

नयी प्रिंट मीडिया (छाप संचार माध्यम) विज्ञापन नीति (NEW Print Media Advertising Policy – Governance And Governance)

सुर्खियों में क्यों?

• सूचना एवं प्रसारण मंत्रालय ने प्रिंट मीडिया में विज्ञापन जारी करने में पारदर्शिता और जवाबदेही को बढ़ावा देने के उद्देश्य से विज्ञापन एवं दृश्य प्रचार निदेशालय (डीएवीपी) के लिए एक नयी प्रिंट मीडिया विज्ञापन नीति तैयार किया है।

नई नीति की मुख्य विशेषताएं

- पहली बार समाचार पत्रों के लिए एक नयी मार्किंग प्रणाली की गयी है जिनका उद्देश्य ऐसे समाचार पत्रों को प्रोत्साहित करना है जिनका बेहतर व्यावसायिक दृष्टिकोण रहा है।
- इस नीति के अंतर्गत डीएवीपी के साथ समाचार पत्र/पत्रिकाओं के मनोनयन हेतु सर्कुलेशन (निरंतर घूमना/संचरण) वेरिफिकेशन (सत्यापन) प्रोसीजर (संसाधक) भी शामिल है।
- नीति एक ही अखबार के विविध संस्करणों के लिए भी मनोनयन प्रक्रिया की अपेक्षा करती है।

समानता आधारित क्षेत्रीय पहुँच को बढ़ावा देने के लिए, नीति संपूर्ण भारत में विज्ञापनों के लिए जारी बजट को प्रत्येक राज्य/भाषा में समाचार पत्रों के कुल सर्कुलेशन के आधार पर राज्यों के बीच विभाजित करने पर जोर देता है।