



सङ्घीयतामा मिडिया नीति तथा कानून

(मस्यौदामाथि टिप्पणी तथा सुझाव)

टिप्पणी तथा सुझाव

फागुन, २०७५



विज्ञापन नियमन गर्ने
सम्बन्धमा व्यवस्था
गर्न बनेको विधेयक

पृष्ठभूमि

नेपाल सरकारले विज्ञापन नियमन गर्नका लागि विज्ञापन नियमन गर्ने सम्बन्धमा व्यवस्था गर्न बनेको विधेयक माघमा संसद्मा दर्ता गरेको छ । विज्ञापन निर्माता, विज्ञापन एजेन्सी तथा विज्ञापनका अन्तर्वस्तुहरूलाई नियमन गर्ने छुट्टै प्राधिकरण वा बोर्ड नै चाहिन्छ भनेर सरोकारवालाहरूले आवाज उठाइरहेका बेला विज्ञापन नियमनका लागि यो विधेयक ल्याइएको छ ।

नेपालमा विज्ञापनलाई नियमन गर्न ल्याइएको यो छुट्टै विधेयक हो । यसअघि नेपालमा जारी विभिन्न नीतिगत व्यवस्थाबाट विज्ञापन नियमन गर्ने गरेको पाइन्छ । राष्ट्रिय प्रसारण ऐन २०४९, पत्रकार आचारसंहिता, विज्ञापनसम्बन्धी दीर्घकालीन नीति २०५९, राष्ट्रिय आमसञ्चार नीति २०७३ लगायत अन्य विभिन्न नीतिगत व्यवस्थाबाट विज्ञापनलाई व्यवस्थित र नियमन गर्ने कार्य हुँदै आएको थियो ।

विभिन्न सरोकारवाला निकायसँगको छलफल तथा सुभावसहित एकीकृतरूपमा विज्ञापन नियमन गर्न विधेयक आएको छ । विधेयकमा विभिन्न माध्यम, जस्तै- होर्डिङ बोर्ड, रेडियो, टेलिभिजन, पत्रपत्रिकासँगै नयाँ मिडियामा प्रकाशन तथा प्रसारण गरिने विज्ञापनलाई नियमन गर्नका लागि विभिन्न व्यवस्था राखिएको छ ।

विधेयकका मुख्य प्रावधान

विज्ञापन बोर्ड : विधेयकमा विज्ञापन बोर्डको स्थापनासँगै विज्ञापन नियमन गर्न बोर्डको भूमिका उल्लेख छ । बोर्डमा अध्यक्षसहित ९ जना पदाधिकारी रहने व्यवस्था छ । बोर्डको मुख्य जिम्मेवारीमा विज्ञापनबारे राष्ट्रिय नीति तय गर्ने, सञ्चार माध्यमबाट प्रसारण गरिने विज्ञापन परीक्षण गर्ने, अनुगमन तथा कारवाही गर्नेसम्मको अधिकार तोकिएको छ । यस्तै बोर्डले सञ्चार माध्यमहरूलाई सरकारबाट उपलब्ध सार्वजनिक हितसम्बन्धी विज्ञापन समानुपातिकरूपमा वितरण गर्ने उल्लेख छ ।

विज्ञापनरहित विदेशी टिभी च्यानल : विधेयकमा नेपालबाट प्रसारण हुने कुनै पनि विदेशी च्यानल विज्ञापनरहित (क्लिनफिड) हुनुपर्ने व्यवस्था छ । यस्तै विधेयकले विदेशी विज्ञापन 'डबिङ' गरेर प्रसारण गर्न रोक लगाएको छ ।

अनलाइन माध्यमबाट इमेल र एसएमएसबाट विज्ञापन : यस विधेयकको मुख्य व्यवस्था भनेकै आमसञ्चार जगतमा प्रविधिले पारेको प्रभाव, जस्तै- अनलाइन तथा इन्टरनेट माध्यमबाट हुने विज्ञापनलाई नियमन गर्ने विषय समेटिएको छ । विधेयकले सम्बन्धित व्यक्तिको मन्जुरीबिना इमेल अथवा मोबाइलमा एसएमएस विज्ञापनमूलक सन्देश पठाउन रोक लगाएको छ । यो नयाँ मिडिया प्रयोगबाट हुन सक्ने डिजिटल विज्ञापन नियमन गर्न पहिलो कदम हो ।

विज्ञापन निषेधित क्षेत्र : विधेयकमा स्थानीय तहले निर्धारण गरेको मापदण्डका आधारमा धार्मिक, सांस्कृतिक वा पुरातात्विक स्थल, शिक्षण वा स्वास्थ्य संस्थाले चर्चेको

क्षेत्रमा निश्चित दूरीभित्र सबै प्रकारका विषय वा कुनै खास प्रकारका विषयमा विज्ञापन गर्न नपाउने गरी निषेधित क्षेत्र तोक्न सक्ने व्यवस्था छ ।

प्रदेश तथा स्थानीय तहमा विज्ञापन : स्थानीय तथा प्रदेशस्तरीय सञ्चार माध्यमबाट गरिने विज्ञापनको नियमन तथा अनुगमन स्थानीय तथा प्रदेश तहले गर्ने उल्लेख छ ।

विज्ञापनमा गर्न नपाइने : दफा ५ मा २४ वटा बुँदामा विज्ञापन गर्न नपाइने व्यवस्था छ ।

सूचीकृत हुनुपर्ने : विज्ञापनसम्बन्धी काम गर्ने विज्ञापन एजेन्सीहरू विज्ञापन बोर्डमा सूचीकृत हुनुपर्नेछ ।

कसुर र सजाय : कानूनविपरित विज्ञापन गरेको खण्डमा जरिवाना तथा कैद वा दुवै सजायको व्यवस्था विधेयकमा छ । जरिवाना १ लाखदेखि ५ लाख रुपियाँसम्म गर्न सक्ने उल्लेख छ भने कैद सजाय ३ देखि ५ वर्षसम्म राखिएको छ ।

विधेयकका मूलभूत समस्या तथा सुझाव

- विज्ञापन बोर्ड गठनमा समावेशी सिद्धान्त आत्मसात् गरेको देखिँदैन । बोर्डमा एकजना मात्र महिलाको प्रतिनिधित्व हुने उल्लेख छ ।
- मन्जुरी नलिइ इमेल वा एसएमएसबाट विज्ञापन गर्न नपाइने, विधेयकको दफा १० को सन्दर्भमा कानूनतः व्याख्या गर्नुपर्ने आवश्यकता देखिन्छ । जस्तै- मन्जुरी कसरी लिन सकिन्छ भन्ने विषयको व्याख्या गर्न आवश्यक छ । Anti-spam कानूनबारे स्पष्ट हुनु आवश्यक देखिन्छ । त्यसमा विज्ञापन पनि पर्छ ।
- विज्ञापनको प्रभावमा मुख्यतः बालबालिका र युवा समूह पर्ने हुँदा यस विधेयकमा सो समूहमा पर्न सक्ने नकारात्मक प्रभावबारे केही उल्लेख छैन । बालबालिका तथा युवाका विषयमा छुट्टै दफा राख्न आवश्यक देखिन्छ । बालबालिका र युवा समूह विषयमा छुट्टै कानूनी व्यवस्था गरिएको अन्तर्राष्ट्रिय अभ्यास पाइन्छ ।
- विज्ञापनरहित व्यवस्था लागु गर्ने विषयमा विधेयक स्पष्ट देखिए पनि समय किटान गरिएको छैन । विधेयकको दफा ६ मा '... नेपाल सरकारले राजपत्रमा सूचना प्रकाशन गरी तोकिएको मितिदेखि विज्ञापनरहित प्रसारण गर्नुपर्नेछ...' उल्लेख गरिएको छ । विधेयकमै राजपत्रमा प्रकाशित गर्ने समयसीमा उल्लेख गरेको भए कार्यान्वयन हुने समय स्पष्ट हुन्थ्यो ।
- यस्तै मस्यौदाको दफा ६ र दफा १५ को खण्ड (च) आपसमा बाफिएको देखिन्छ । दफा १५ को खण्ड (च) मा विदेशी च्यानलहरूबाट प्रसारण हुने विज्ञापनहरू मापदण्डविपरित प्रसारण भएमा त्यसको अनुगमन गरी कारबाहीका लागि मन्त्रालयमा सिफारिस गर्ने भन्ने कुरा उल्लेख छ जबकि किलनफिड लागु भइसकेको अवस्थामा खण्ड (च) को प्रावधान औचित्यपूर्ण देखिँदैन अथवा यस खण्डको सुरुमा 'किलनफिड लागु हुनुपूर्व' भन्ने वाक्यांश थप्न आवश्यक हुन्छ ।

- कसूर तथा सजायको हकमा दफा २५ को सन्दर्भमा कैद सजाय ३ देखि ५ वर्ष गर्न सकिने उल्लेख गरिएकोमा देशको सार्वभौमसत्ता, अखण्डतालगायतका विषय दफा ५ को उपदफा २ को खण्ड क, ख, ग मा गम्भीर प्रकृतिको कसुरको हकमा कम सजाय र जरिवाना गरिने व्यवस्था तोकिएको छ भने व्यावहारिकरूपमा हुन सक्ने क्रियाकलाप, जस्तै- जुवा, चिड्वाबारे विज्ञापनलगायत दफा ५ को उपदफा १ को खण्ड क, ख, ग कसुरमा जरिवाना तथा कैद सजाय बढी देखिन्छ । यसले राष्ट्रघात गर्नेभन्दा अन्य व्यावहारिकरूपमा कानून उल्लङ्घन गर्नेलाई राज्यले गम्भीररूपमा लिएको देखिन्छ ।
- फौजदारी अभियोग भन्दा देवानी संहिताअनुसार दण्ड तथा जरिवाना गर्ने व्यवस्था राख्न उचित हुन्छ ।
- प्रस्तावित विज्ञापन बोर्डको काम, कर्तव्य र अधिकार दफा १५ (ड) मा सार्वजनिक हितसम्बन्धी सबै विज्ञापन ...समानुपातिकरूपमा वितरण गर्ने उल्लेख छ । सार्वजनिक हितको स्पष्ट व्याख्या गर्न आवश्यक देखिन्छ । सार्वजनिक हितले विशेषगरी लोककल्याणकारी विज्ञापन जनाउने हुँदा बोर्डको क्षेत्राधिकार सार्वजनिक हितभन्दा लोककल्याणकारी विज्ञापन मात्रै वितरण गर्ने भन्ने बुझिने हुँदा सरकारले प्रतिबद्धता जाहेर गरेको सबै सरकारी निकायको सूचना तथा विज्ञापन समानुपातिकरूपमा वितरण गर्ने विषय ओभरलमा पर्न गएको देखिन्छ । सरकारले १० वर्षअघि समानुपातिक विज्ञापन नीति सुभावा कार्यदल २०६५ को प्रतिवेदनमा उल्लिखित सुभावाअनुसार विज्ञापन प्राधिकरण स्थापनाको परिकल्पना गरिएको थियो । यस कानूनमा प्राधिकरणको सट्टा बोर्ड व्यवस्था गरे पनि सरकारको निकायबाट गरिने सम्पूर्ण विज्ञापन एकीकृत रूपमा प्रदान गर्ने विषयमा यो कानून मौन देखिन्छ । विज्ञापन समानुपातिकरूपमा वितरण गर्न सूचना वा विज्ञापनको समानुपातिक वितरण प्रणालीसम्बन्धी निर्देशिका, २०६९ जारी गरिए पनि त्यो लागु हुन सकेन । यो सन्दर्भमा समानुपातिक विज्ञापन प्रणाली लागु गर्ने विषय बोर्डको क्षेत्राधिकारभित्र नपर्ने देखिन्छ ।
- प्रस्तावित विज्ञापन बोर्ड र प्रदेश स्तरमा दफा २३ अन्तर्गत बन्ने अनुगमन तथा नियमनको कार्य गर्ने समितिबीच कुनै प्रकारको सम्बन्ध कायम गर्ने सेतु देखिँदैन । यसले दीर्घकालीन प्रभाव पार्ने सम्भावना रहन्छ । जस्तो- ३ नम्बर प्रदेश सरकारको स्वीकृति लिएर सञ्चालन भएका मिडिया र सङ्घीय सरकारबाट स्वीकृति लिइ सञ्चालित मिडिया एकै ठाउँमा (जस्तै- काठमाडौँमा) रहेर पनि दुईप्रकारको नीति नियमभित्र रही प्रकाशन/प्रसारण गर्दा प्रदेश र सङ्घीय कानूनको अधिकारको टकरावमा मिडिया पर्न सक्छन् । त्यसैले विज्ञापन बोर्ड र प्रदेश सरकारबाट बन्ने समितिबीच समन्वयकारी सम्बन्ध स्थापना हुन आवश्यक छ ।

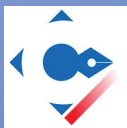
दफावार समस्या र सुझाव

परिच्छेद	विद्यमान व्यवस्था	हुनुपर्ने	कैफियत
२	दफा ६- विज्ञापनरहित प्रकाशन वा प्रसारण गर्नुपर्ने : १. नेपालमा प्रसारण हुने विदेशी टेलिभिजन च्यानलहरूले नेपाल सरकारले नेपाल राजपत्रमा सूचना प्रकाशन गरी तोकेको मितिदेखि विज्ञापनरहित (किलन फिड) प्रसारण गर्नुपर्नेछ ।	विज्ञापनरहित प्रसारण गर्नुपर्ने : १. नेपालमा प्रसारण हुने विदेशी टेलिभिजन च्यानलहरूले नेपाल सरकारले नेपाल राजपत्रमा सूचना प्रकाशन गरी (लागु हुने मिति उल्लेख गर्नुपर्ने वा...) देखि विज्ञापनरहित (किलन फिड) प्रसारण गर्नुपर्नेछ ।	प्रकाशन शब्द हटाउनुपर्ने, यो दफा प्रसारणको विषयसँग मात्र सम्बन्धित भएकाले । 'नेपाल सरकारले नेपाल राजपत्रमा सूचना प्रकाशन गरी तोकेको मितिदेखि विज्ञापनरहित (किलन फिड) प्रसारण गर्नुपर्नेछ' भन्ने वाक्य अनिश्चय र अमूर्त भएकाले मिति नै उल्लेख गर्न आवश्यक छ ।
२	दफा १०- मन्जुरी नलिइ इमेल वा एसएमएसबाट विज्ञापन गर्न नहुने : १. सम्बन्धित व्यक्तिको मन्जुरीबिना कसैको इमेल वा मोवाइलमा इमेल वा एसएमएसबाट विज्ञापनमूलक सन्देश वा इमेल पठाउन पाइने छैन ।	-----	कानूनतः यस्ता कार्य रोक लागउने प्रयास उपभोक्ताको हितमा छ । उपभोक्ताको मन्जुरी कसरी लिने भन्ने कुरा कानूनतः स्पष्ट हुन आवश्यक छ । यसको व्याख्या तथा कार्यविधि तयार गर्नुपर्ने हुन्छ ।
२	दफा १५ खण्ड (च)- विदेशी च्यानलहरूबाट प्रसारण हुने विज्ञापनहरू मापदण्ड विपरित प्रसारण भएमा त्यसको अनुगमन गरी कारबाहीका लागि मन्त्रालयमा सिफारिस गर्ने ।	किलनफिड लागु हुनुपूर्व विदेशी च्यानलहरूबाट प्रसारण हुने विज्ञापनहरू मापदण्ड विपरित प्रसारण भएमा त्यसको अनुगमन गरी कारबाहीका लागि मन्त्रालयमा सिफारिस गर्ने ।	किलनफिड लागु हुनुपूर्व भन्ने वाक्यांश थप्न उपयुक्त हुने । किलनफिड लागु भएपछि यो खण्डको औचित्य समाप्त हुन्छ ।
३	दफा १५ (ड)- सञ्चार माध्यमहरूलाई नेपाल सरकारबाट उपलब्ध गराइने सार्वजनिक हितसम्बन्धी सबै विज्ञापन तोकिएको आधारमा बोर्डमार्फत समानुपातिकरूपमा वितरण गर्ने ।	सञ्चार माध्यमहरूलाई नेपाल सरकारबाट उपलब्ध गराइने सार्वजनिक हितसम्बन्धी लोककल्याणकारी विज्ञापन र सूचना वा विज्ञापन तोकिएको आधारमा बोर्डमार्फत समानुपातिकरूपमा वितरण गर्ने ।	लोककल्याणकारी विज्ञापन र सूचना वा विज्ञापन थप गरे स्पष्ट हुन्छ ।

‘सङ्घीयतामा मिडिया नीति तथा कानुन’ शीर्षकको पुस्तकमा सङ्घीय संरचनाअन्तर्गत सङ्घ र प्रदेशहरूले तयार पारेका मिडियासम्बन्धी नीति तथा कानुनका कमी/कमजोरी केलाउँदै संशोधनका लागि टिप्पणी तथा सुझाव दिइएको छ।



सेन्टर फर मिडिया रिसर्च-नेपाल मिडियाका नीतिगत तथा व्यावहारिक पक्षमा अध्ययन तथा अनुसन्धान गर्ने संस्था हो। सेन्टरले मिडियासम्बन्धी अनुगमन, छलफल, तालिम, गोष्ठी, सेमिनारलगायत कार्य गर्छ।



प्रकाशक

सेन्टर फर मिडिया रिसर्च-नेपाल

काठमाडौं, ३२

पो. बक्स नं. : २४६२२

इमेल : cmrnepal@butmedia.org.np

वेब : www.research.butmedia.org

www.mediapolicy.org.np