



केंद्र ने सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म पर मशहूर हस्तियों, प्रभावित करने वालों और वर्चुअल रूप से प्रभावित करने वालों के लिए दिशानिर्देश जारी किए

केंद्र ने भुगतान या वस्तु विनिमय ब्रांड के प्रचार के लिए प्रकट करने वाले शब्द निर्दिष्ट किए हैं

प्रचार के लिए उपयोग किए गए शब्द स्पष्ट, प्रमुख और प्रचार के लिए पूरी तरह उपयुक्त होना चाहिए:
उपभोक्ता कार्य विभाग

Posted On: 06 MAR 2023 3:05PM by PIB Delhi

उपभोक्ता कार्य, खाद्य और सार्वजनिक वितरण मंत्रालय के अंतर्गत उपभोक्ता कार्य विभाग ने सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म पर मशहूर हस्तियों, प्रभावित करने वालों और वर्चुअल रूप से प्रभावित करने वालों के लिए "अनुमोदन के बारे में जानकारी प्राप्त करना!" नामक दिशानिर्देशों का एक सेट जारी किया है। दिशानिर्देशों का उद्देश्य यह सुनिश्चित करना है कि उत्पाद या सेवाओं का समर्थन करते समय व्यक्ति अपने दर्शकों को गुमराह न करें और वे उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम और किसी भी संबंधित नियमों या दिशानिर्देशों के अनुपालन में हों।

दिशानिर्देश बताते हैं कि अनुमोदन सरल और स्पष्ट भाषा में किया जाना चाहिए, और "विज्ञापन," "प्रायोजित," "सहयोग" या "सशुल्क प्रचार" जैसे शब्दों का उपयोग किया जा सकता है। व्यक्तियों को किसी भी उत्पाद या सेवा का समर्थन नहीं करना चाहिए जिसका उन्होंने व्यक्तिगत रूप से उपयोग या अनुभव नहीं किया है या जिसमें उनके द्वारा उचित परिश्रम नहीं किया गया है।

विभाग ने यह पाया है कि किस प्रकार की साझेदारी के लिए किस अनुमोदन शब्द का उपयोग किया जाए, इसे लेकर भ्रम की स्थिति है। इसलिए, भुगतान या वस्तु विनिमय ब्रांड समर्थन के लिए, निम्नलिखित में से किसी भी अनुमोदन किए जाने वाले शब्द: "विज्ञापन," "प्रचार," "प्रायोजित," "सहयोग," या "साझेदारी" का उपयोग किया जा सकता है, हालांकि, शब्द को हैशटैग या हेडलाइन टेक्स्ट के रूप में दर्शाया जाना चाहिए।

दिशानिर्देश निर्दिष्ट करते हैं कि व्यक्तियों या समूहों के पास दर्शकों तक पहुंच है और प्रभावित करने वाले/मशहूर हस्तियों के अधिकार, ज्ञान, स्थिति या रिश्ते के कारण किसी उत्पाद, सेवा, ब्रांड या अनुभव के बारे में अपने दर्शकों के खरीदारी के फैसले या राय को प्रभावित करने की शक्ति है, जिसके बारे में उन्हें अपने दर्शकों के साथ, खुलासा करना चाहिए।

दिशानिर्देशों में कहा गया है कि प्रकटीकरण को समर्थन संदेश में इस तरह से रखा जाना चाहिए जो स्पष्ट, प्रमुख और याद करने में पूरी तरह से उचित हो। ट्विटर जैसे को हैशटैग या लिंक के समूह के साथ नहीं मिलाया जाना चाहिए। किसी चित्र में समर्थन के लिए, प्रकटीकरण को छवि पर पर्याप्त रूप से प्रदर्शित किया जाना चाहिए ताकि दर्शक उसे नोटिस कर सकें। किसी वीडियो या लाइव स्ट्रीम में समर्थन के लिए, प्रकटीकरण ऑडियो और वीडियो दोनों प्रारूपों में किया जाना चाहिए और संपूर्ण स्ट्रीम के दौरान लगातार और प्रमुखता से प्रदर्शित किया जाना चाहिए।

दिशानिर्देश मशहूर हस्तियों और प्रभावित करने वालों को सलाह देते हैं कि वे हमेशा समीक्षा करें और खुद को संतुष्ट करें कि विज्ञापनदाता विज्ञापन में किए गए दावों को साबित करने की स्थिति में है। यह भी अनुशंसा की जाती है कि उत्पाद और सेवा का वास्तव में उपयोग किया गया हो या प्रचार करने वालों द्वारा अनुभव किया गया हो।

इसमें, दिशानिर्देशों का उद्देश्य यह सुनिश्चित करना है कि व्यक्ति उत्पादों या सेवाओं का समर्थन करते समय अपने दर्शकों को गुमराह न करें और यह कि वे उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम और किसी भी संबंधित नियमों या दिशानिर्देशों के अनुपालन में हैं। अपने दर्शकों के साथ पारदर्शिता और प्रामाणिकता बनाए रखने के लिए मशहूर हस्तियों, प्रभावित करने वालों और आभासी प्रभावित करने वालों के लिए इन दिशानिर्देशों का पालन करना आवश्यक है।

एमजी/एमएस/एआर/एमकेएस/डीए

(Release ID: 1904689) Visitor Counter : 118

Read this release in: English , Urdu , Marathi , Punjabi , Gujarati , Odia