

लोक सभा
अतारांकित प्रश्न संख्या: 3752
जिसका उत्तर बुधवार, 18 दिसंबर, 2024 को दिया जाएगा

उद्योगों में ग्रीनवाशिंग का कार्य

3752. श्री भरत मतुकुमिल्ली:

क्या उपभोक्ता मामले, खाद्य और सार्वजनिक वितरण मंत्री यह बताने की कृपा करेंगे कि:

- (क) भारत में निवल शून्य उत्सर्जन प्राप्त करने के लिए प्रतिबद्धता जताने वाले निगमों, उद्योगों और कंपनियों का ब्यौरा क्या है और उनकी विशिष्ट समय-सीमा और लक्ष्य क्या है;
- (ख) क्या मंत्रालय ने भ्रामक या गलत विज्ञापन प्रथाओं में लिप्त कंपनियों या उद्योगों के ऐसे किसी भी दृष्टांत की पहचान की है, जिसमें उन्हें पर्यावरण या जलवायु हितैषी बताया गया है और यदि हां, तो तत्संबंधी ब्यौरा क्या है;
- (ग) मंत्रालय द्वारा उपभोक्ताओं के हितों की रक्षा करने और पारदर्शिता सुनिश्चित करने के लिए उद्योगों की ग्रीनवाशिंग प्रक्रियाओं से निपटने के लिए क्या उपाय किए गए हैं;
- (घ) क्या सरकार का यह विचार है कि निवल शून्य उत्सर्जन का दावा करने वाली कंपनियों को निवल शुद्ध लक्ष्य की दिशा में अपनी प्रगति के हिस्से के रूप में अल्पकालिक उपलब्धियों का ब्यौरा देना चाहिए; और
- (ङ) सरकार द्वारा उन निगमों को प्रदान किए गए प्रोत्साहनों का ब्यौरा क्या है जो वहनीय अथवा पर्यावरण अनुकूल उत्पादों का विनिर्माण कर रहे हैं?

उत्तर

**उपभोक्ता मामले, खाद्य और सार्वजनिक वितरण राज्य मंत्री
(श्री बी. एल. वर्मा)**

(क) से (ङ) : उपभोक्ता मामले विभाग प्रगतिशील कानून बनाकर उपभोक्ता संरक्षण और उपभोक्ताओं के सशक्तीकरण के लिए लगातार काम कर रहा है। वैश्वीकरण, प्रौद्योगिकियों, ई-कॉमर्स बाजारों आदि के नए युग में उपभोक्ता संरक्षण को नियंत्रित करने वाले ढांचे को आधुनिक बनाने के उद्देश्य से उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 1986 को निरस्त कर दिया गया और उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 2019 अधिनियमित किया गया।

उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 2019 की धारा 2(28) के तहत, किसी भी उत्पाद या सेवा के संबंध में “भ्रामक विज्ञापन” को ऐसे विज्ञापन के रूप में परिभाषित किया गया है, जो- (i) किसी उत्पाद या सेवा का मिथ्या वर्णन करता है; या (ii) किसी उत्पाद या सेवा की प्रकृति, पदार्थ, मात्रा या गुणवत्ता के बारे में उपभोक्ताओं को झूठी गारंटी देता है या गुमराह करने की संभावना रखता है; या (iii) एक खास या निहित प्रतिनिधित्व व्यक्त करता है, जो

यदि विनिर्माता या विक्रेता या उसके सेवा प्रदाता द्वारा किया जाता है, तो यह एक अनुचित व्यापार प्रथा होगी; या (iv) जानबूझकर महत्वपूर्ण जानकारी छिपाता है।

उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 2019 के प्रावधानों के तहत, केंद्रीय उपभोक्ता संरक्षण प्राधिकरण जो एक कार्यकारी एजेंसी है, 24.07.2020 को अस्तित्व में आया। इसे हस्तक्षेप करने, अनुचित व्यापार प्रथाओं से होने वाले उपभोक्ता नुकसान को रोकने और क्लास एक्शन शुरू करने के लिए बनाया गया है, जिसमें उत्पादों को वापस मंगाना, वापस करना और रिफंड शामिल है। इसका मुख्य कार्य जनता के हित के लिए हानिकारक झूठे या भ्रामक विज्ञापनों को रोकना और विनियमित करना है।

सीसीपीए ने 9 जून, 2022 को “भ्रामक विज्ञापनों की रोकथाम और भ्रामक विज्ञापनों के पृष्ठांकन के लिए दिशा-निर्देश, 2022” को अधिसूचित किया है। ये दिशानिर्देश अन्य बातों के साथ-साथ प्रावधान करते हैं; (क) किसी विज्ञापन को वैध और गैर-भ्रामक मानने की शर्तें; (ख) लुभावने विज्ञापन और मुफ्त दावा विज्ञापनों के मामले में अनुपालन की जाने वाली शर्तें; और, (ग) विनिर्माता, सेवा प्रदाता, विज्ञापनकर्ता और विज्ञापन एजेंसी के कर्तव्य। इन दिशानिर्देशों के अनुसार, पृष्ठांकनकर्ता में वह व्यक्ति या समूह या संस्था शामिल है जो किसी विज्ञापन में किसी वस्तु, उत्पाद या सेवा का पृष्ठांकन करता है, जिसकी राय, विश्वास, खोज या अनुभव वह संदेश है जिसे वह विज्ञापन प्रतिबिंबित करता है। इन दिशानिर्देशों में कहा गया है कि विज्ञापनों के समर्थन के लिए सम्यक तत्परता बरतनी आवश्यक है, ताकि किसी भी विज्ञापन में पृष्ठांकन, उस व्यक्ति, समूह या संगठन की वास्तविक, यथोचित वर्तमान राय को प्रतिबिंबित करे, तथा दर्शाए गए सामान, उत्पाद या सेवा के बारे में पर्याप्त जानकारी या अनुभव पर आधारित हो, तथा किसी भी प्रकार से भ्रामक न हो। इसमें स्पष्ट किया गया है कि अगर भारतीय पेशेवरों को, चाहे वे भारत के निवासी हों या नहीं, किसी भी कानून के तहत किसी भी पेशे से संबंधित किसी भी विज्ञापन में पृष्ठांकन करने से रोका गया है, तो ऐसे पेशे के विदेशी पेशेवरों को भी ऐसे विज्ञापन में पृष्ठांकन करने की अनुमति नहीं दी जाएगी।

ग्रीनवाशिंग और भ्रामक पर्यावरणीय दावों की रोकथाम के लिए, सीसीपीए ने 15 अक्टूबर, 2024 को “ग्रीनवाशिंग और भ्रामक पर्यावरणीय दावों की रोकथाम और विनियमन के लिए दिशानिर्देश, 2024” को प्रकाशित किया है, ताकि पर्यावरणीय वहनीयता से संबंधित विज्ञापनों में पारदर्शिता और सटीकता सुनिश्चित की जा सके। “ग्रीनवाशिंग” या “भ्रामक पर्यावरणीय दावे” एक मार्केटिंग रणनीति है, जहां कंपनियां अक्सर “प्राकृतिक”, “पर्यावरण के अनुकूल” या “हरित” जैसे अस्पष्ट या निराधार शब्दों का उपयोग करके अपने उत्पादों या सेवाओं के पर्यावरणीय लाभों का झूठा दावा करती हैं या बढ़ा-चढ़ाकर बताती हैं। यह भ्रामक प्रथा न केवल अच्छे इरादे वाले उपभोक्ताओं को गुमराह करती है, बल्कि व्यापक पर्यावरणीय प्रयासों से भी ध्यान भटकाती है। इन दिशा-निर्देशों का प्राथमिक लक्ष्य व्यवसाय समुदाय में वास्तविक पर्यावरणीय जिम्मेदारी को बढ़ावा देने के साथ-साथ उपभोक्ताओं को भ्रामक जानकारी से बचाना है।

उपभोक्ता संरक्षण को और सुदृढ़ बनाने के लिए, सीसीपीए ने 30 नवंबर, 2023 को “डार्क पैटर्न का निवारण और विनियमन के लिए मार्गदर्शक सिद्धांत, 2023” जारी किए। ये दिशानिर्देश ई-कॉमर्स क्षेत्र में पहचाने गए 13 विशिष्ट डार्क पैटर्न को संबोधित और विनियमित करते हैं, जिसका उद्देश्य उपभोक्ताओं को गुमराह करने वाली भ्रामक प्रथाओं को रोकना है।

साथ ही, सीसीपीए ने 13 नवंबर, 2024 को “कोचिंग क्षेत्र में भ्रामक विज्ञापनों की रोकथाम के लिए दिशानिर्देश, 2024” जारी किये हैं, ताकि कोचिंग संस्थानों को किसी वस्तु या सेवा की बिक्री को बढ़ावा देने के लिए झूठे या भ्रामक दावे/विज्ञापन करने और भ्रामक या अनुचित प्रथाओं में संलग्न होने से रोका जा सके।

उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 2019 की धारा 21(2) के अनुसार, झूठे या भ्रामक विज्ञापन के मामले में, सीसीपीए विनिर्माता या पृष्ठांकनकर्ता पर 10 लाख रुपये तक का जुर्माना लगा सकता है और बार-बार उल्लंघन करने पर 50 लाख रुपये तक का जुर्माना लगा सकता है।

भारतीय मानक ब्यूरो (बीआईएस) ने 23 नवंबर, 2022 को 'ऑनलाइन उपभोक्ता समीक्षाएं - उनके संग्रह, मॉडरेशन और प्रकाशन के लिए सिद्धांत और आवश्यकताएं' पर ढांचा लागू किया है। यह ढांचा ई-कॉमर्स में नकली और भ्रामक समीक्षाओं को संबोधित कर उपभोक्ता हितों की रक्षा करता है। हालांकि, मानक स्वैच्छिक हैं लेकिन हर उस ऑनलाइन प्लेटफॉर्म पर लागू होते हैं जो उपभोक्ता समीक्षाएं प्रकाशित करता है। मानक के मार्गदर्शक सिद्धांत ईमानदारी, सटीकता, गोपनीयता, सुरक्षा, पारदर्शिता, पहुंच और जवाबदेही हैं।
