



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 महत्त्वपूर्ण नैतिक चिंताएँ उत्पन्न करता है। इसके अतिरिक्त, यह **ग्रीनवाशिंग के मुद्दे के समानांतर है**, जो एक नैतिक चिंता का विषय है क्योंकि यह पर्यावरणीय प्रथाओं के विषय 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 दिशानिर्देशों का मसौदा तैयार कर रहा है। यह बहस सरोगेट वजिजापन के विभिन्न आयामों का पता लगाने का प्रयास करती है, जबकि इसे प्रभावी और ज़िम्मेदारी से वनियमित करने के लिये एक संतुलित दृष्टिकोण की रूपरेखा तैयार करती है।

सरोगेट वजिजापन में नैतिक चिंताएँ 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 विषय में उपभोक्ताओं को गुमराह करता है।
 - सूक्ष्म ब्रांड संबंधों के माध्यम से **उपभोक्ता मनोवजिज्ञान के शोषण** के संबंध में नैतिक चिंताएँ उभरती हैं।
- **सार्वजनिक स्वास्थ्य नीतियों को कमजोर करना:** सरोगेट वजिजापन का प्रसार, **परिष्कृत विपणन** चैनलों का निर्माण 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 विपणन रणनीतियों का उपयोग करने के नैतिक नहितार्थ **कॉर्पोरेट अखंडता** और सार्वजनिक हितों की रक्षा के लिये बनाए गए नियामक ढाँचे की भावना के विषय में बुनियादी सवाल उठाते हैं।
 - **वनियामक नकियाँ को व्यापक दिशानिर्देश विकसित करने में महत्त्वपूर्ण 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 दार्शनिक और सामाजिक दृष्टिकोण क्या हैं?

- **दार्शनिक परिप्रेक्ष्य:**
 - **नैतिकता रहित वाणजिय:** दार्शनिक 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**

- सरोगेट वज्ज्जापनों 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 वज्ज्जापन के बजाय वास्तव में सामाजिक कल्याण पर केंद्रित है।

नषिकर्ष

सरोगेट वज्ज्जापन **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>

