vinetur

ऑस्ट्रेलिया के टीवी नियामक ने प्रसारणकर्ताओं से खेल आयोजनों में शराब के विज्ञापनों को मिली छूट खत्म करने की अपील की

एजेंसी के मुताबिक, सप्ताहांत में दिन के समय प्रसारित खेल आयोजनों के जरिए बच्चे ऐसे विपणन के संपर्क में आते हैं, जिसकी फ्री-टू-एयर टीवी पर अन्यथा अनुमति नहीं होती

शुक्रवार, 13 नवंबर 2026



ऑस्ट्रेलिया के संचार नियामक ने गुरुवार, 12 नवंबर को देश के फ्री-टू-एयर टेलीविजन उद्योग से शराब के विज्ञापनों पर अपने नियम सख्त करने की अपील की। इसमें उस छूट को खत्म करना भी शामिल है, जिसके तहत खेल प्रसारणों के दौरान ऐसे विज्ञापन दिखाए जा सकते हैं, जबकि सामान्य परिस्थितियों में उस समय उनकी अनुमति नहीं होती।

ऑस्ट्रेलियन कम्युनिकेशंस एंड मीडिया अथॉरिटी ने कहा कि उसने मार्च में शुरू की गई समीक्षा पूरी कर ली है। इसका उद्देश्य यह जांचना था कि क्या मौजूदा नियम प्रसारण टेलीविजन पर शराब के विपणन से दर्शकों, खासकर बच्चों, को पर्याप्त सुरक्षा देते हैं। नियामक ने यह भी कहा कि ऑस्ट्रेलियाई सरकार को सभी मीडिया में शराब के विज्ञापन संबंधी

नियमों की व्यापक समीक्षा पर विचार करना चाहिए। उसका तर्क है कि मौजूदा व्यवस्था में टेलीविजन, ऑनलाइन सेवाओं और प्रचार के अन्य माध्यमों के बीच खामियां और विसंगतियां हैं।

अपनी समीक्षा में ACMA ने कहा कि शराब के विज्ञापनों को लेकर लोगों की चिंता जुए के विज्ञापनों की तुलना में कम है, लेकिन यह लगातार काफी ऊंची बनी हुई है—विशेषकर बच्चों के उन विज्ञापनों के संपर्क में आने को लेकर। समीक्षा में कहा गया कि शराब के विज्ञापन, अधिक सेवन और जोखिम भरे ढंग से शराब पीने के बीच स्थापित संबंध है, जिससे शराब से होने वाले नुकसान बढ़ सकते हैं।

वहीं, नियामक ने कहा कि समीक्षा के दौरान मिले सुझावों से पता चला कि व्यापक सामाजिक नुकसान में वाणिज्यिक टेलीविजन विज्ञापनों की भूमिका कितनी है, इस पर मतभेद हैं। ACMA ने यह भी कहा कि टेलीविजन पर शराब के विज्ञापन प्रसारणकर्ताओं की आय का अपेक्षाकृत छोटा, लेकिन अहम स्रोत हैं और शराब तथा खेल—दोनों उद्योगों के कारोबारी मॉडल का हिस्सा हैं।

ACMA की अध्यक्ष नेरिडा ओ'लफलिन ने कहा कि नियामक इस निष्कर्ष पर पहुंचा है कि बदलाव लक्षित और आनुपातिक होने चाहिए, लेकिन उनकी जरूरत है। सबसे तात्कालिक सिफारिश Free TV Australia से जुड़ी थी, जो देश की सह-विनियामक व्यवस्था के तहत वाणिज्यिक टेलीविजन संहिता की जिम्मेदार उद्योग संस्था है।

ACMA ने कहा कि Free TV Australia को मौजूदा छूट खत्म कर देनी चाहिए। इनके तहत खेल प्रसारणों के दौरान उन समयावधियों में शराब के विज्ञापन दिखाने की अनुमति है, जब वर्गीकरण नियमों के मुताबिक सामान्यत: ऐसे विज्ञापनों पर रोक होती है। नियामक ने कहा कि सप्ताहांत में दिन के समय होने वाले खेल आयोजनों को बड़ी संख्या में लोग देखते हैं, जिनमें कई बच्चे भी होते हैं। इन छूटों के कारण वे शराब के विज्ञापनों के संपर्क में आते हैं।

ओ'लफलिन ने कहा कि खेल आयोजनों के लिए यह विशेष छूट ऑस्ट्रेलिया में अनूठी है और जुए सहित विज्ञापन की अन्य प्रतिबंधित श्रेणियों के साथ किए जाने वाले व्यवहार से मेल नहीं खाती। नियामक ने कहा कि तमाम पहलुओं को देखते हुए, इस छूट को खत्म करने से टेलीविजन नियम बच्चों की सुरक्षा को लेकर समुदाय की अपेक्षाओं के अधिक अनुरूप होंगे।

ACMA ने Free TV Australia से यह भी आग्रह किया कि प्रसारणकर्ताओं की ऑनलाइन सेवाओं पर उपलब्ध टेलीविजन कार्यक्रमों पर भी स्वेच्छा से यही संहिता लागू की जाए। उसने कहा कि दर्शक उम्मीद करते हैं कि कार्यक्रम पारंपरिक टेलीविजन सिग्नल से देखें या प्रसारणकर्ता की ऑनलाइन सेवा पर स्ट्रीम करें, उन्हें समान सुरक्षा मिले।

इस सिफारिश का असर पारंपरिक टीवी से कहीं आगे तक हो सकता है। इसे अपनाए जाने पर खेल कवरेज से जुड़े बीयर, वाइन और स्पिरिट ब्रांडों के विज्ञापन के कुछ अवसर सीमित हो सकते हैं और प्रसारणकर्ताओं के डिजिटल मंचों पर इन उत्पादों के विपणन के तरीकों में व्यापक बदलाव का दबाव बढ़ सकता है। यदि सरकार व्यापक समीक्षा आगे बढ़ाती है, तो इंटरनेट और अन्य ऐसे माध्यमों पर शराब के प्रचार की फिर से जांच हो सकती है, जो फिलहाल टेलीविजन संहिता के दायरे से बाहर हैं।

ACMA ने कहा कि समीक्षा के दौरान उठाई गई कई चिंताएं फ्री-टू-एयर टेलीविजन से कहीं आगे तक फैली हुई थीं। नियामक के अनुसार, सुझाव देने वालों ने ऑनलाइन शराब विपणन, खेल स्थलों पर प्रचार, टीम की जर्सियों पर विज्ञापन और ऐसे अन्य माध्यमों का जिक्र किया, जो ACMA के सीधे अधिकार क्षेत्र से बाहर हैं।

इसी वजह से नियामक ने कहा कि ऑस्ट्रेलियाई सरकार को शराब के विज्ञापन नियमन की अधिक व्यापक समीक्षा करनी चाहिए। ACMA ने कहा कि ऐसी समीक्षा में केवल टेलीविजन पर अलग से ध्यान देने के बजाय विभिन्न मंचों पर संभावित खामियों और विसंगतियों की जांच होनी चाहिए।

यह सिफारिश हाउस ऑफ रिप्रेजेंटेटिव्स की स्वास्थ्य, वृद्ध देखभाल और दिव्यांगता संबंधी स्थायी समिति की हालिया

अपील के बाद आई है। समिति ने सरकार से शराब के विज्ञापन और विपणन के लिए नया अनिवार्य ढांचा बनाने को कहा था।

ऑस्ट्रेलिया की मौजूदा व्यवस्था के तहत ACMA वाणिज्यिक टेलीविजन संहिता को सीधे संशोधित नहीं कर सकता। इसका मसौदा तैयार करने और इसे अद्यतन करने की जिम्मेदारी Free TV Australia की है, हालांकि इसके लिए नियामक का पंजीकरण जरूरी है। लेकिन ACMA ने संकेत दिया कि उद्योग के कार्रवाई न करने पर वह हस्तक्षेप कर सकता है। नियामक ने कहा कि अगर Free TV Australia समुदाय को उचित सुरक्षा देने वाली संशोधित संहिता पेश करने में नाकाम रहता है, तो ACMA कार्यक्रम मानक निर्धारित करने की प्रक्रिया शुरू कर सकता है।

सार्वजनिक परामर्श प्रक्रिया के तहत समीक्षा में 96 सुझाव मिले। ACMA ने कहा कि उसने प्रसारणकर्ताओं, खेल संगठनों, सार्वजनिक स्वास्थ्य के पैरोकारों, शराब और विज्ञापन उद्योग के प्रतिनिधियों, सरकारी निकायों और विदेशी नियामकों से भी परामर्श किया।

नियामक की रिपोर्ट में सार्वजनिक स्वास्थ्य संबंधी चिंताओं और वाणिज्यिक हितों के बीच संतुलन साधने की कोशिश झलकती है। उसने माना कि टेलीविजन पर शराब के विज्ञापनों की कुल विज्ञापन में हिस्सेदारी कम है, लेकिन लाइव खेल देखने वाले दर्शकों की प्रकृति और दिन के समय इन प्रसारणों की दृश्यता के कारण यह मुद्दा खास अहमियत रखता है।

शराब उत्पादकों और विपणनकर्ताओं के लिए इस समीक्षा से ऐसे माहौल की आशंका पैदा होती है, जहां क्षेत्र के सबसे अधिक दिखने वाले विज्ञापन माध्यमों में से एक पर पाबंदियां बढ़ सकती हैं। खेल प्रसारण लंबे समय से ब्रांडों को बड़े दर्शक वर्ग तक पहुंचने और प्रमुख आयोजनों से जुड़ने का अवसर देते रहे हैं। अगर खेलों को मिली छूट खत्म होती है और ऑनलाइन सेवाओं पर भी यही संहिता लागू की जाती है, तो विज्ञापनदाताओं को ऑस्ट्रेलिया में अपनी रणनीति के कुछ हिस्सों पर फिर से विचार करना पड़ सकता है।

ACMA ने कहा कि समीक्षा के नतीजों की पूरी रिपोर्ट उसकी वेबसाइट पर उपलब्ध है और उसने समीक्षा में सुझाव देने वाले प्रतिभागियों का आभार जताया।