



सरोगेट वजिजापन में धोखे की नैतिकता

सरोगेट वजिजापन, जिसमें व्यवसाय अप्रत्यक्ष रूप से शराब एवं तंबाकू जैसे प्रतर्बिधित उत्पादों को बढ़ावा देते हैं, एक जटिल नैतिक और कानूनी मुद्दा बन गया है। लोगो, नारे या **कॉर्पोरेट सामाजिक उत्तरदायित्व (CSR)** पहल जैसे ब्रांड तत्त्वों का लाभ उठाकर कंपनियों वजिजापन नियमों को दरकिनार करते हुए प्रतर्बिधित वस्तुओं के लिये उपभोक्ता रिकॉल बनाए रखती हैं। यह अभ्यास **धोखे, सुभेद्य दर्शकों के शोषण और सार्वजनिक स्वास्थ्य** नीतियों को कमजोर करने सहित महत्वपूर्ण नैतिक चिताएँ उत्पन्न करता है। इसके अतिरिक्त, यह **ग्रीनवाशिंग के मुद्दे के समानांतर है**, जो एक नैतिक चिता का वषिय है क्योंकि यह पर्यावरणीय प्रथाओं के वषिय में उपभोक्ताओं को धोखा देता है, विश्वास को समाप्त करता है और कंपनियों को वास्तविक जवाबदेही के बिना झूठे स्थिरता के दावों से लाभ कमाने की अनुमति देता है। इन चुनौतियों के समाधान की आवश्यकता को समझते हुए, **केंद्रीय उपभोक्ता संरक्षण प्राधिकरण (CCPA)** सरोगेट वजिजापन पर अंकुश लगाने के लिये दशानरिदेशों का मसौदा तैयार कर रहा है। यह बहस सरोगेट वजिजापन के वभिन्न आयामों का पता लगाने का प्रयास करती है, जबकि इसे प्रभावी और ज़िम्मेदारी से वनियामित करने के लिये एक संतुलित दृष्टिकोण की रूपरेखा तैयार करती है।

सरोगेट वजिजापन में नैतिक चिताएँ क्या हैं?

- **धोखा और हेरफेर: सरोगेट वजिजापन असंबंधित उत्पादों का उपयोग करके, प्रतर्बिधित वस्तुओं का गुप्त रूप से प्रचार करके, भ्रामक तरीके से संचालित होता है**, जिससे वैध और अनैतिक वजिजापन के बीच की रेखा धुंधली हो जाती है।
 - पारदर्शिता का यह अभाव **ईमानदारी और जवाबदेही के नैतिक मानदंडों के विपरीत है** तथा वजिजापन के उद्देश्य के वषिय में उपभोक्ताओं को गुमराह करता है।
 - सूक्ष्म ब्रांड संबंधों के माध्यम से **उपभोक्ता मनोवजिज्ञान के शोषण** के संबंध में नैतिक चिताएँ उभरती हैं।
- **सार्वजनिक स्वास्थ्य नीतियों को कमजोर करना:** सरोगेट वजिजापन का प्रसार, **परिष्कृत वपिणन** चैनलों का नरिमाण करके सार्वजनिक स्वास्थ्य उद्देश्यों के लिये गंभीर चुनौतियाँ उत्पन्न करता है, जो संभावित रूप से सामुदायिक कल्याण की रक्षा करने और हानिकारक उत्पादों के संपर्क को कम करने के लिये बनाए गए प्रतर्बिधितों को दरकिनार कर देते हैं।
 - **सरोगेट वजिजापन, प्रतर्बिधित उत्पादों को ग्लैमर और सफलता** से जोड़कर, प्रारंभिक ब्रांड नष्टि को बढ़ावा देकर तथा हानिकारक प्रभावों से प्रभावित जनसांख्यिकी की रक्षा करने के उद्देश्य से बनाए गए **नैतिक मानदंडों का खंडन करके, सुभेद्य युवाओं का शोषण** करते हैं।
 - **सरकार** शराब और तंबाकू के उपभोग और इससे होने वाली हानियों पर अंकुश लगाने के लिये इनके प्रत्यक्ष वजिजापन पर प्रतर्बिधित लगाती हैं, लेकिन सरोगेट वजिजापन अप्रत्यक्ष रूप से इनके उपयोग को बढ़ावा देकर तथा हानि न्यूनीकरण लक्ष्यों में बाधा उत्पन्न करके इन प्रयासों को कमजोर करते हैं।
- **ब्रांड लाभ के लिये CSR का शोषण:** **CSR पहलों का दुरुपयोग**, सरोगेट वजिजापन की नैतिकता को और अधिक जटिल बना देता है।
 - **शिक्षा, स्वास्थ्य या पर्यावरण संरक्षण** जैसे उद्देश्यों के साथ अपने ब्रांड को जोड़कर हानिकारक उत्पादों को बढ़ावा देने वाली कंपनियों CSR प्रयासों की प्रामाणिकता को कमजोर करती हैं।
 - इससे न केवल जनता गुमराह होती है, बल्कि ऐसी पहलों के **वास्तविक उद्देश्यों पर भी सवाल उठते हैं।**
- **लाभ और ज़िम्मेदारी के बीच नैतिक संघर्ष:** मूलतः सरोगेट वजिजापन **लाभ-संचालित कॉर्पोरेट रणनीतियों और समाज के प्रति नैतिक ज़िम्मेदारी के बीच संघर्ष को दर्शाता है।**
 - जबकि व्यवसाय यह तर्क देते हैं कि विकास के लिये उन्हें ब्रांड दृश्यता की आवश्यकता है, यह प्रयास अक्सर उपभोक्ता विश्वास, सार्वजनिक स्वास्थ्य और सामाजिक कल्याण की कीमत पर होता है।
- **वनियामक अनुपालन और नैतिकता:** **वजिजापन प्रतर्बिधितों को दरकिनार करने** के लिये परिष्कृत वपिणन रणनीतियों का उपयोग करने के नैतिक नहितार्थ **कॉर्पोरेट अखंडता** और सार्वजनिक हितों की रक्षा के लिये बनाए गए वनियामक ढाँचे की भावना के वषिय में बुनियादी सवाल उठाते हैं।
 - **वनियामक नकियाँ को व्यापक दशानरिदेश वकिसति करने में महत्वपूर्ण चुनौतियों का सामना करना पड़ रहा है**, जो वैध व्यावसायिक हितों और ब्रांड वसितार के अवसरों की रक्षा करते हुए, **सरोगेट वजिजापन की सूक्ष्म प्रकृति को प्रभावी ढंग से संबोधित कर सकें।**

सरोगेट वजिजापन पर दारशनिक और सामाजिक दृष्टिकोण क्या हैं?

- **दारशनिक परिप्रेक्ष्य:**
 - **नैतिकता रहित वाणजिय:** दारशनिक दृष्टिकोण से, सरोगेट वजिजापन गांधीजी के सात सामाजिक पापों में से एक का उदाहरण है - **"नैतिकता रहित वाणजिय"** जहाँ **सामाजिक कल्याण की अपेक्षा लाभ को प्राथमिकता दी जाती है।**
 - यह प्रथा **वनियामक खामियों का लाभ उठाकर प्रतर्बिधित उत्पादों को बढ़ावा देती है**, जो **वाणजियिक हितों और नैतिक**

ज़मिंदारी के बीच के अंतर को उजागर करती है। यह गांधी के व्यवसाय के दृष्टिकोण से बिल्कुल अलग है, जिसे भ्रामक वपिणन के माध्यम से इसे कमज़ोर करने के बजाय सामाजिक कल्याण को बढ़ावा देना चाहिये।

- सार्वभौमिक मैक्सिमि परीक्षण: सार्वभौमिक मैक्सिमि परीक्षण (कांट का सार्वभौमिक कानून का सूत्र) के अनुप्रयोग से सरोगेट वजिजापन में अंतरनैतिक नैतिक वरीधाभास का पता चलता है।
 - इस तरह की भ्रामक प्रथाओं को सार्वभौमिक बनाने से वाणज्यिक संचार में विश्वास टूट जाएगा और सार्थक उपभोक्ता विकल्प समाप्त हो जाएंगे।
 - अज्ञान का परदा: जॉन रॉल्स की पुस्तक **[[[[[]]]]]**, सरोगेट वजिजापन को अनैतिक मानती है, क्योंकि यह हाशिये पर पड़े समुदायों को नुकसान पहुँचाता है और सबसे कम सुविधा प्राप्त लोगों को लाभ पहुँचाने के अंतर सदिधांत के मानक को पूरा नहीं करता है।
 - सदगुण नैतिकता : यह दृष्टिकोण वजिजापनदाताओं और व्यवसायों के चरित्र और नैतिक गुणों पर जोर देता है। सरोगेट वजिजापन को अनैतिक माना जा सकता है यदि यह ईमानदारी, ईमानदारी या ज़मिंदारी की कमी को दर्शाता है, क्योंकि यह अप्रत्यक्ष रूप से हानिकारक उत्पादों को बढ़ावा देकर जनता को हेरफेर करता है।
 - सदगुण नैतिकता: यह दृष्टिकोण वजिजापनदाताओं और व्यवसायों के चरित्र तथा नैतिक गुणों पर जोर देता है। सरोगेट वजिजापन को अनैतिक माना जा सकता है यदि यह हानिकारक उत्पादों का अप्रत्यक्ष रूप से समर्थन करके जनता को गुमराह करने में सत्यनिष्ठा, ईमानदारी या ज़मिंदारी की कमी को प्रदर्शित करता है।
 - कर्तव्यपरायण नैतिकता: कर्तव्यपरायण नैतिकता के अनुसार, नयियों या कर्तव्यों के पालन के आधार पर कार्य नैतिक रूप से सही या गलत होते हैं, चाहे परिणाम कुछ भी हों। सरोगेट वजिजापन ईमानदारी और पारदर्शिता के नैतिक कर्तव्यों का उल्लंघन करता है।
 - परिणामवाद: परिणामवादी दृष्टिकोण से, सरोगेट वजिजापन की नैतिकता उसके परिणामों से आंकी जाती है। यदि सरोगेट वजिजापनों के कारण शराब या तंबाकू जैसे हानिकारक उत्पादों की खपत बढ़ जाती है, तो नकारात्मक परिणाम (जैसे, सार्वजनिक स्वास्थ्य जोखिम) किसी भी संभावित व्यावसायिक लाभ से अधिक होते हैं, जिससे सरोगेट वजिजापन अनैतिक हो जाता है।
- सामाजिक परिप्रेक्ष्य:
 - सामाजिक परिप्रेक्ष्य से, सरोगेट वजिजापन प्रतर्बिधति वस्तुओं को खेल आयोजनों, संगीत समारोहों या पर्यावरण अभियानों जैसे सकारात्मक अनुभवों के साथ जोड़कर उन्हें सूक्ष्म रूप से सामान्य बना देता है तथा हानिकारक उपभोग को कलंकित करने के प्रयासों को कमज़ोर कर देता है।
 - IPL 2024 के दौरान पान मसाला, संगीत समारोहों में कगिफशिर और सोडा तथा संगीत एलबम को बढ़ावा देने वाले मैकडॉवेल नंबर 1 जैसे सरोगेट वजिजापन, वजिजापन प्रतर्बिधियों को दरकिनार करने के लयिमशहूर हस्तियों, जीवनशैली की आकांक्षाओं एवं भावनात्मक कथाओं का रणनीतिक रूप से उपयोग करते हैं। ये तरीके जनता में विशेष रूप से शहरी युवाओं के बीच ब्रांड जागरूकता को सूक्ष्मता से समाहित करते हैं।
 - सार्वजनिक धारणा और व्यवहार पैटर्न पर सरोगेट वजिजापन के संचयी प्रभाव के लिये दीर्घकालिक सामाजिक नहितार्थों तथा सामुदायिक कल्याण की रक्षा के लिये संभावित हस्तक्षेपों की सावधानीपूर्वक जाँच की आवश्यकता है।

भारत में सरोगेट वजिजापनों से संबंधित अधिक ड़ाँचा क्या है?

- केबल टेलीविजन नेटवर्क (वनिधिमन) अधनियिम, 1995: यह अधनियिम टेलीविजन पर तंबाकू और शराब जैसे उत्पादों के वजिजापनों पर प्रतर्बिध लगाता है, जिसमें सरोगेट वजिजापन भी शामिल हैं। यह अनविर्य करता है कि ऐसे उत्पादों के किसी भी वजिजापन में मूल उत्पाद का प्रचार या अप्रत्यक्ष रूप से प्रचार नहीं किया जाना चाहिये।
- भारतीय वजिजापन मानक परिषद (ASCI) संहति: ASCI सरोगेट वजिजापन के खिलाफ दशानरिदेश प्रदान करता है, जिसमें इस बात पर बल दिया जाता है कि प्रतर्बिधति उत्पादों के वजिजापनों से जनता को गुमराह नहीं किया जाना चाहिये या अप्रत्यक्ष रूप से हानिकारक उत्पादों को बढ़ावा नहीं दिया जाना चाहिये।
- FSSAI वनिधिम: भारतीय खाद्य संरक्षा एवं मानक प्राधिकरण (FSSAI) खाद्य एवं पेय पदार्थों से संबंधित सरोगेट वजिजापन को नयित्तरित करता है तथा यह सुनिश्चित करता है कि गैर-अल्कोहल पेय पदार्थों को बढ़ावा देने वाले ब्रांड अप्रत्यक्ष रूप से मादक उत्पादों का वजिजापन न करें।
- सगिरेट एवं अन्य तंबाकू उत्पाद अधनियिम (COTPA), 2003: यह अधनियिम विशेष रूप से तंबाकू के वजिजापन और असंबंधित क्षेत्रों में तंबाकू ब्रांड नामों के उपयोग पर प्रतर्बिध लगाता है।

सरोगेट वजिजापन की जाँच के लिये क्या सुझाव दिये जाने चाहिये?

- नैतिक वपिणन प्रथाओं को प्रोत्साहित करना: कंपनियों को ऐसी वपिणन रणनीतियों को अपनाना चाहिये जो ईमानदारी, पारदर्शिता और सामाजिक ज़मिंदारी के नैतिक सदिधांतों के अनुरूप हों।
 - वास्तविक ब्रांड वसितार और सतत् व्यावसायिक प्रथाओं पर ध्यान केंद्रित करके व्यवसाय सामाजिक कल्याण के साथ लाभप्रदता को संतुलित कर सकते हैं।
- हतिधारकों के बीच सहयोगात्मक प्रयास: सरकारों, नियामक नकियों, गैर सरकारी संगठनों एवं नगियों को एक ऐसा वातावरण बनाने के लिये सहयोग करना चाहिये जो अनैतिक वजिजापन को हतोत्साहित करे और साथ ही नवाचार व ज़मिंदार व्यावसायिक प्रथाओं को बढ़ावा दे।
 - नैतिक ब्रांडिंग और मार्केटिंग को प्रोत्साहित करने से इस सांस्कृतिक बदलाव को बढ़ावा मिल सकता है।
- उपभोक्ताओं को शक्ति करना: सार्वजनिक जागरूकता अभियानों के माध्यम से उपभोक्ताओं को सरोगेट वजिजापन में प्रयुक्त युक्तियों के वषिय में शक्ति किये जाना चाहिये।
 - व्यक्तियों को ऐसी प्रथाओं को पहचानने और उन पर सवाल उठाने के लिये सशक्त बनाने से उनके प्रभाव को कम किया जा सकता है तथा सूचित नरिणय लेने को बढ़ावा दिया जा सकता है।
- वनिधिमक ड़ाँचे को मज़बूत करना: सरोगेट वजिजापन द्वारा उत्पन्न नैतिक चुनौतियों से नपिटने के लिये मज़बूत वनिधिम आवश्यक हैं।

- सरोगेट वजिजापनों की स्पष्ट परभाषा और उल्लंघन के लिये कठोर दंड से व्यवसायों को कानूनी खामियों का लाभ उठाने से रोका जा सकता है।
- **CSR पहलों में पारदर्शिता को बढ़ावा देना:** दुरुपयोग को रोकने के लिये कंपनियों को अपनी CSR गतिविधियों को ब्रांड प्रचार से अलग करना होगा।
- **CSR अभियानों** की स्वतंत्र लेखापरीक्षा और प्रकटीकरण से विश्वसनीयता बढ़ सकती है। यह सुनिश्चित हो सकता है कि ऐसी पहल अप्रत्यक्ष वजिजापन के बजाय वास्तव में सामाजिक कल्याण पर केंद्रित है।

नषिकर्ष

सरोगेट वजिजापन **सार्वजनिक स्वास्थ्य पर लाभ को प्राथमिकता देते हैं**, जिससे धोखाधड़ी और सुभेद्य आबादी का शोषण होता है। इन मुद्दों को संबोधित करने के लिये **नैतिक विपणन, हतिधारक सहयोग, उपभोक्ता शिक्षा और मज़बूत वनियमन** को शामिल करने वाला एक **बहुआयामी दृष्टिकोण** आवश्यक है।

PDF Refernece URL: <https://www.drishtiiias.com/hindi/printpdf/the-ethics-of-deception-in-surrogate-advertising>

