

ग्रीनहशगि और इसके नहितार्थ

प्रारंभिक परीक्षा के लिये:

ग्रीनहशगि, [ईएसजी \(पर्यावरण, सामाजिक और शासन\)](#), [ग्रीनवाशगि](#), [कार्बन तटस्थता](#), [यूरोपीय संघ का ग्रीनवाशगि नरिदेश](#)।

मेन्स के लिये:

वैश्विक स्थिरता परिवर्तन में ग्रीनहशगि के नहितार्थ।

[स्रोत: डाउन टू अर्थ](#)

चर्चा में क्यों?

हाल ही में, दुनिया भर में [कार्बन-न्यूट्रल प्रमाणित फर्मों की संख्या](#) में वृद्धि हुई है, लेकिन उनमें से कई अपनी पर्यावरणीय उपलब्धियों को बढावा नहीं देना चाहते हैं, जिसके परिणामस्वरूप "ग्रीनहशगि" के रूप में जाना जाने वाला वैश्विक रुझान सामने आया है।

- परिपक्वता और अपनी सामाजिक प्रमुखता को बनाए रखने की इच्छा से प्रेरित फर्म संवाद करने में अनिच्छुक होती हैं और ग्रीनहशगि की ओर प्रवृत्त होती हैं।

ग्रीनहशगि क्या है?

- ग्रीनहशगि तब होती है जब कंपनियाँ अपने पर्यावरणीय लक्ष्यों और उपलब्धियों के बारे में जानकारी कम बताती हैं या रणनीतिक रूप से छिपाते हैं।
- ग्रीनहशगि कंपनियाँ अपनी हरति साख का वजिजापन नहीं करती हैं, या पर्यावरणीय स्थिरता के प्रति अपनी भावी प्रतिबद्धताओं के बारे में जानबूझकर चुप रहती हैं।

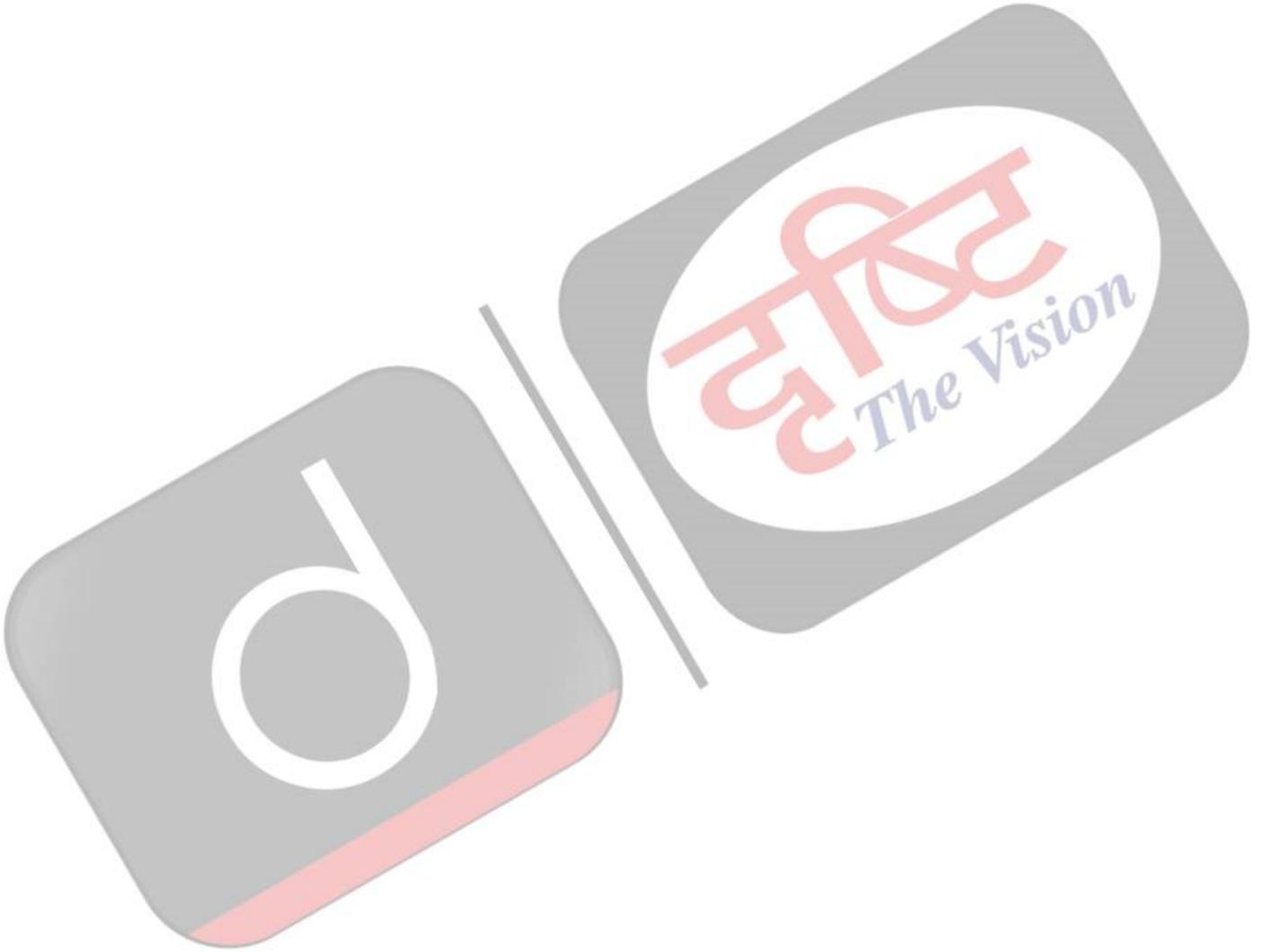
कंपनियाँ ग्रीनहशगि क्यों करती हैं?

- संयुक्त राज्य अमेरिका में मुकदमेबाजी संबंधी चर्चाएँ: संयुक्त राज्य अमेरिका में, सार्वजनिक कंपनियों को मुकदमों का सामना करना पड़ सकता है यदि उन्हें शेरधारक मुनाफे की तुलना में स्थिरता को प्राथमिकता देते हुए देखा जाता है।
 - यह कानूनी जोखिम कंपनियों को अपने पर्यावरणीय पहलों पर खुले तौर पर चर्चा करने से हतोत्साहित करता है।
- ईएसजी के वरिद्ध प्रतिस्पर्धा: अमेरिका के रूढ़िवादी राज्यों में [ईएसजी \(पर्यावरण, सामाजिक और शासन\)](#) पर्यासों के वरिद्ध प्रतिस्पर्धा हुई है।
 - इसने कुछ कंपनियों को राजनीतिक और नियामक जाँच से बचने के लिये अपने पर्यावरणीय लक्ष्यों पर चर्चा करना बंद करने के लिये प्रेरित किया है।
- हरति उत्पादों की नमिन गुणवत्ता: कई उपभोक्ता [हरति उत्पादों को](#) नमिन गुणवत्ता या उच्च कीमत से जोड़ते हैं।
 - इसलिये, कई कंपनियाँ अपने उत्पादों के पर्यावरणीय लाभों को बढावा देने में अनिच्छुक रहती हैं, जिससे इन नकारात्मक धारणाओं को बल मिलने से उनके ब्रांड को नुकसान हो सकता है।
- भविष्योन्मुखी प्रतिबद्धताओं से बचना: जो कंपनियाँ अपने स्थायित्व पर्यासों के बारे में मुखर होती हैं, वे प्रायः ध्यान आकर्षित करती हैं तथा उनसे उच्च मानकों की अपेक्षा की जाती है।
 - चुप रहकर, कंपनियाँ भविष्य की प्रतिबद्धताओं की अपेक्षाओं या अधिक महत्वाकांक्षी पर्यावरणीय लक्ष्यों को प्राप्त करने के दबाव से बच सकती हैं।
- ग्राहकों की असुवधि से बचना: जब लोग छुट्टियों पर होते हैं, तो वे प्रायः [जलवायु परिवर्तन](#) या [संसाधनों की कमी](#) जैसी समस्याओं से बचना चाहते हैं।
 - अतः पर्यटन उद्योग में कई व्यवसाय अपने ग्राहकों को असुवधि से बचाने के लिये अपने पर्यावरणीय पर्यासों को गुप्त रखना पसंद करते

हैं।

- **ग्रीनवाशिंग के आरोप:** [ग्रीनवाशिंग](#) के सार्वजनिक आरोप किसी फर्म की छवि को नुकसान पहुँचा सकते हैं और ब्रांडों की प्रतिष्ठा को नुकसान पहुँचा सकते हैं। आलोचना के नकारात्मक प्रभावों से बचने के लिये, ये फर्म **बाहरी दर्शकों** से अपनी उपलब्धियों को **गुप्त रखना पसंद करती हैं**।
 - **ग्रीनवाशिंग** एक शब्द है जिसका प्रयोग तब किया जाता है जब कोई कंपनी **गलत या भ्रामक वक्तव्य देती है** कि उनके उत्पाद/सेवाएँ वास्तविकता से अधिक सतत हैं।
- **उपभोक्तारों की मांग में कमी:** कई उपभोक्ता या तो [कार्बन तटस्थता](#) के बारे में अनभिज्ञ हैं या खरीदारी का निर्णय लेते समय शायद ही कभी **कार्बन तटस्थ उत्पादों के बारे में पूछते हैं**।
 - ग्राहकों की मांग के बिना, कंपनियाँ अपनी कार्बन तटस्थता के वजिजापन पर धन खर्च करने में अनिच्छुक हैं।

//





GREENHUSHING



WHEN COMPANIES DELIBERATELY CHOOSE TO UNDER-REPORT OR HIDE THEIR SUSTAINABILITY EFFORTS.



CAUTION



GREENHUSHING

under-reporting & hiding



GREENWASHING

over-reporting & exaggerating

GREENHUSHING

GREENWASHING

HONEST & TRANSPARENT COMMUNICATION

WHY IS IT A CONCERN?

1



Being **silent about a huge global issue** means that there's less impact and inspiration.

2



Lack of truthful information can lead to **mistrust from buyers interested in sustainability.**

3



The vagueness could earn the brand a **false reputation of quiet consciousness.**

BUT... WHY WOULD BRANDS DO IT?

1



Fear of criticism and bad reputation

2



To reduce consumer guilt

3



Negative perception with sustainable products

4



Lack of confidence in sustainability targets

5



Small companies find it hard to tick the boxes

6



Uncertainty about how to communicate sustainability

कंपनियाँ कार्बन न्यूट्रल प्रमाणित क्यों होती हैं?

- **प्रतस्पर्द्धात्मक लाभ:** कार्बन तटस्थता प्रतस्पर्द्धियों से स्वयं को **अलग करने**, प्रतस्पर्द्धि को आकर्षित करने और बेहतर शर्तों पर वित्त तक पहुँच बनाने में सहायता करती है।
- **सामाजिक प्रमुखता बनाए रखना:** कुछ कंपनियाँ अपनी सामाजिक प्रमुखता बनाए रखने और सार्वजनिक धारणा और हतिधारकों के विश्वास में

सुधार करने के लिये हतिधारकों के साथ मजबूत संबंध बनाने के लिये कार्बन तटस्थता की मांग करती हैं।

- **नैतिक प्रतबिद्धता:** नैतिक रूप से प्रेरित कंपनियों **कार्बन तटस्थता का प्रयास करती हैं** क्योंकि उनका मानना है कि ऐसा करना सही है।
 - ये कंपनियों **पर्यावरणीय स्थिरता के प्रति जुनून** और ग्रह की रक्षा की **जिम्मेदारी की भावना से प्रेरित हैं।**

ग्रीनहशगि से संबंधित चर्चाएँ क्या हैं?

- **बढ़ती वैश्विक प्रवृत्तः जलवायु परामर्श फर्म साउथ पोल** की एक रिपोर्ट में पाया गया कि सर्वेक्षण में शामिल **58%** कंपनियों बढ़ती हुई वनियमन और जाँच के कारण **जलवायु संबंधी अपने संचार को कम कर रही हैं।**
- **पारदर्शिता में कमी:** जब कंपनियों अपने स्थिरता प्रयासों के बारे में खुले तौर पर जानकारी नहीं देती हैं, तो कार्बन उत्सर्जन को कम करने में उनकी प्रगतिका **आकलन करना कठिन हो जाता है।**
 - इससे जलवायु कार्रवाई की प्रगतिका को **ट्रैक करने और सत्यापित करने** की क्षमता कम हो जाती है।
- **वैश्विक स्थिरता परिवर्तन में धीमापन:** यद्यपि व्यवसाय अपने पर्यावरणीय प्रयासों के बारे में जानकारी को रोकते हैं, तो इससे **धारणीय प्रथाओं को अपनाने में देरी हो सकती है, जिससे** जलवायु परिवर्तन से निपटने के लिये समग्र वैश्विक प्रयास कमजोर हो सकता है।
- **डोमिनो प्रभाव:** स्थिरता प्रयासों का वरिध करने वाले क्षेत्रों या उद्योगों से **प्रतिकूल प्रतिक्रिया** का भय **अन्य व्यवसायों और कंपनियों को सतत प्रथाओं को अपनाने से रोकता है।**
- **उपभोक्ताओं पर प्रभाव:** जब कंपनियों अपनी स्थिरता संबंधी उपलब्धियों के बारे में चुप रहती हैं, तो इससे उपभोक्ता कम टिकाऊ उत्पाद खरीदना जारी रख सकते हैं, **जिससे अनजाने में पर्यावरण अनुकूल विकल्पों की मांग धीमी हो जाती है।**

ग्रीनहशगि की समस्या से निपटने के लिये क्या किया जा सकता है?

- **सततता पर प्रकाश डालना:** कंपनियों को इस बात पर बल देना चाहिये कि पर्यावरणीय स्थिरता एक **यात्रा है न कि एक लक्ष्य।**
 - अपने दर्शकों को शामिल करने और नरितर सुधार के लिये उनके प्रयासों को उजागर करने से **आलोचना कम हो सकती है** और ग्रीनवाशगि के आरोपों के बारे में **चर्चाएँ दूर हो सकती हैं।**
- **बेहतर वनियमन और दशा-नरिदेश:** बेहतर वनियमन **स्पष्टता ला सकते हैं**, विश्वास का नरिमाण कर सकते हैं और खेल के मैदान को समतल कर सकते हैं। उदाहरण के लिये, **युरोपीय संघ का ग्रीनवाशगि नरिदेश** भ्रामक वजिजापनों पर **प्रतबिध लगाता है** और उपभोक्ताओं को बेहतर उत्पाद जानकारी प्रदान करता है।
- **सततता पर उपभोक्ता शकिषा:** स्थिरता के बारे में उपभोक्ता जागरूकता बढ़ाने से हरति उत्पादों के **प्रतनिकारात्मक धारणा को परिवर्तित करने** और अधिक सतत कंपनियों को चयन में सहायता मलि सकती है।

दृष्टि मुख्य परीक्षा प्रश्न:

प्रश्न: कॉर्पोरेट पर्यावरणीय जिम्मेदारी के संदर्भ में "ग्रीनहशगि" की अवधारणा पर चर्चा कीजिये। सतत रिपोर्टिंग के लिये इसके क्या नहितार्थ हैं?