. Dhaygude
Ex. Prin. Dayanand College, Solapur

Narendra Kadu
Jt. Director Higher Education, Pune

K. M. Bhandarkar
Praful Patel College of Education, Gondia

Sonal Singh
Vikram University, Ujjain

G. P. Patankar
S. D. M. Degree College, Honavar, Karnataka

Maj. S. Bakhtiar Choudhary
Director,Hyderabad AP India.

S.Parvathi Devi
Ph.D.-University of Allahabad

Sonal Singh,
Vikram University, Ujjain

Rajendra Shendge
Director, B.C.U.D. Solapur University, Solapur

R. R. Yalikar
Director Managment Institute, Solapur

Umesh Rajderkar
Head Humanities & Social Science YCMOU,Nashik

S. R. Pandya
Head Education Dept. Mumbai University, Mumbai

Alka Darshan Shrivastava
Shaskiya Snatkottar Mahavidyalaya, Dhar

Rahul Shriram Sudke
Devi Ahilya Vishwavidyalaya, Indore

S.KANNAN
Annamalai University,TN

Satish Kumar Kalhotra
Maulana Azad National Urdu University

Address:-Ashok Yakkaldevi 258/34, Raviwar Peth, Solapur - 413 005 Maharashtra, India
Cell : 9595 359 435, Ph No: 02172372010 Email: ayisrj@yahoo.in Website: www.isrj.org

Indian Streams Research Journal

ISSN: 2230-7850 Impact Factor : 4.1625(UIF) Volume - 6 | Issue - 11 | December - 2016

समाचार पत्रों में औषधि एवं चमत्कारिक उपचार से सम्बद्ध विज्ञापन प्रकाशन की समस्या (झुंझुनूं जिले के विशेष संदर्भ में)

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

सारांश

औषधि एवं चमत्कारिक उपचार (आक्षेपणीय विज्ञापन) अधिनियम 1954 का उल्लंघन कर कई उत्पाद निर्माता, व्यक्ति, समूह, कम्पनी आदि अपने विज्ञापनों के द्वारा गांवों एवं शहरों के सीधे–साधे, अशिक्षित एवं बिना जागरूकता वाले व्यक्तियों को भ्रमित करने वाले विज्ञापनों के मोह जाल में फांसकर आमजन का शोषण कर रहे हैं। इन विज्ञापनों से भ्रमित पाठक ऐसे उत्पादों के उपभोक्ता बनकर अपने जीवन तक को संकट में डाल लेते हैं। दैनिक हिन्दी समाचार पत्रों में प्रकाशित हो रहे औषधि एवं चमत्कारिक उपचार (आक्षेपणीय) विज्ञापनों की संख्या में लगातार इजाफा हो रहा है। इस तरह के विज्ञापनों को रोकने में इसके लिए बनाया गया कानून भी पूरी तरह विफल सा दिखाई दे रहा है। प्रस्तुत शोध में इस समस्या को समझने का प्रयास किया गया है।

प्रस्तावना

आदिकाल से वर्तमान तक मानव अपने विचारों को सम्प्रेषित करने के लिए चित्रों, चिह्नों और लिपि एवं आधुनिक संचार माध्यमों का प्रयोग करता रहा है। मानव का संदेष सम्प्रेषित करने का यह तरीको संदेष देने के माध्यमों के अनुसार क्रमषः बदलता रहा है। और इसने धीरे–धीरे व्यावसायिक उद्देष्यों की प्राप्ति के लिए वर्तमान विज्ञापन का स्वरूप धारण कर लिया है। वर्तमान युग पूर्ण रूपेण विज्ञापन का युग है। आज जीवन का शायद ही कोई ऐसा पहलू है जो विज्ञापन से अछूता रहा हो। विज्ञापन से स्वस्थ प्रतिस्पर्धा होने पर आमजन को निश्चित ही लाभ पहुंचता है।

विज्ञापन से आमजन की जानकारी और जागरूकता में भी इजाफा होता है। उपभोक्ता शिक्षा व जागरूकता ने व्यवसायियों को गुणवत्ता व बेहतर सेवा के लिये बाध्य किया है। जहां एक ओर विज्ञापन लाभकारी सिद्ध हुए हैं वहीं इसके प्रतिकूल प्रभावों को भी नकारा नही जा सकता। कई उत्पाद निर्माता औषधि एवं चमत्कारिक उपचार से सम्बद्ध विज्ञापनों का प्रकाशन कर भ्रमित कर आमजन का शोषण कर रहे हैं। यह विज्ञापन प्रिंट एवं इलेक्ट्रोनिक दोनों मीडिया में प्रकाशित एवं प्रसारित हो रहे है। इस शोध में शोधकर्ता द्वारा समाचार पत्रों में प्रकाशित औषधि एवं चमत्कारिक उपचार (आक्षेपणीय विज्ञापन) अधिनियम 1954 में प्रतिबंधित एवं अन्य भ्रामक विज्ञापन जैसे–अंधता, अपेन्डिक्स, रक्त विषाक्तता, कैंसर, मोतियाबिन्द, बहरापन, मधुमेह, मस्तिष्क सम्बंधी रोग, तंत्रिका तंत्र सम्बंधी रोग, गर्भाशय सम्बंधी रोग, मासिक स्त्राव सम्बंधी रोग, पुरूष 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, गेंगरेन, ग्लूकोमा, गलगण्ड, हृदय रोग, उच्च और निम्न रक्त चाप, हाइड्रोसीन, हिस्टीरिया, बाल पक्षाघात, कुष्ठ रोग, श्वेत कुष्ठ रोग, हनुस्तंभ, मोटापा, पक्षाघात, फेफडों सम्बंधी रोग, निमोनिया, आमवात–संधिवात रोग, छोटी–बडी माता रोग, शारीरिक ढांचा सम्बंधी रोग, महिलाओं में बांझपन, टीबी, टाइफाइड, अल्सर, असुरक्षित यौन सम्बंधों से महिलाओं में होने वाले रोग के उपचार से सम्बद्ध विज्ञापनों का अध्ययन किया गया है।

शोध के उदेश्य

1.औषधि एवं चमत्कारिक उपचार (आक्षेपणीय) विज्ञापनों के प्रकाशन का गुणात्मक अध्ययन करना।
2.औषधि एवं चमत्कारिक उपचार (आक्षेपणीय) विज्ञापनों के प्रकाशन का संख्यात्मक अध्ययन करना।
3.औषधि एवं चमत्कारिक उपचार (आक्षेपणीय) विज्ञापनों के प्रकाशन से होने वाले नुकसान का अध्ययन करना।
4.औषधि एवं चमत्कारिक उपचार विज्ञापनों के प्रकाशन एवं दवाओं की बिक्री का अध्ययन।
5.औषधि एवं चमत्कारिक उपचार विज्ञापनों के प्रकाशन रोकथाम प्रयासों का अध्ययन करना

प्राकल्पना

1.औषधि एवं चमत्कारिक उपचार विज्ञापनों के प्रकाशन निरन्तर बढ़ता जा रहा है।
2.औषधि एवं चमत्कारिक उपचार विज्ञापनों का प्रस्तुतीकरण अष्लील और अमर्यादित होता जा रहा है तथा बाल मन को प्रभावित करते है।
3.औषधि एवं चमत्कारिक उपचार विज्ञापनों के प्रकाशन से आर्थिक ठगी की जा रही है।
4.औषधि एवं चमत्कारिक उपचार विज्ञापनों के प्रकाशन से अनावश्यक उत्पादों की डिमाण्ड जनरेट करायी जाती है।
5.पाठकों में औषधि एवं चमत्कारिक उपचार विज्ञापनों के प्रकाशन रोकथाम कानून की जानकारी का अभाव है। सरकार कानून के सफल क्रियान्वयन पर ध्यान नही देती है।

शोध प्रविधि

शोध के लिए विश्लेषण एवं सैम्पलिंग पद्धति का सहयोग लिया गया । प्रस्तुत अध्ययन में कार्यक्षेत्र के रूप में झुंझुनूं जिले का चयन किया गया। जिसमें खेतड़ी, सूरजगढ़, बुहाना, चिड़ावा, उदयपुरवाटी, नवलगढ़, झुंझुनूं एवं मलसीसर 8 उपखण्डों से कुल 120 पाठकों प्रष्नोतर किये गये तथ्यों एवं आंकड़ो का संकलन किया गया। पाठकों का चयन निदर्शन विधि द्वारा किया गया। अन्तर्वस्तु विश्लेषण एवं अवलोकल विधि से समाचार पत्रों में प्रकाशित होने वाले औषधि एवं चमत्कारिक उपचार विज्ञापनों के इतिहास एवं विषयवस्तु जानने के लिए पुस्तकों का अध्ययन एवं झुंझुनूं जिलें में प्रकाषित होने वाले दो दैनिक समाचार पत्रों दैनिक भास्कर एवं राजस्थान पत्रिका के

Volume - 6 | Issue - 11 | December - 2016

1 सितम्बर 2014 से 31 मार्च 2015 तक के अंको का अध्ययन किया गया है।

साहित्य पुनरावलोकन

विज्ञापन जनसंचार अध्ययन का महत्वपूर्ण बिन्दु हैं। विज्ञापन से सम्बंधित तथ्यों के बारे में जानकारी प्राप्त करने की जिज्ञासा जनसंचार कर्मियों एवं विद्वानों में हमेशा से ही रही है। औषधि एवं चमत्कारिक उपचार विज्ञापनों का प्रकाशन समाचार पत्रों के प्रकाशन के साथ ही शुरू हुऐ इस लिए इस समस्या के समाधान और रोकथाम के प्रयास भी तभी शुरू हो गये। भारत में पहला औषधि विज्ञापन बांग्ला भाषा के समाचार पत्र 'संवाद कौमुदी' में संन् 1821 में प्रकाशित हुआ। सन् 1927 में नकली चिकित्सकों के गुप्त व्यवहार और औषधियों के अन्धाधुंध उपयोग को देखते हुए स्टेट कॉन्सिल द्वारा अध्यादेश लाया गया जिसमें इन दवाओ के माननकीकरण एवं 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। देवी–देवताओं के यहां झाड़–फूंक, ताबीज, तिलिस्मों ,मंत्रों आदि से रोगों का इलाज कराने की प्रवृति और आशय के विज्ञापन को पत्र–पत्रिकाओं में प्रकाशित होने से रोकने के लिये औषधि एवं चमत्कारिक उपचार (आक्षेपणीय विज्ञापन) अधिनियम 1954 पारित किया गया। प्रतिभा खोसला और आकाश खोसला ने 2010 में 'डाइरेक्ट टू कन्जयूमर एडवरटाइजिंग ऑफ परसेप्सन ड्रग ऑन इंटरनेट ' विषय पर अध्ययन किया। विपुल लाम्बडे ने 2013 में 'औषधि विज्ञापनों का उपभोगताओ पर प्रभाव का आंकलन' विषय पर अध्ययन प्रस्तुत किया। 'द टाइमस ऑफ इण्डिया' ने 9 जुलाई 2012 को 'द मार्केटिंग ऑफ मेजिक नेवर माइंड द लॉज' विषय पर अपनी विस्तृत रिपोर्ट प्रस्तुत की। डिपार्टमेंट ऑफ फोरेन्सिक मेडिसिन ने मार्च 2014 में औषधि विज्ञापनों पर अध्ययन प्रस्तुत किया।

तथ्य संकलन एवं विश्लेषण

दैनिक भास्कर समाचार पत्र मे माह सितम्बर 2014 से दिसम्बर 2015 मे प्रकाशित औषधि एवं चमत्कारिक उपचार से सम्बद्ध विज्ञापन																		
क.स.	विज्ञापन का विषय	सितम्बर 2014	अक्टूबर 2014	नवम्बर 2014	दिसम्बर 2014	जनवरी 2015	फरवरी 2015	मार्च 2015	अप्रैल 2015	मई 2015	जून 2015	जुलाई 2015	अगस्त 2015	सितम्बर 2015	अक्टूबर 2015	नवम्बर 2015	दिसम्बर 2015	योग
1	मधुमेह	0	0	0	9	4	2	3	0	5	6	9	7	9	7	7	5	73
2	सुख–समृद्धि,रोगनाशक यन्त्र मन्त्र	9	0	0	25	10	4	3	0	0	0	8	12	8	9	1	1	90
3	मोटापा (कम/ज्यादा)	12	11	6	16	10	15	12	1	2	5	14	6	16	8	10	8	152
4	उचाई बढाना	0	0	0	0	2	4	2	2	11	7	22	21	9	8	14	21	123
5	महिलाओं के स्तन आकार अभिवृद्वि	3	0	5	8	0	1	0	0	1	7	4	4	3	4	4	4	48
6	स्त्री रोग	0	1	0	2	9	5	5	2	4	3	5	18	21	9	11	14	109
7	बांझपन	0	1	0	3	3	7	3	2	7	5	7	6	10	6	7	9	76
8	सहवास सुख अभिवृद्वि (शक्तिवर्द्वक)	0	0	0	5	6	5	2	7	54	19	1	2	3	7	12	35	158
9	जोड़ो का दर्द	7	15	16	13	10	10	5	2	6	8	13	17	13	28	12	18	193
10	गौरापन	35	42	39	51	6	9	18	11	13	28	21	28	31	21	46	33	432
11	बाल झड़ना/सफेद होना	43	55	52	84	54	48	29	28	29	28	29	33	41	37	31	43	664
12	किडनी	0	0	0	1	1	3	2	0	1	1	2	2	2	3	1	1	20
13	लकवा	1	0	2	1	1	2	1	0	2	0	2	4	2	2	1	3	24
14	योन रोग (महिलाए)	0	2	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	5
15	पत्थरी (पित–मुत्राश्य)	0	0	0	4	2	2	0	2	2	0	0	0	0	0	0	0	12
16	पुरूष लिंग आकार अभिवृद्वि	195	208	203	132	172	276	131	0	2	3	0	0	1	1	2	1	1327
17	वेत कुष्ठ रोग	3	2	0	0	0	0	6	0	1	1	1	0	0	0	0	0	14
18	अन्य भ्रामक,औषधि,उपचार विज्ञापन	13	10	11	25	8	19	25	17	6	10	9	24	19	16	15	24	251
19	इस अंक मे प्रकाशित कुल विज्ञापन	321	347	334	380	298	413	247	74	146	131	147	184	188	166	174	221	3771

तलिका संख्या 1 –माह सितम्बर 2014 से दिसम्बर 2015 तक दैनिक भास्कर समाचार पत्र में औषधि एवं चमत्कारिक उपचार से सम्बद्ध विज्ञापनों के प्रकाशन का माहवार विवरण।

राजस्थान पत्रिका समाचार पत्र मे माह सितम्बर 2014 से दिसम्बर 2015 मे प्रकाशित औषधि एवं चमत्कारिक उपचार से सम्बद्ध विज्ञापन																		
क.स.	विज्ञापन का विषय	सितम्बर 2014	अक्टूबर 2014	नवम्बर 2014	दिसम्बर 2014	जनवरी 2015	फरवरी 2015	मार्च 2015	अप्रैल 2015	मई 2015	जून 2015	जुलाई 2015	अगस्त 2015	सितम्बर 2015	अक्टूबर 2015	नवम्बर 2015	दिसम्बर 2015	योग
1	मधुमेह	0	3	4	3	0	3	4	2	1	0	0	0	0	1	1	0	22
2	सुख–समृद्धि,रोगनाशक यन्त्र मन्त्र	28	37	35	58	31	21	26	32	5	11	11	14	26	14	6	7	362
3	मोटापा (कम/ज्यादा)	36	18	13	23	14	18	23	12	25	20	9	15	8	15	26	17	292
4	उचाई बढाना	14	3	1	0	2	7	29	8	17	11	3	7	4	4	0	11	121
5	महिलाओं के स्तन आकार अभिवृद्वि	1	3	1	4	0	3	0	0	3	5	6	3	3	6	6	1	45
6	स्त्री रोग	8	3	8	11	15	13	14	14	12	6	0	5	9	3	4	19	144
7	बांझपन	2	5	7	2	2	4	5	4	2	5	6	3	3	5	5	4	64
8	सहवास सुख अभिवृद्वि (शक्तिवर्द्वक)	33	18	0	14	4	17	19	29	46	28	0	2	1	0	0	13	224
9	जोड़ो का दर्द	13	13	7	11	12	21	12	7	3	12	0	0	5	2	4	15	137
10	गौरापन	7	49	57	67	21	19	20	16	13	13	10	17	35	10	5	27	386
11	बाल झड़ना/सफेद होना	37	57	64	61	46	29	21	29	3	8	5	19	22	18	6	12	437
12	किडनी	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	2
13	लकवा	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	3
14	योन रोग (महिलाए)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
15	पत्थरी (पित–मुत्राश्य)	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
16	पुरूष लिंग आकार अभिवृद्वि	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	2
17	वेत कुष्ठ रोग	0	0	0	0	0	1	4	8	12	10	0	0	0	7	0	0	42
18	अन्य भ्रामक,औषधि,उपचार विज्ञापन	43	32	29	35	25	26	21	11	18	11	9	16	15	3	5	24	323
19	इस अंक मे प्रकाशित कुल विज्ञापन	222	241	226	291	173	183	198	172	161	140	60	102	131	88	68	151	2607

तलिका संख्या 2 –माह सितम्बर 2014 से दिसम्बर 2015 तक राजस्थान पत्रिका समाचार पत्र में औषधि एवं चमत्कारिक उपचार से सम्बद्ध विज्ञापनों के प्रकाशन का माहवार विवरण।

Volume - 6 | Issue - 11 | December - 2016

दैनिक भास्कर एवं राजस्थान पत्रिका समाचार पत्रों में माह सितम्बर 2014 से दिसम्बर 2015 में प्रकाशित औषधि एवं चमत्कारिक उपचार से सम्बद्ध विज्ञापन

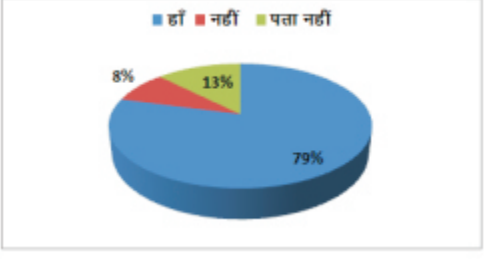
क्र. स.	विज्ञापन का विषय	सितम्बर 2014	अक्टूबर 2014	नवम्बर 2014	दिसम्बर 2014	जनवरी 2015	फरवरी 2015	मार्च 2015	अप्रैल 2015	मई 2015	जून 2015	जुलाई 2015	अगस्त 2015	सितम्बर 2015	अक्टूबर 2015	नवम्बर 2015	दिसम्बर 2015	योग
1	मधुमेह	0	3	4	12	4	5	7	2	6	6	9	7	9	8	8	5	95
2	सुख–समृद्धि,रोगनाशक यन्त्र मन्त्र	37	37	35	83	41	25	29	32	5	11	19	26	34	23	7	8	452
3	मोटापा (कम/ज्यादा)	48	29	19	39	24	33	35	13	27	25	23	21	24	23	36	25	444
4	उचाई बढाना	14	3	1	0	4	11	31	10	28	18	25	28	13	12	14	32	244
5	महिलाओं के स्तन आकार अभिवृद्धि	4	3	6	12	0	4	0	0	4	12	10	7	6	10	10	5	93
6	स्त्री रोग	8	4	8	13	24	18	19	16	16	9	5	23	30	12	15	33	253
7	बांझपन	2	6	7	5	5	11	8	6	9	10	13	9	13	11	12	13	140
8	सहवास सुख अभिवृद्धि (शक्तिवर्द्धक)	33	18	0	19	10	22	21	36	100	47	1	4	4	7	12	48	382
9	जोड़ो का दर्द	20	28	23	24	22	31	17	9	9	20	13	17	18	30	16	33	330
10	गौरापन	42	91	96	118	27	28	38	27	26	41	31	45	66	31	51	60	818
11	बाल झड़ना/सफेद होना	80	112	116	145	100	77	50	57	32	36	34	52	63	55	37	55	1101
12	किडनी	0	0	0	1	1	3	2	0	1	1	3	3	2	3	1	1	22
13	लकवा	1	0	2	1	2	3	1	0	2	0	2	4	2	2	1	4	27
14	योन रोग (महिलाए)	0	2	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	5
15	पत्थरी (पित्–मुत्राश्य)	0	0	0	5	2	2	0	2	2	0	0	0	0	0	0	0	13
16	पुरूष लिंग आकार अभिवृद्धि	195	208	203	133	172	276	131	0	3	3	0	0	1	1	2	1	1329
17	वेत कुष्ठ रोग	3	2	0	0	0	1	10	8	13	11	1	0	0	7	0	0	56
18	अन्य भ्रामक,औषधि,उपचार विज्ञापन	56	42	40	60	33	45	46	28	24	21	18	40	34	19	20	48	574
19	इस अंक में प्रकाशित कुल विज्ञापन	543	588	560	671	471	596	445	246	307	271	207	286	319	254	242	372	6378

तलिका संख्या 3 –माह सितम्बर 2014 से दिसम्बर 2015 तक राजस्थान पत्रिका एवं दैनिक भास्कर समाचार पत्रों में औषधि एवं चमत्कारिक उपचार से सम्बद्ध विज्ञापनों के प्रकाषन का माहवार विवरण। उक्त अवधि में कुल 6378 औषधि एवं चमत्कारिक उपचार से सम्बद्ध विज्ञापनों का प्रकाशन दोनों समाचार पत्रों में प्रकाशित हुऐ।

औषधि एवं चमत्कारिक उपचार से सम्बद्ध विज्ञापनों के प्रकाशन की वर्तमान स्थिति का अध्ययन करने के लिए किये गये माह सितम्बर 2014 से दिसम्बर 2015 तक के राजस्थान पत्रिका एवं दैनिक भास्कर समाचार पत्रों में प्रकाशित अंकों के अवलोकन से यह स्पष्ट हो गया कि इन विज्ञापनों का प्रकाशन निरन्तर जारी है। उक्त अवधि में मधुमेह राकथाम के 95, सुख–समृद्धि, रोगनाशक यन्त्र मन्त्र के 452, मोटापा कम करने/वजन बढ़ाने के 444, उचाई बढ़ाना के 244, महिलाओं के स्तन आकार अभिवृद्वि के 93, स्त्री रोग के 253, बांझपन के 140, सहवास सुख अभिवृद्वि (शक्तिवर्द्वक) के 382, जोड़ों का दर्द निवारण के 330, गौरापन के 818, बाल झड़ना/सफेद होने से रोकने के 1101, किडनी रोग के 22, लकवा रोग के 27, योन रोग (महिलाएं) के 05, पत्थरी (पित्–मुत्राश्य) के 13, पुरूष लिंग आकार अभिवृद्वि के 1329, श्वेत कुष्ठ रोग के 56, एवं अन्य भ्रामक, औषधि एवं चमत्कारिक उपचार के 574 विज्ञापन प्रकाशित हुऐ। इस प्रकार इस अवधि में कुल 6378 औषधि एवं चमत्कारिक उपचार से सम्बद्ध विज्ञापनों का प्रकाषन हुआ। जिसमें दैनिक भास्कर में 3771 राजस्थान पत्रिका में 2607 विज्ञापनों का प्रकाशन हुआ। तुलनात्मक रूप से दैनिक भास्कर में उक्त विज्ञापन ज्यादा मात्रा में प्रकाशित हुऐ। इन पर लगाम के सारे प्रयास बेअसर शाबित हुऐ है। राजस्थान में विभिन्न समाचार पत्रों द्वारा औषधि एवं चमत्कारिक उपचार (आक्षेपणीय विज्ञापन) अधिनियम 1954 का उल्लंघन कर निरन्तर विज्ञापनों का प्रकाषन किया जा रहा है। इनके रोकथाम के लिये सरकार ने कोई ठोस प्रयास नही किये हैं।

1. क्या आपके विचार में औषधि एवं चमत्कारिक उपचार विज्ञापनों का प्रस्तुतीकरण घर–परिवार में बच्चों पर बुरा प्रभाव डालता है ?

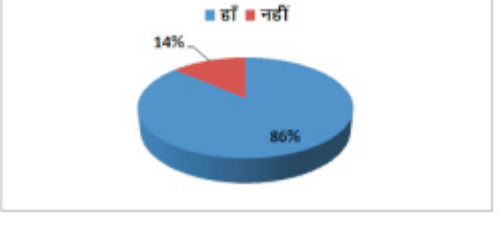
चित्र संख्या–1



चित्र संख्या–1 में प्राप्त आंकडों के अनुसार स्पष्ट होता है कि समाचार पत्रों में प्रकाषित औषधि एवं चमत्कारिक उपचार विज्ञापनों के प्रस्तुतिकरण के बारे में 79 प्रतिशत पाठक बच्चों पर बुरा प्रभाव डालने वाला मानते है 8 प्रतिशत बुरा नही मानते जबकि 13 प्रतिशत को इसका पता नही।

2 .आपके अनुसार औषधि एवं चमत्कारिक उपचार विज्ञापनों की विषय वस्तु अश्लील होती है?

चित्र संख्या–2

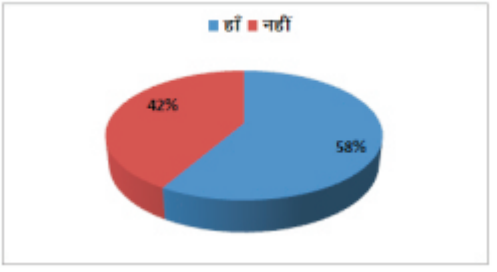


चित्र संख्या–2 में प्राप्त आंकडों के अनुसार स्पष्ट होता है कि समाचार पत्रों में प्रकाशित औषधि एवं चमत्कारिक उपचार विज्ञापनों को 86 प्रतिशत पाठक अश्लील मानते है जबकि 14 प्रतिशत नही मानतें।

Volume - 6 | Issue - 11 | December - 2016

3.क्या आपको कभी औषधि एवं चमत्कारिक उपचार विज्ञापनों को देखकर अथवा पढकर दवा खरीदकर आर्थिक हानि हुई है ?

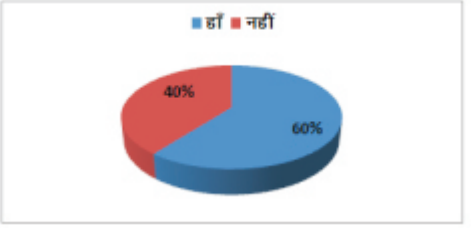
चित्र संख्या–3



चित्र संख्या–3 में प्राप्त आंकडों के अनुसार स्पष्ट होता है कि समाचार पत्रों में प्रकाशित औषधि एवं चमत्कारिक उपचार विज्ञापनों को पढ़ने वाले पाठकों से 58 प्रतिशत पाठकों ने माना कि ऐसे विज्ञापनों से पाठक आर्थिक ठग्गी का शिकार होते है। जबकि 42 प्रतिशत ने ऐसा नही माना।

4.औषधि एवं चमत्कारिक उपचार विज्ञापनों के प्रस्तुतीकरण से विज्ञापन में दिखाई गई वस्तु स्वयं के लिये आवश्यक सी प्रतीत होती है। यानि पाठक या दर्शक से डिमांड जनरेट करवाई जाती है। क्या आप इस बात से सहमत हैं ?

चित्र संख्या–4



चित्र संख्या–4 में प्राप्त आंकडों के अनुसार 60 प्रतिशत पाठक मानते है कि समाचार पत्रों में प्रकाशित औषधि एवं चमत्कारिक उपचार विज्ञापनों में दिखाई गई वस्तु स्वयं के लिये आवष्यक सी प्रतीत होती है। यानि पाठक या दर्शक से डिमांड जनरेट करवाई जाती है। जबकि 40 प्रतिशत ऐसा नही मानतें।

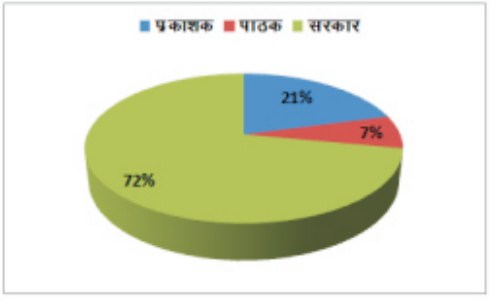
5.क्या आपको औषधि एवं चमत्कारिक उपचार विज्ञापनों को रोकने के लिये बनाये गये औषधि एवं चमत्कारिक उपचार (अक्षेपणीय विज्ञापन) अधिनियम 1954 की जानकारी है ?

चित्र संख्या–5

चित्र संख्या–5 में प्राप्त आंकडों के अनुसार 96 प्रतिशत पाठकों को समाचार पत्रों में प्रकाशित औषधि एवं चमत्कारिक उपचार विज्ञापनों रोकने के लिए बनाये गये मेंषधि एवं चमत्कारिक उपचार (अक्षेपणीय विज्ञापन) अधिनियम 1954 की जानकारी ही नही है। सिर्फ 4 प्रतिशत पाठकों को इस एक्ट की जानकारी है।

Volume - 6 | Issue - 11 | December - 2016

6.औषधि एवं चमत्कारिक उपचार विज्ञापनों के प्रकाशन के लिए आपकी नजर में कौन जिम्मेदार है ?



चित्र संख्या–6 में प्राप्त आंकडों के अनुसार 72 प्रतिशत पाठक समाचार पत्रों में प्रकाशित औषधि एवं चमत्कारिक उपचार विज्ञापनों के प्रकाशन के लिए सरकार को जिम्मेदार मानते है। 21 प्रतिशत प्रकाशक तथा 7 प्रतिषत पाठकों को इन विज्ञापनों के प्रकाशन के लिए जिम्मेदार मानते है।

निष्कर्ष–

प्रस्तुत शोध में दैनिक समाचार पत्रों में प्रकाशित औषधि एवं चमत्कारिक उपचार से सम्बद्ध विज्ञापनों के अध्ययन के लिए विभिन्न पहलुओं का गहनता से अध्ययन, विश्लेषण एवं मूल्याकंन करने का प्रयास किया गया है तथा प्राप्त आंकड़ो के आधार पर विश्लेषण किया गया है। इस कार्य हेतु निर्धारित शोध रूपरेखा बनाने के पष्चात 1 सितम्बर 2014 से 31 मार्च 2015 तक प्रकाशित जिले के दोनों मुख्य समाचार पत्र राजस्थान पत्रिका एवं दैनिक भास्कर के प्रतिदिन के अंको का अवलोकलन कर आंकड़े एकत्र किये गये। इसके साथ ही विभिन्न विधियों द्वारा जुटायें गये। ऐतिहासिक परिपेक्ष जानने के लिये अनेक संदर्भ पुस्तकों का अध्ययन किया गया।

उदेश्य 1. औषधि एवं चमत्कारिक उपचार (आक्षेपणीय) विज्ञापनों के प्रकाशन का संख्यात्मक अध्ययन करना।
प्राकल्पना 1. औषधि एवं चमत्कारिक उपचार विज्ञापनों के प्रकाशन निरन्तर बढ़ता जा रहा है।

झुंझुनूं जिले के दो मुख्य समाचार पत्र राजस्थान पत्रिका एवं दैनिक भास्कर के 1 सितम्बर 2014 से 31 मार्च 2015 तक प्रकाशित अंको के प्रतिदिन अवलोकलन से तैयार सारणी संख्या 1,2,3 में यह स्पष्ट हो जाता है कि औषधि एवं चमत्कारिक उपचार (आक्षेपणीय) विज्ञापनों का प्रकाशन निरन्तर हो रहा हैं। साथ इसमें निरन्तर वद्धि भी हो रही है। तालिका 3 में दिखाया गया है कि उक्त 16 माह की अवधि में कुल 6378 औषधि एवं चमत्कारिक उपचार से सम्बद्ध विज्ञापनों का प्रकाशन हुआ। जिसमें दैनिक भास्कर में 3771 राजस्थान पत्रिका में 2607 विज्ञापनों का प्रकाशन हुआ।
उदेश्य 2. औषधि एवं चमत्कारिक उपचार (आक्षेपणीय) विज्ञापनों के प्रकाशन का गुणात्मक अध्ययन करना।
प्राकल्पना 2. औषधि एवं चमत्कारिक उपचार विज्ञापनों का प्रस्तुतीकरण अश्लील और अमर्यादित होता जा रहा है तथा बाल मन को प्रभावित करते है।
चित्र संख्या–1 में प्राप्त आंकडों के अनुसार स्पष्ट होता है कि समाचार पत्रों में प्रकाशित औषधि एवं चमत्कारिक उपचार विज्ञापनों के प्रस्तुतिकरण को 79 प्रतिशत पाठक बच्चों पर बुरा प्रभाव डालने वाला मानते है 8 प्रतिशत बुरा नही मानते जबकि 13 प्रतिशत को इसका पता नही। इसी तरह चित्र संख्या–2 में प्राप्त आंकडों से स्पष्ट होता है कि समाचार पत्रों में प्रकाशित औषधि एवं चमत्कारिक उपचार विज्ञापनों को 86 प्रतिशत पाठक अश्लील मानते है जबकि 14 प्रतिशत नही मानतें।
उदेश्य 3. औषधि एवं चमत्कारिक उपचार (आक्षेपणीय) विज्ञापनों के प्रकाशन से पाठकों को होने वाले नुकसान का अध्ययन करना।
प्राकल्पना 3. औषधि एवं चमत्कारिक उपचार विज्ञापनों के प्रकाशन से आर्थिक ठगी की जा रही है।
अध्ययन से पता चला है कि औषधि एवं चमत्कारिक उपचार विज्ञापनों के प्रकाशन का कारोबार अरबों रूपयें का हो चुका है। अधिकांशतः पाठकों को भ्रमित कर आर्थिक ठगी की जाती है। साथ इन विज्ञापनों को देखकर खरीदी गई दवा से शारीरिक नुकसान भी होता है। चित्र संख्या–3 में प्राप्त आंकडों के अनुसार स्पष्ट होता है कि समाचार पत्रों में प्रकाशित औषधि एवं चमत्कारिक उपचार विज्ञापनों को पढ़ने वाले पाठकों से 58 प्रतिशत पाठकों ने माना कि ऐसे विज्ञापनों से पाठक आर्थिक ठग्गी का शिकार होते है। जबकि 42 प्रतिशत ने ऐसा नही माना।
उदेश्य 4. औषधि एवं चमत्कारिक उपचार विज्ञापनों के प्रकाशन एवं दवाओं की बिक्री का अध्ययन।
प्राकल्पना 4. औषधि एवं चमत्कारिक उपचार विज्ञापनों के प्रकाशन से अनावश्यक उत्पादों की डिमाण्ड जनरेट करायी जाती है।
चित्र संख्या–4 में प्राप्त आंकडों के अनुसार 60 प्रतिशत पाठक मानते है कि समाचार पत्रों में प्रकाशित औषधि एवं चमत्कारिक उपचार विज्ञापनों में दिखाई गई वस्तु स्वयं के लिये आवश्यक सी प्रतीत होती है। यानि पाठक या दर्षक से डिमांड जनरेट करवाई जाती है। जबकि 40 प्रतिशत ऐसा नही मानतें। हाईट बढ़ाना, गोरापन, स्तन आकार अभिवृद्धि, सहवास सुख अभिवृद्धि, बालो को फिर से उगाना आदि विज्ञापनों की डिमांड अनावश्यक रूप से आकर्षक एवं भ्रामक विज्ञापन दिखाकर कराई जाती है।
उदेश्य 5. औषधि एवं चमत्कारिक उपचार विज्ञापनों के प्रकाशन रोकथाम प्रयासों का अध्ययन करना
प्राकल्पना 5. पाठकों में औषधि एवं चमत्कारिक उपचार विज्ञापनों के प्रकाशन रोकथाम कानून की जानकारी का अभाव है। सरकार कानून के सफल कियान्वयन पर ध्यान नही देती है।
चित्र संख्या–5 में प्राप्त आंकडों के अनुसार 96 प्रतिशत पाठकों को समाचार पत्रों में प्रकाशित औषधि एवं चमत्कारिक उपचार विज्ञापनों रोकने के लिए बनाये गये मेंषधि एवं चमत्कारिक उपचार (अक्षेपणीय विज्ञापन) अधिनियम 1954 की जानकारी ही नही है। सिर्फ 4 प्रतिशत पाठकों को इस एक्ट की जानकारी है। चित्र संख्या–6 में प्राप्त आंकडों के अनुसार 72 प्रतिशत पाठक समाचार पत्रों में प्रकाशित औषधि एवं चमत्कारिक उपचार विज्ञापनों के प्रकाशन के लिए सरकार को जिम्मेदार मानते है। 21 प्रतिशत प्रकाशक तथा 7 प्रतिशत पाठकों को इन विज्ञापनों के प्रकाशन के लिए जिम्मेदार मानते है।

समस्या समाधान के लिए सुझाव

1.नया कानून का निर्माण और उसकी कठोरता से पालना कराना।
2.सूचना एवं जनसम्पर्क विभाग से ली जाये प्रतिदिन रिपोर्ट लेना।
3.ऑनलाइन पॉर्टल व ईपेपर से निगरानी करना।
4.कानून तोड़ने वाले पत्र का रजिस्ट्रेशन रद होना चाहिये।

5.विज्ञापन देने वाले कम्पनी पर भी हो कार्यवाही।
6.निगरानी समितियों का हो गठन।
7.सेलेब्रटीज द्वारा अभिनय पर लगे प्रतिबन्ध।
8.व्यापक जागरूकता लाई जाये।
9.शिकायत के लिए टोलफ्री नम्बर की हो सुविधा ।
10.स्थानीय भाषा में मिले नियमों की जानकारी।

संदर्भ ग्रंथ सूची

संदर्भ / ग्रन्थ सूची– पुस्तकें :

1.जनसम्पर्क एवं विज्ञापन–2005 डॉ. संजीव भानावत।
2.विज्ञापन और उपभोक्ता व्यवहार –डॉ. ऋतु सारस्वत।
3.आधुनिक विज्ञापन एवं जनसम्पर्क– डी के राव।
4. द एडवर्टाइज़िंग स्टैंडर्ड कौंसिल ऑफ इंडिया।
5.पत्रकारिता की लक्ष्मण रेखा– आलोक मेहता।
6.समकालीन संचार सिद्धान्त– सुस्मिता बाला।
7.भारत में संचार और जनसंचार– प्रो. जे पी विलानिलम।
8.समाचार पत्र एवं प्रेस कानून–2005 –डॉ. संजीव भानावत।
9.दैनिक भास्कर।
10.राजस्थान पत्रिका।
11.भारतीय पाठक सर्वे–2013।
12.'एडवरटीजमेंट आर इनजर्स टू पब्लिक इंटरेस्ट' अंकित व्यास 1998 ।
13.'विज्ञापन तकनीक एवं सिद्धांत' नरेन्द्र सिंह यादव ।
14.'विज्ञापन निर्माण एवं प्रक्रिया' डॉ. निशान्त सिंह ।
15.विज्ञापन 'सिद्धान्त एवं व्यवहार' प्रो. रमेश जैन ।
16.'एडवरटाईजिंग– आर्ट एण्ड आइडियाज' डॉ. जी एम रेगे।
17.'विज्ञापन व्यवसाय एवं कला' डॉ. रामचन्द्र तिवारी ।
18.'विज्ञापन कला' श्री एकेश्वर प्रसाद हटवाल ।
19.'विज्ञापन सिद्धान्त एवं प्रयोग' विजय कुलश्रेष्ठ।
20.www.ascionline.org
21.The marketing of 'magic', never mind the laws-Indian Express July 9, 2012.
22. In India, magic remedies for sexual dysfunction limp- Indian Express July 10, 2012
23.FDA intensifies drive against misleading adverts by drug companies- Indian Express May 13, 2014.
24. Indian Acad Forensic Med. January-March 2014,Vol. 36, N.1
25.Drugs and Magic Remedies Objectionable Advertisements Act 1954

महेश कुमार
पीएचडी शोधार्थी , पत्रकारिता एंव जन संचार विभाग,
महात्मा ज्योतिराव फुले 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 Book Review for publication,you will be pleased to know that our journals are

Associated and Indexed,India

- International Scientific Journal Consortium
- OPEN J-GATE

Associated and Indexed,USA

- Google Scholar
- EBSCO
- DOAJ
- Index Copernicus
- Publication Index
- Academic Journal Database
- Contemporary Research Index
- Academic Paper Databse
- 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
- Directory Of Research Journal Indexing

Indian Streams Research Journal
258/34 Raviwar Peth Solapur-413005,Maharashtra
Contact-9595359435
E-Mail-ayisrj@yahoo.in/ayisrj2011@gmail.com
Website : www.isrj.org