डिजिटिल विज्ञापन नीति, 2023

प्रिलिम्स के लिये:

डिजिटिल विज्ञापन नीति, 2023, केंद्रीय संचार ब्यूरो (CBC), डिजिटिल मीडिया, सोशल मीडिया, ओवर-द-टॉप (OTT) प्लेटफॉर्म।

मेन्स के लिये:

डिजिटिल विज्ञापन नीति, 2023, विभिन्न क्षेत्रों में विकास के लिये सरकारी नीतियाँ और हस्तक्षेप, नीतियों के निर्माण और कार्यान्वयन से उत्पन्न मुद्दे।

स्रोत: इंडियन एक्सप्रेस

चर्चा में क्यों?

हाल ही में सूचना और प्रसारण मंत्रालय (Ministry of Information and Broadcasting) ने **केंद्रीय संचार ब्यूरो (Central Bureau of Communication- CBC)** को **डिजिटिल मीडिया** क्षेत्र में अभियानों का संचालन करने के लिये **डिजिटिल विज्ञापन नीति (Digital Advertisement Policy), 2023** को स्वीकृति दे दी है।

- CBC सूचना और प्रसारण मंत्रालय के अंतर्गत कार्यों का संचालन करता है तथा भारत में विभिन्न सरकारी कार्यक्रमों, योजनाओं एवं नीतियों के बारे में जागरूकता उत्पन्न करने व जानकारी प्रसारित करने हेतु उत्तरदायी है।
- CBC **बदलते मीडिया परिदृश्य में** अधिक-से-अधिक दर्शकों तक पहुँच स्थापित करने हेतु **नई प्रौद्योगिकियों को अपनाने के लिये प्रतिबद्ध** है।

डिजिटिल विज्ञापन नीति, 2023 के तहत प्रमुख नीतियाँ क्या हैं?

- **डिजिटिल प्लेटफॉर्म तक विस्तार:**
  - CBC सोशल मीडिया, ओवर-द-टॉप (OTT) प्लेटफॉर्म, डिजिटिल ऑडियो प्लेटफॉर्म, मोबाइल एप्लीकेशन और वेबसाइट्स के माध्यम से विज्ञापन जारी कर सकता है।
  - यह अनिवार्य करता है कि योजना के तहत आवेदन करने हेतु पात्रता के लिये वेबसाइट, मोबाइल एप, OTT प्लेटफॉर्म और डिजिटिल ऑडियो प्लेटफॉर्म को **कम-से-कम एक वर्ष पुराना होना चाहिये।**
- **विज्ञापन दरें और पारदर्शिता:**
  - पारदर्शिता और दक्षता सुनिश्चित करने के लिये विज्ञापन दरें ग्राहक (Subscriber) आधार और दर्शकों की संख्या से जुड़ी होंगी, जिनका निर्धारण प्रतिस्पर्द्धी बोली के माध्यम से किया जाएगा।
  - इस प्रक्रिया के माध्यम से प्राप्त की गई दरें तीन वर्षों तक वैध रहेंगी।
- **OTT प्लेटफॉर्म की भागीदारी:**
  - OTT प्लेटफॉर्मों को न केवल नियमित कॉन्टेंट के दौरान विज्ञापन देने के लिये बल्कि CBC के आशय-पत्र के अनुसार **एम्बेडेड/इन-फिल्म विज्ञापनों, प्रचार या ब्रांडिंग गतिविधियों के प्रस्तुतीकरण के लिये भी** सूचीबद्ध किया जा सकता है।
- **फंडिंग स्रोत:**
  - CBC आमतौर पर प्रचार और आउटरीच गतिविधियों के लिये सरकारी योजनाओं के कुल परिव्यय के 2% उपयोग करता है तथा इस फंड का उपयोग विज्ञापनों एवं अभियानों के लिये किया जाता है।

डिजिटिल विज्ञापन नीति, 2023 का क्या महत्त्व है?

- यह नीति उभरते **मीडिया परिदृश्य तथा मीडिया उपयोग के बढ़ते डिजिटलीकरण के परिप्रेक्ष्य** में भारत सरकार की **विभिन्न योजनाओं, कार्यक्रमों और नीतियों** के बारे में जानकारी के प्रसारण एवं जागरूकता उत्पन्न करने के CBC के मिशन में एक महत्त्वपूर्ण अभियान को चिह्नित करती है।

- यह नीति डिजिटिल दुनिया में विशाल ग्राहक (Subscriber) आधार, **डिजिटिल विज्ञापनों के माध्यम से प्रौद्योगिकी सक्षम संदेश** विकल्पों के साथ लक्षित नागरिक केंद्रित **संदेशों को प्रभावी तरीके से उपलब्ध कराने की सुविधा** प्रदान करेगी जिसके परिणामस्वरूप जन उन्मुख अभियानों का संचालन लागत दक्षता के साथ किया जा सकेगा।
- हाल के वर्षों में दर्शकों द्वारा किये जाने वाले मीडिया उपयोग को देखते हुए यह डिजिटिल क्षेत्र की ओर एक महत्त्वपूर्ण परिवर्तन को दर्शाता है।
- भारत सरकार के **डिजिटिल इंडिया कार्यक्रम** के परिणामस्वरूप देश भर में इंटरनेट, सोशल और डिजिटिल मीडिया प्लेटफॉर्मों से जुड़ने वाले लोगों की संख्या में उल्लेखनीय वृद्धि हुई है।
    - **भारतीय दूरसंचार नियामक प्राधिकरण (Telecom Regulatory Authority of India- TRAI) के भारतीय दूरसंचार सेवा प्रदर्शन संकेतक जनवरी-मार्च 2023 के अनुसार, मार्च 2023 तक भारत में इंटरनेट की पहुँच 880 मिलियन से अधिक लोगों तक थी** और दूरसंचार ग्राहकों की संख्या 1172 मिलियन से अधिक थी।

PDF Refernece URL: https://www.drishtiias.com/hindi/printpdf/digital-advertisement-policy-2023