

گرین واشنگ

سبز جھوٹ کا کاروبار

آج کل جب بھی سپر مارکیٹ جائیں تو درجنوں پروڈکٹس پر لکھا ملتا ہے۔ سو فیصد قدرتی، ماحول دوست، سبز توانائی یا ایکو-فرینڈلی۔ یہ الفاظ دیکھ کر دل کو سکون ملتا ہے کہ ہم ایک بہتر انتخاب کر رہے ہیں۔ لیکن کیا یہ دعوے واقعی سچے ہوتے ہیں؟ اکثر نہیں۔ اور اسی جھوٹ کو دنیا میں ”گرین واشنگ“ کہا جاتا ہے۔ گرین واشنگ ایک ایسی اصطلاح ہے جو آج کے جدید دور میں ماحولیات، کاروبار اور اشتہارات کے میدان میں بہت زیادہ استعمال کی جاتی ہے۔ اس سے مراد وہ عمل ہے جس میں کوئی کمپنی، ادارہ یا برانڈ اپنے آپ کو ماحول دوست ظاہر کرنے کی کوشش کرتا ہے، حالانکہ حقیقت میں اُس کے اقدامات ماحول کے تحفظ کے لیے مؤثر یا مخلصانہ نہیں ہوتے۔ آسان الفاظ میں اگر کہا جائے تو گرین واشنگ ایک ایسا دھوکہ ہے جس میں خوبصورت نعروں، سبز رنگ کی پیکنگ، دلکش اشتہارات اور ماحول دوستی کے دعوؤں کے ذریعے لوگوں کو یہ یقین دلایا جاتا ہے کہ کمپنی فطرت اور ماحول کی حفاظت کر رہی ہے، جبکہ حقیقت اس کے برعکس ہو سکتی ہے۔

دنیا بھر میں جب سے ماحولیات کی آلودگی، موسمیاتی تبدیلی، جنگلات کی کٹائی اور گلوبل وارمنگ جیسے مسائل نے شدت اختیار کی ہے، لوگوں میں ماحول دوست مصنوعات اور اداروں کی اہمیت بڑھ گئی ہے۔ اب صارفین ایسی اشیاء خریدنے کو ترجیح دیتے ہیں جو قدرتی وسائل کو نقصان نہ پہنچائیں۔ اسی رجحان کو دیکھتے ہوئے بہت سی کمپنیاں اپنے کاروبار کو زیادہ پرکشش بنانے کے لیے ماحول دوستی کا سہارا لینے لگیں۔ بعض ادارے واقعی ماحول کے تحفظ کے لیے عملی اقدامات کرتے ہیں، لیکن کچھ کمپنیاں صرف ظاہری تشہیر کے ذریعے خود کو ”سبز“ یا ماحول دوست ظاہر کرتی ہیں۔ یہی طرزِ عمل گرین واشنگ کہلاتا ہے۔ گرین واشنگ کی کئی شکلیں ہو سکتی ہیں۔ بعض کمپنیاں اپنی مصنوعات پر ایکو فرینڈلی، قدرتی اور سو فیصد خالص جیسے الفاظ لکھ دیتی ہیں، لیکن اُن دعوؤں کے پیچھے کوئی مستند ثبوت موجود نہیں ہوتا۔ کچھ ادارے اپنی پیکنگ میں سبز رنگ، درختوں، پتوں یا پانی کی تصاویر استعمال کرتے ہیں تاکہ صارفین کو یہ محسوس ہو کہ یہ مصنوعات ماحول کے لیے محفوظ ہیں۔ حقیقت میں اُن مصنوعات کی تیاری کے دوران بڑی مقدار میں آلودگی پیدا ہو رہی ہوتی ہے یا قدرتی وسائل کا بے دریغ استعمال کیا جا رہا ہوتا ہے۔

اس کی ایک مثال بڑی صنعتی کمپنیاں ہیں جو ٹیلی ویژن یا سوشل میڈیا پر ماحول دوستی کے اشتہارات چلاتی ہیں، درخت لگانے کی مہمات کا اعلان کرتی ہیں یا ”کاربن فری“ ہونے کے دعوے کرتی ہیں، لیکن اُن کی فیکٹریاں فضا میں دھواں چھوڑ رہی

ہوتی ہیں نیز دریاؤں اور زمین کو آلودہ کر رہی ہوتی ہیں۔ اسی طرح بعض پلاسٹک بنانے والی کمپنیاں اپنی چند مصنوعات کو ری سائیکل ایبل ظاہر کر کے خود کو ماحول دوست ثابت کرنے کی کوشش کرتی ہیں، حالانکہ اُن کے کاروبار کا بڑا حصہ ماحولیاتی نقصان کا سبب بنتا ہے۔

گرین واشنگ صرف کاروباری دنیا تک محدود نہیں بلکہ بعض اوقات سیاسی یا سماجی ادارے بھی اس کا استعمال کرتے ہیں۔ جو ماحولیات کے تحفظ کے بڑے دعوے کرتے ہیں، لیکن عملی طور پر ایسے منصوبوں کی حمایت کرتے ہیں جو جنگلات کی تباہی، کونکے کے استعمال یا صنعتی آلودگی میں اضافے کا سبب بنتے ہیں۔ اسی لیے ماہرین کا کہنا ہے کہ صرف نعروں اور بیانات پر یقین کرنے کے بجائے عملی اقدامات کو دیکھنا ضروری ہے۔

گرین واشنگ کے کئی منفی اثرات ہیں۔ سب سے بڑا نقصان یہ ہے کہ اس سے لوگوں کا اعتماد متاثر ہوتا ہے۔ جب صارفین کو معلوم ہوتا ہے کہ کسی کمپنی نے جھوٹے دعوے کیے تھے تو وہ نہ صرف اُس ادارے پر بلکہ دیگر ماحول دوست مہمات پر بھی شک کرنے لگتے ہیں۔ اس کے علاوہ حقیقی ماحول دوست کمپنیاں بھی نقصان اٹھاتی ہیں، کیونکہ جعلی دعوے کرنے والے ادارے کم خرچ میں زیادہ شہرت حاصل کر لیتے ہیں۔ اس طرح وہ کمپنیاں جو واقعی ماحول کی حفاظت کے لیے سرمایہ اور محنت خرچ کرتی ہیں، مقابلے میں پیچھے رہ جاتی ہیں۔ ماحولیات کے لیے بھی گرین واشنگ خطرناک ہے کیونکہ اس سے اصل مسائل پس پشت چلے جاتے ہیں۔ لوگ یہ سمجھنے لگتے ہیں کہ کمپنیاں ماحول کے تحفظ کے لیے کام کر رہی ہیں، جبکہ حقیقت میں آلودگی اور ماحولیاتی تباہی جاری رہتی ہے۔ یوں موسمیاتی تبدیلی جیسے سنگین مسائل کے حل میں رکاوٹ پیدا ہوتی ہے۔

گرین واشنگ سے بچنے کے لیے صارفین کو باشعور ہونا ضروری ہے۔ کسی بھی پروڈکٹ یا کمپنی کے دعوؤں پر فوراً یقین کرنے کے بجائے تحقیق کرنا چاہیے۔ مستند سرٹیفکیٹس، ماحولیاتی رپورٹس اور آزاد اداروں کی تصدیق کو اہمیت دینی چاہیے۔ اگر کوئی کمپنی صرف اشتہارات میں ماحول دوستی کی بات کرتی ہو لیکن اُس کے عملی اقدامات واضح نہ ہوں تو ایسے دعوؤں کو احتیاط سے دیکھنا چاہیے۔ اسی طرح حکومتوں اور عالمی اداروں کو بھی قوانین سخت بنانے چاہئیں تاکہ کمپنیاں جھوٹے ماحولیاتی دعوے نہ کر سکیں۔

گرین واشنگ جدید دور کا ایک اہم مسئلہ ہے جو ماحولیات کے تحفظ کے نام پر لوگوں کو گمراہ کرتا ہے۔ یہ نہ صرف صارفین کے اعتماد کو نقصان پہنچاتا ہے بلکہ حقیقی ماحولیاتی کوششوں کو بھی کمزور کرتا ہے۔ اس مسئلے کا حل صرف اسی صورت ممکن ہے جب کمپنیاں دیانت داری سے کام کریں، حکومتیں مؤثر نگرانی کریں اور عوام باشعور ہو کر درست فیصلے کریں۔ ماحول کا تحفظ صرف خوبصورت نعروں سے نہیں بلکہ عملی اقدامات، سچائی اور ذمہ داری سے ممکن ہے۔ کرہ ارض ہماری مشترکہ امانت ہے۔ اسے

بچانے کے لیے نہ صرف اچھی نیت چاہیے بلکہ باخبر فیصلہ بھی ضروری ہے۔ جھوٹے سبز دعوے سن کر مطمئن ہو جانا، خود کو اور آنے والی نسلوں کو دھوکہ دینا ہے۔ سوال کریں، تحقیق کریں، اور حقیقی تبدیلی کا ساتھ دیں۔