

# आकार TODAY

## 1. भारत में कार्बन बाजार

### चर्चा में क्यों?

नवीन और नवीकरणीय ऊर्जा मंत्रालय देश को अपने राष्ट्रीय स्तर पर निर्धारित योगदान (एनडीसी) को पूरा करने में मदद के लिये कार्बन क्रेडिट बाजार स्थापित करने हेतु कदम उठा रहा है।

### मुख्य बिन्दु

- **कार्बन बाजार:**
- **कार्बन क्रेडिट:**
  - कार्बन क्रेडिट (इसे कार्बन ऑफसेट के रूप में भी जाना जाता है) वातावरण में ग्रीनहाउस उत्सर्जन में कमी लाने के सापेक्ष दिया जाने वाला एक क्रेडिट है, जिसका उपयोग सरकारों, उद्योग या व्यक्तियों द्वारा उत्सर्जन के लिये क्षतिपूर्ति के रूप में किया जा सकता है।
  - इसके द्वारा आसानी से उत्सर्जन को कम नहीं कर पाने वाले उद्योग वित्तीय लागत वहन कर अपना संचालन कर सकते हैं।
  - कार्बन क्रेडिट 'कैप-एंड-ट्रेड' मॉडल पर आधारित हैं जिसका उपयोग 1990 के दशक में सल्फर प्रदूषण को कम करने के लिये किया गया था।
  - एक कार्बन क्रेडिट, एक मीट्रिक टन कार्बन डाइऑक्साइड के बराबर है या कुछ बाजारों में कार्बन डाइऑक्साइड समकक्ष गैसों (CO<sub>2</sub>-eq) के बराबर है।
  - नवंबर 2021 में ग्लासगो में COP26 जलवायु परिवर्तन शिखर सम्मेलन के दौरान वार्ताकारों ने वैश्विक कार्बन क्रेडिट ऑफसेट ट्रेडिंग मार्केट बनाने पर सहमति व्यक्त की।
  - क्योटो प्रोटोकॉल द्वारा ग्रीन हाउस गैस में कमी करने वाले देशों या विकसित देशों के ऑपरेटर्स को क्रेडिट प्रदान करने के लिये तीन तंत्र दिये गए हैं:
    - संयुक्त कार्यान्वयन (JI) के तहत घरेलू ग्रीन हाउस कटौती की अपेक्षाकृत उच्च लागत वाला एक विकसित देश दूसरे विकसित देश में परियोजना स्थापित करेगा।
    - अंतर्राष्ट्रीय उत्सर्जन व्यापार (IET) के तहत देश, अपने आवंटित उत्सर्जन लक्ष्य को संतुलित करने के लिये अंतर्राष्ट्रीय कार्बन क्रेडिट बाजार में व्यापार कर सकते हैं। कार्बन उत्सर्जन कम करने वाले देश क्योटो प्रोटोकॉल के अनुबंधों के तहत अपने क्रेडिट को उन देशों को बेच सकते हैं जिन्होंने उत्सर्जन लक्ष्य से अधिक उत्सर्जन किया है।
- **कार्बन बाजार:**
  - कार्बन बाजार से उत्सर्जन में कमी और निष्कासन को व्यापार योग्य संपत्तियों में बदला जाता है, इस प्रकार उत्सर्जन को कम करने या ऊर्जा दक्षता में सुधार के लिये प्रोत्साहन मिलता है। कार्बन बाजार स्वैच्छिक (Voluntary) हो सकते हैं।
  - जलवायु परिवर्तन पर संयुक्त राष्ट्र के क्योटो प्रोटोकॉल के तहत वर्ष 1997 में कार्बन व्यापार औपचारिक रूप से शुरू हुआ, जिसमें 150 से अधिक राष्ट्र हस्ताक्षरकर्ता थे।
  - समझौते के तहत प्रतिबद्धता वाले पक्ष वर्ष 2008-2012 के बीच अपने ग्रीन हाउस गैस उत्सर्जन को सीमित या कम करने के लिये

सहमत हुए जो कि वर्ष 1990 के स्तर से काफी नीचे थे।

- उत्सर्जन व्यापार जैसा कि क्योटो प्रोटोकॉल में निर्धारित है, यह देशों को उत्सर्जन इकाइयों की अतिरिक्त क्षमता को उन देशों को बेचने की अनुमति देता है जिनके पास अपने लक्ष्य से अधिक उत्सर्जन करते हैं।

### • कार्बन बाजार का महत्त्व:

- कार्बन बाजार उन संगठनों के लिये नए रास्ते खोलेगा जो कार्बन क्रेडिट के विकास, व्यापार और परामर्श कार्य में लगे हुए हैं, जबकि जीवाश्म-ईंधन उत्पादन क्षमता के विकास को रोक रहे हैं।
- कार्बन क्रेडिट भारत जैसे विकासशील देशों को देश के कार्बन लक्ष्यों को परिप्रेक्ष्य में रखते हुए आर्थिक गतिविधियों को अंजाम देने में मदद करेगा।
- वर्ष 2021 में वैश्विक कार्बन क्रेडिट बाजार में 164% की वृद्धि हुई और वर्ष 2030 तक इसके 100 बिलियन अमेरिकी डॉलर को पार करने की उम्मीद है।
- कार्बन क्रेडिट उन उद्योगों और अन्य क्षेत्रों को पुरस्कृत करने का एक तरीका प्रदान करता है जिन्होंने उत्सर्जन को कम करने एवं जलवायु लक्ष्यों को प्राप्त करने के लिये तकनीकी नवाचारों को शामिल करते हुए विधियों को विकसित किया है।
- कार्बन बाजार डीकार्बोनाइजेशन की दिशा में संचालित अभियान में महत्वपूर्ण भूमिका निभाएगा, लंबी अवधि में शुद्ध शून्य प्राप्त करने के अंतिम लक्ष्य के साथ अल्पावधि में विभिन्न योजनाओं के माध्यम से उत्सर्जन में कमी को प्रोत्साहित करेगा।
- कार्बन बाजार उत्सर्जन को कम करने के सबसे प्रभावी चालकों में से एक है, जो सबसे कम लागत के साथ उत्सर्जन में कटौती की पेशकश करता है और भारत को 35 ट्रिलियन अमेरिकी डॉलर के नुकसान को रोकने में सक्षम बनाता है।

### • भारतीय उत्सर्जन लक्ष्य:

- भारत ने अगस्त 2022 में संयुक्त राष्ट्र फ्रेमवर्क कन्वेंशन ऑन क्लाइमेट चेंज (UNFCCC) को पेरिस समझौते के तहत अपने अद्यतन NDC को प्रस्तुत किया, जिसमें उसने इस तथ्य पर जोर दिया कि यह वर्ष 2070 में नेट जीरो के दीर्घकालिक लक्ष्य को प्राप्त करने में एक कदम आगे है।
- अद्यतन NDC के तहत भारत अपने सकल घरेलू उत्पादों की उत्सर्जन तीव्रता को वर्ष 2005 के स्तर से वर्ष 2030 तक 45% तक कम करने और वर्ष 2030 तक ऊर्जा के गैर-जीवाश्म ईंधन स्रोतों से अपनी संचयी विद्युत शक्ति स्थापित क्षमता का 50% प्राप्त करने के लिये प्रतिबद्ध है।
- देश सोलर मैन्युफैक्चरिंग डिवीजन में अपनी सप्लाय चैन के विस्तार पर काम कर रहा है।

## 2. समिट फॉर डेमोक्रेसी

### चर्चा में क्यों?

हाल ही में मुख्य चुनाव आयुक्त ने संयुक्त राज्य अमेरिका के 'समिट फॉर डेमोक्रेसी' मंच के तत्वावधान में भारत के चुनाव आयोग (ECI) द्वारा आयोजित चुनाव प्रबंधन निकायों (EMBs) के लिये अंतर्राष्ट्रीय सम्मेलन को

संबोधित किया।

सम्मेलन का उद्घाटन करते हुए आयुक्त ने सोशल मीडिया साइटों से फर्जी खबरों को सक्रिय रूप से चिह्नित करने के लिये अपनी 'एल्गोरिदम शक्ति' का उपयोग करने का आग्रह किया।

### मुख्य बिन्दु

- **फर्जी सूचना के प्रसार के संबंध में चिंताएँ:**
- **रेड-हेरिंग ( भ्रामक ):**  गलत सूचना का मुकाबला करने के लिये सभी प्रमुख सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म की सामग्री मॉडरेशन-संचालित रणनीति एक रेड-हेरिंग है जिसे व्यापार मॉडल के हिस्से के रूप में दुष्प्रचार के प्रवर्धित वितरण की कहीं बड़ी समस्या से ध्यान हटाने के लिये डिजाइन किया गया है।
- **सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म की अस्पष्टता:** सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म तेजी से सार्वजनिक अभिव्यक्ति का प्राथमिक आधार बनते जा रहे हैं, जिस पर मुट्टी भर व्यक्तियों का नियंत्रण होता है।
  - गलत सूचनाओं पर अंकुश लगाने में सक्षम होने के मार्ग में सबसे बड़ी बाधाओं में से एक सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म पर पारदर्शिता की कमी है।
- **अपर्याप्त उपाय:** विभिन्न सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म गलत सूचनाओं को रोकने के लिये एक सुसंगत ढाँचा विकसित करने में असमर्थ रहे हैं और घटनाओं एवं सार्वजनिक दबाव के चलते गलत तरीके से प्रतिक्रिया दी है।
  - एक समान आधारभूत दृष्टिकोण, प्रवर्तन और जवाबदेही के अभाव ने सूचना पारिस्थितिकी तंत्र को दूषित कर दिया।
- **भ्रामक सूचनाओं का अनुप्रयोग:** सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म ने निश्चित प्रारूप वाले विकल्पों को अपनाया है, जिसका उपयोग प्रभावशाली और शक्तिशाली व्यक्तियों द्वारा निजी राजनीतिक और व्यावसायिक लाभ के लिये भ्रामक सूचनाओं का प्रसार सरलता से किया जाने लगा है।
  - दुष्प्रचार, घृणा और लक्षित धमकी के मुक्त प्रवाह ने भारत में वास्तविक स्थिति को नुकसान पहुँचाया है और लोकतंत्र का हास किया है।
  - सोशल मीडिया अनुप्रयोगों के माध्यम से फैलाई गई गलत सूचनाएँ अल्पसंख्यक के प्रति घृणा, व्याप्त सामाजिक ध्रुवीकरण, हिंसा जैसे वास्तविक जीवन के मुद्दों से जुड़ी हैं।
- **बच्चों में डिजिटल मीडिया की साक्षरता की कमी:** राष्ट्रीय शिक्षा नीति 2020 पाठ्यक्रम में मीडिया साक्षरता को शामिल न करना एक चूक है।
  - हालाँकि उस नीति में एक बार डिजिटल साक्षरता का उल्लेख है, लेकिन सोशल मीडिया साक्षरता पूरी तरह से नगण्य है।
  - यह एक गंभीर अंतर है क्योंकि सोशल मीडिया छात्रों की साक्षरता का प्राथमिक स्रोत है।
- **नाम गुप्त रखने की स्थिति से उत्पन्न खतरे:** गोपनीयता बनाए रखते हुए इसका उपयोग प्रतिशोधी सरकारों के विरुद्ध अपनी अभिव्यक्ति में सक्षम होने में है।
  - जहाँ एक ओर यह किसी के लिये बिना किसी असुरक्षा के अपने विचार साझा करने में सहायक होता है, वहीं यह इस पहलू में अधिक नुकसानदायक है कि उपयोगकर्ता किसी भी हद तक गैर-जिम्मेदाराना झूठी जानकारी फैला सकता है।
- **चुनाव में सोशल मीडिया के लाभ और हानि:**
- **लाभ:**
- **घोषणापत्र की योजना:**

- हाल के वर्षों में राजनीतिक रैलियों और पार्टी घोषणा पत्रों की योजना बनाने में डिजिटल रणनीतियाँ तेजी से महत्वपूर्ण हो गई हैं।
- अब तक जनसमूह की भावना की समझ प्रस्तुत करने वाले चुनाव पूर्व सर्वेक्षणों की जगह ट्वीट सर्वेक्षण ने ले लिया है।
- **जनता की राय को प्रभावित करने की क्षमता:**
  - सोशल मीडिया राजनीतिक दलों की अनिर्णीत मतदाताओं की राय को प्रभावित करने में मध्यम वर्ग को मतदान करने की वजह प्रदान करने में मदद करता है।
  - यह बड़ी संख्या में वोट करने हेतु समर्थन आधार जुटाने और दूसरों को वोट देने के लिये प्रभावित करने में भी मदद करता है।
- **जानकारी का प्रसार:**
  - राजनेता इस नए सोशल मीडिया को तेजी से प्रचार, प्रसार या जानकारी प्राप्त करने या तर्कसंगत और महत्वपूर्ण बहस में योगदान देने के लिये अपना रहे हैं।
- **हानि:**
- **ध्रुवीकरण:**
  - सोशल मीडिया राजनेताओं को लोकप्रिय बनाने और अपने पक्ष में ध्रुवीकरण करने का साधन बन गया है।
- **गलत बयानवाजी में वृद्धि:**
  - विपक्षी दलों को दोष देने और आलोचना करने के लिये सोशल मीडिया का बहुत उपयोग किया जाता है, इसके साथ ही भ्रामक एवं गलत तथ्यों द्वारा जानकारी को गलत तरीके से भी प्रस्तुत किया जाता है।
  - राजनीतिक गतिरोध पैदा करने के लिये भी सोशल मीडिया का उपयोग किया जाता है।
- **लोगों के दृष्टिकोण को प्रभावित करना:**
  - सोशल मीडिया पर विज्ञापन के लिये बहुत अधिक खर्च की आवश्यकता होती है। केवल संपन्न दल ही इतना खर्च कर सकते हैं और वे अधिकांश मतदाताओं को प्रभावित कर सकते हैं।
  - चुनावों के दौरान सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म पर फेक न्यूज का प्रसार लोगों के दृष्टिकोण को प्रभावित करता है।

### अभ्यास प्रश्न

#### प्रारंभिक परीक्षा

- प्र. 'कार्बन क्रेडिट' के संबंध में निम्नलिखित कथनों में से कौन-सा सही नहीं है?
- (a) कार्बन क्रेडिट प्रणाली क्योटो प्रोटोकॉल के संयोजन में सम्पुष्ट की गई थी।
  - (b) कार्बन क्रेडिट उन देशों या समूहों को प्रदान किया जाता है जो ग्रीन-हाउस गैसों का उत्सर्जन घटाकर उसे उत्सर्जन अभ्यंश के नीचे ला चुके होते हैं।
  - (c) कार्बन क्रेडिट का लक्ष्य कार्बन डाइऑक्साइड उत्सर्जन में हो रही वृद्धि पर अंकुश लगाना है।
  - (d) कार्बन क्रेडिट का क्रय-विक्रय संयुक्त राष्ट्र पर्यावरण कार्यक्रम द्वारा समय-समय पर नियत मूल्यों के आधार पर किया जाता है।

#### मुख्य परीक्षा

- प्र. ग्लोबल वार्मिंग पर चर्चा कीजिये और वैश्विक जलवायु पर इसके प्रभावों का उल्लेख कीजिये। क्योटो प्रोटोकॉल, 1997 के आलोक में ग्लोबल वार्मिंग का कारण बनने वाली ग्रीनहाउस गैसों के स्तर को कम करने हेतु नियंत्रण उपायों की व्याख्या कीजिये।

( 200 शब्द )