

ग्रीनवॉशिंग पर सरकार द्वारा जारी दिशा-निर्देश

❖ चर्चा में क्यों ?

- हाल ही में उपभोक्ता मामलों के मंत्रालय के तहत केंद्रीय उपभोक्ता संरक्षण प्राधिकरण (CCPA, Control Consumer Protection Authority) ने “ग्रीनवॉशिंग” और भ्रामक पर्यावरणीय दावों को संबोधित करने के लिए “ग्रीनवॉशिंग और भ्रामक पर्यावरणीय दावों की रोकथाम और विनियमन” (Prevention and Regulation of Greenwashing and Misleading Environmental Claims) के लिए दिशा-निर्देश जारी किए हैं।
- उपभोक्ता मामले के मंत्रालय का यह कदम भ्रामक पर्यावरणीय दावों पर सरकार की कार्यवाही का हिस्सा है।



❖ ग्रीनवॉशिंग क्या है ?

- ग्रीनवॉशिंग का तात्पर्य विभिन्न कंपनियों, संगठनों एवं किसी देश की अपनी गतिविधियों, उत्पादों या सेवाओं को पर्यावरण या जलवायु अनुकूल होने के संबंध में भ्रामक एवं असत्यापित दावे की प्रवृत्ति है।
- वैश्विक स्तर पर जलवायु परिवर्तन के प्रति बढ़ती संवेदनशीलता के कारण विभिन्न कंपनियों एवं सरकारों पर अपनी गतिविधियों को इस तरह चलाने का दबाव बढ़ रहा है, जिससे पर्यावरण को कम से कम नुकसान हो।

- वर्तमान में वैश्विक स्तर पर कई कंपनियां एवं सरकारें जानबूझकर ग्रीनवॉशिंग संचार रणनीतियों को अपनाती हैं ताकि वे अपने आपूर्तिकर्ताओं को अपने पर्यावरणीय चूक से दूर रख सकें।
- ग्रीनवॉशिंग तब होता है जब कोई कंपनी या संगठन पर्यावरण की दृष्टि से स्वच्छ संचालन की तुलना में “ग्रीन” विज्ञापन पर काफी अधिक संसाधन खर्च करती है।
- “ग्रीनवॉशिंग” शब्द न्यूयॉर्क के पर्यावरणविद “जे वेस्टरवेल्ड” द्वारा वर्ष 1986 में लिखे गए एक निबंध से गढ़ा गया था।
- ग्रीनवॉशिंग जलवायु परिवर्तन के मोर्चे पर हो रहे प्रगति की झूठी तस्वीर पेश करता है।
- वर्ष 2015 में “वोक्सवैगन घोटाला” जिसमें जर्मन कार कंपनी “वोक्सवैगन” ने अपने कथित हरे डीजल वाहनों के उत्सर्जन परीक्षण को पर्यावरणीय अनुकूल बताया था, ग्रीनवॉशिंग को सुर्तियों में लाने का काम किया था।
- वर्तमान में शेल, बीपी और कोका-कोला जैसी बड़ी कंपनियां ग्रीनवॉशिंग के आरोपों का सामना कर रही हैं।
- विभिन्न देशों पर भी जंगलों की कार्बन डाइऑक्साइड (CO₂) को अवशोषित करने की क्षमता और कार्बन उत्सर्जन पर एक नए विनियमन के प्रभाव को बढ़ा-चढ़ा कर पेश करने के लिए ग्रीनवॉशिंग का आरोप लगाया जाता है।
- विभिन्न देशों द्वारा अपनाई जाने वाली कार्बन क्रेडिट तंत्र, जो व्यापार करने के लिए कार्बन क्रेडिट उत्पन्न करने के लिए अपनाई जाती है, अक्सर जांच के दायरे में आता है।
- उपभोक्ता संरक्षण प्राधिकरणों की एक वैश्विक समूह इंटरनेशनल कंज्यूमर प्रोटेक्शन एनफोर्समेंट नेटवर्क के अनुसार वैश्विक स्तर पर 40% खाद्य कंपनियां एवं 60% फैशन एवं सौंदर्य प्रसाधन कंपनियां अपने उत्पादों को बेचने के लिए “ग्रीनवॉशिंग” करती हैं।

❖ ग्रीनवॉशिंग पर भारत सरकार द्वारा जारी दिशा-निर्देश :

- ग्रीनवॉशिंग पर सरकार द्वारा जारी दिशा निर्देश निम्न हैं –
- 1. कंपनियों या फर्मों द्वारा सकारात्मक पर्यावरणीय विशेषताओं पर जोर देने वाले भ्रामक शब्दों एवं प्रतीकों को ग्रीनवॉशिंग माना जाएगा।
- यदि कोई कंपनी यह दावा करती है कि इसकी वृद्धि “टिकाऊ सिद्धांतों” पर आधारित है तो इसे भ्रामक पर्यावरणीय दावों के रूप में नहीं माना जाएगा।
- हालांकि यदि कंपनी यह दावा करती है कि उसके सभी उत्पाद “टिकाऊ सिद्धांतों” के अनुरूप निर्मित हैं तो उसकी ग्रीनवॉशिंग के लिए जांच की जा सकती है।

2. किसी कंपनी या फर्मों के उत्पादों पर स्वच्छ, हरा, पर्यावरण अनुकूल, ब्रह के लिए अच्छा, कार्बन तटस्थ, प्राकृतिक, जैविक आदि विवरणों का इस्तेमाल करने की अनुमति तभी दी जा सकती है, जब कंपनी साक्ष्य के साथ इसे प्रमाणित करने में सक्षम होगी।
- कंपनियों या फर्मों को अपने उत्पादों के विज्ञापन करते समय भी पर्याप्त और सटीक क्वालीफायर और प्रकटीकरण का उपयोग करना होगा।
3. सरकार द्वारा ग्रीनवॉशिंग के लिए जारी दिशा-निर्देश सभी निर्माताओं, सेवा प्रदाताओं या व्यापारियों द्वारा किए गए पर्यावरणीय दावों पर लागू होगा।

❖ ग्रीनवॉशिंग के प्रकार :

- ग्रीनवॉशिंग के निम्न प्रकार हैं –

1. ग्रीन हशिंग :

- जब कोई कंपनी या फर्म अपने स्थिरता लक्ष्यों और प्रगति के बारे में जानकारी छुपाता है तो उसे “ग्रीनहशिंग” कहा जाता है।

2. ग्रीन-क्राउडिंग :

- पर्यावरणीय अनुकूल तरीकों के उपयोग के लिए किसी समूह या भीड़ का उपयोग करना “ग्रीन-क्राउडिंग” कहलाता है।

3. ग्रीन-शिपिंग :

- कंपनियां या फर्मों पर सार्थक कार्यवाही करने के बजाय उपभोक्ताओं या व्यक्तियों पर पर्यावरण अनुकूल टिकाऊ उपाय अपने की जिम्मेदारी डालना “ग्रीन-शिपिंग” कहलाता है।

4. ग्रीन-लाइटिंग :

- कंपनियों या फर्मों द्वारा हानिकारक गतिविधियों से ध्यान भटकने के लिए विशिष्ट स्थिरता पहल पर प्रकाश डालना “ग्रीन-लाइटिंग” कहलाता है।

5. ग्रीन-लेबलिंग :

- किसी कंपनी या फर्मों द्वारा अपने उत्पादों को हरित या टिकाऊ लेवल जताने के लिए अपनाई गई विपणन रणनीति जो जांच के बाद भ्रामक साबित होती है, “ग्रीन-लेबलिंग” कहलाती है।

❖ कार्बन क्रेडिट :

- ग्रीनवॉशिंग से संबंधित चर्चा में ट्रेड इन कार्बन क्रेडिट जांच के दायरे में आता है।
- कार्बन बाजार क्योटो प्रोटोकॉल के तहत स्थापित किए गए थे, जिसमें विकसित देशों के एक समूह के लिए उत्सर्जन में कमी के लक्ष्य निर्धारित किए गए थे।
- उदाहरण के तौर पर अगर कोई औद्योगिक इकाई उत्सर्जन मानकों से बेहतर प्रदर्शन करती है तो उसे क्रेडिट प्राप्त होता है। वहीं अन्य औद्योगिक इकाई जो कार्बन उत्सर्जन के निर्धारित मानकों को प्राप्त करने के लिए संघर्ष कर रही है, वह इन क्रेडिट को खरीद सकती है।
- कार्बन मार्केट अनिवार्य रूप से कार्बन उत्सर्जन पर कीमत लगाने का एक उपकरण है, जो व्यापार प्रणाली के माध्यम से कार्बन क्रेडिट खरीदे या बेचे जाते हैं।
- कोई देश या कंपनियां अपने कार्बन क्रेडिट को उनको बेच सकती हैं जो अभी भी अपनी निर्धारित सीमा से अधिक उत्सर्जन कर रहे हैं।

❖ केंद्रीय उपभोक्ता संरक्षण प्राधिकरण (CCPA) :

- CCPA (Central Consumer Protection Authority) यानि केंद्रीय उपभोक्ता संरक्षण प्राधिकरण एक नियामक प्राधिकरण है, जिसे उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम 2019 की धारा 10(1) के तहत स्थापित किया गया है।
- इस प्राधिकरण का मुख्य उद्देश्य अनुचित व्यापार प्रथाओं का पालन करने वाले व्यक्तियों या संस्थाओं द्वारा सार्वजनिक हित को प्रभावित करने वाले अनुचित या गलत विज्ञापन से उपभोक्ताओं को बचाना और इससे संबंधित प्रभावी दिशा-निर्देश जारी करना है।
- CCPA का मुख्यालय नई दिल्ली में स्थित है एवं यह भारत सरकार के उपभोक्ता मामले के मंत्रालय द्वारा संचालित होता है।