उत्तर प्रदेश की GSDP दूसरे स्थान पर

- उत्तर प्रदेश की अर्थव्यवस्था, भारत की दूसरी सबसे बड़ी राज्य अर्थव्यवस्था है।
- उत्तर प्रदेश की अर्थव्यवस्था में सबसे प्रमुख योगदान कृषि कार्यों की है अर्थात एक बड़ी आबादी आजीविका के लिए कृषि कार्यों से संलग्न है।
- उत्तर-प्रदेश के प्रमुख उद्योग चीनी उद्योग, सूती वस्त्र उद्योग, ऊनी वस्त्र उद्योग, चमड़ा उद्योग, कांच उद्योग, एल्युमिनियम उद्योग, रासायनिक उद्योग, सीमेंट उद्योग, कृषि यंत्र निर्माण उद्योग, इलेक्ट्रॉनिक उत्पाद उद्योग, इंजीनियरिंग उद्योग आदि है।
- उत्तर प्रदेश में 109 चीनी मिलें हैं, जो देश का सर्वाधिक चीनी उत्पादन करते हैं। चीनी उद्योग से जुडा एक अन्य उत्पाद गुड उत्पादन है, इसमें भी उत्तर-प्रदेश सबसे आगे है।
- उत्तर प्रदेश में सूती वस्त्र की 68 मिले हैं और सूती वस्त्र उद्योग में तीसरा स्थान रखता है।
- वर्ष 2011 की जनगणना के अनुसार उत्तर प्रदेश की 22.3 प्रतिशत आबादी शहरी है।
- हाल ही में वित्त मंत्रालय द्वारा जारी किये गये आकड़ों से पता चलता है कि उत्तर प्रदेश GSDP के मामले में गुजरात और तमिलनाडु जैसे औद्योगिक राज्यों को पीछे छोड़ते हुए दूसरे स्थान पर आ गया है।

- **GSPD- Gross Stae Domestic Product** से तात्पर्य किसी राज्य के अंदर किसी एक वित्तीय वर्ष में उत्पदित वस्तुओं एवं सेवाओं के मूल्य से है।
- इस आकलन (वित्त मंत्रालय) के अनुसार उत्तर प्रदेश का **GSDP** वित्तीय वर्ष 2020-21 में 19.48 लाख करोड़ से ऊपर है। इसे यदि डॉलर में परिवर्तित किया जाये तो इसका आकार लगभग 268 विलियन डॉलर होगा।
- **GSDP** के दृष्टिकोण से पहले स्थन पर महाराष्ट्र है, जिसके **GSDP** का आकार
  30.7 बिलियन डॉलर है।
- तमिलनाडु जो पहले दूसरे स्थान पर हुआ करता था, वह तीसरे स्थान पर आ गया हैं इसके **GSDP** का आकार उत्तर प्रदेश से थोड़ा कम 19.2 लाख करोड़ है।
- कर्नाटक पहले भी चौथे स्थान पर था और अब भी वह चौथे स्थान पर है, जिसके **GSDP** का आकार 18 लाख करोड़ रुपये का है।
- गुजरात तीसरे स्थान से खिसक कर के 5वें स्थान पर आ गया हैं जिसके **GSDP** का आकार 17.4 लाख करोड़ का है।
- यहां यह स्पष्ट होता है कि उत्तर प्रदेश ने कृषि एवं उद्योगों में इन राज्यों को पीछे छोड़ा है जहां व्यापार और उद्योग पहले से बहुत

विकसित है और बंदरगाहों की सुविधा होने के कारण अंतर्राष्ट्रीय व्यापार का विकल्प भी ज्यादा है।

- इसके पीछे एक प्रमुख कारण कोरोना काल में आर्थिक क्रियाओं को प्राथमिकता देने की रही है। हाल के वर्षों में उत्तर-प्रदेश ने बहुत से औद्योगिक कानूनों में परिवर्तन किया है, जिससे उद्योगों के अनुकूल वातावरण विकसित हुआ है।
- सितंबर 2020 में भारत सरकार की ओर से ईज ऑफ डूइंग बिजनेस रैंकिंग में आंध्र प्रदेश पहले स्थान पर था तो दूसरे स्थान पर उत्तर प्रदेश। इस रैंकिंग में तीसरा स्थान तेलंगाना, चौथा मध्य प्रदेश और 5वाँ स्थान झारखंड को प्राप्त हुआ है। उत्तर प्रदेश को यह स्थान उद्योगों के संदर्भ में अपनाये गये सिंगल विंडो सिस्टम, श्रम, पर्यावरण, एक्सेस टू इंफार्मेशन आदि के कारण दिया गया।
- इसके अलावा उत्तर प्रदेश में कृषि उत्पादकता बढ़ने और किसानों को किसान सम्मान निधि के तहत धनराशि वितरित करने के कारण दिया गया है। उत्तर प्रदेश ने 2.37 करोड़ किसानों को इसका लाभ पहुँचाया, जिससे कृषि कार्यों में प्रोत्साहन बना रहा।
- कुछ समय पहले उत्तर प्रदेश में इन्वेस्टर्स सम्मिट का आयोजन किया गया था, जिसमें 4.28 लाख करोड़ के **MoUs** हस्ताक्षरित किये गये थे।
- इसमें से लगभग 3 लाख करोड़ का निवेश प्रोजेक्ट प्रारंभ हो चुका है।

- इसके अलावा **GSDP** बढ़ने का एक और प्रमुख कारण यह है कि पिछले दो सालों में उत्तर प्रदेश के निर्यात में 32 प्रतिशत की बढ़ोत्तरी हुई है।
- कोरोना रोकथाम और उससे निपटने के लिए उठाये गये कदमों को भी इसका एक प्रमुख कारण माना जा रहा है।
- भारत के सर्वाधिक आबादी वाले राज्य के लिए यह एक महत्वपूर्ण कदम है क्योंकि उत्तर प्रदेश के संसाधनों के बेहतर उपयोग के लिए यह आवश्यक है कि यहां की आर्थिक क्रियाओं को बढ़ावा दिया जाये।
- उत्तर प्रदेश का आकार विस्तृत होने के कारण प्रत्येक क्षेत्र में अलग-अलग जलवायु पाई जाती है, फलस्वरूप यहां कृषि के कृषि आधारित उद्योगों के विकास के लिए बहुत संभावनायें है, जिसका सही से दोहन अभी तक नहीं हुआ है लेकिन ऐसा करके राज्य के आर्थिक विकास को बहुत तीव्रता दी जा सकती है।

नये IT नियम (Rules)

- मार्केट रिसर्च फर्म टेकएआरसी के मुताबिक भारत के लगभग 50 करोड़ लोग स्मार्टफोन का इस्तेमाल कर रहे हैं। इन स्मार्टफोन का वेब ट्रैफिक में हिस्सेदारी 77 प्रतिशत है।
- एक अनुसान के अनुसार भारत में व्हाट्सअप के 53 करोड़ उपभोक्ता हैं, यूट्यूब के 44.8 करोड़ उपभोक्ता हैं, फेसबुक के 41 करोड़ उपभोक्ता हैं, इंस्टाग्राम के 21 करोड़ उपभोक्ता है। ट्विटर पर भी लगभग 1.75 करोड़ उपभोक्ता है। कुल सोशल मीडिया यूजर्स को मिला दिया जाये तो यह संख्या लगभग 160 करोड़ पहुँच जाती है।
- भारत में टेलिकॉम उभोक्ताओं द्वारा औसतन इंटरनेट खपत लगभग **12GB** है जो पूरे विश्व में सर्वाधिक है।
- वर्ष 2019 के अंत तक **OTT** उपभोक्ताओं की संख्या 17 करोड़ थी जो इस समय 20-21 करोड़ तक पहुँच गई है।
- **OTT** (ओवर द टॉप) प्लेटफॉर्म-
- **OTT** से आशय ऐसे एप से है, जिनका उपयोग उपभोक्ताओं द्वारा इंटरनेट के माध्यम से किया जाता है। इसमें वीडियों ऑन डिमाँड, ऑडियो स्ट्रीमिंग, मैजेज सर्विस या इंटरनेट आधारित वॉयस कोलिंग सोल्यूशन प्रदान किया जाता है।
- **OTT** प्लेटफामर्स ने पहले अपनी सुविधायें एक कंटेंट होस्टिंग प्लेटफॉर्म के रूप में शुरू की थी किंतु वर्तमान समय में यह शॉर्ट फिल्म, फीचर

फिल्म, वृत्तचित्र, वेब सीरिज आदि का निर्माण कर रहे हैं। नेटफ्लिक्स, अमेजन प्राइम, हॉटस्टार, अल्ट बालाजी, जी-5 आदि इसी के अंतर्गत आते हैं।

- टेलीविजन, प्रिंट मीडिया, रेडियों आदि किसी सरकारी कानूनों के तहत निर्देशिता होते हैं। लेकिन **OTT** प्लेटफॉर्म को लेकर कोई खास नियम नहीं था। इन पर अभी तक सूचना प्रौद्योगिकी अधिनियम, 2000 की धारा 79 इन पर लागू होती थी, जो किसी भी तरह से इन पर नियंत्रण के लिए पर्याप्त नहीं थी।
- यह सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म जहाँ लोगों को एक दूसरे से जोड़ते हैं वहीं कई बार ऐसी खबरें भी आईं कि इन प्लेटफॉर्म ने इनका प्रयोग हेट स्पीच फैलाने, साइबर क्राइम को अंजाम देने, महिलाओं और बच्चियों की अस्मिता को खतरे में डालने के लिए भी असमाजिक तत्त्वों द्वारा किया जाता हैं इसी कारण इस पर रेगुलेशन लाने की मांग लंबे समय से की जा रही थी।
- वर्ष 2018 में इस मामलें में सर्वोच्च न्यायालय ने सुनवाई करते हुए केंद्र सरकार से कहा था कि इसके लिए गाइडलाइंस बनाये जिससे चाइल्ड पोर्नोग्राफी, रेप और गैंगरेप की तस्वीरों, वीडियों आदि पर नियंत्रण लगाया जा सके और सोशल मीडिया का दुरुपयोग रोका जा सके।

- चाइल्ड पोर्नोग्राफी समाज के लिए कितना खतरनाक होता है, यह इसी से अंदाजा लगाया जा सकता है कि इसमें न सिर्फ बच्चियों की अस्मिता और जीवन पर खतरा उत्पन्न होता है बल्कि यह किशोरों और किशोरियों की मनोदशा पर भी बहुत नकारात्मक प्रभाव उत्पन्न करते है। इस मुद्दे पर वर्ष 2020 में राज्यसभा की एक तदर्थ समीति ने भी अपनी रिपोर्ट प्रस्तुत कर इसी पुष्टि की थी।
- हाल ही में भारत सरकार द्वारा सूचना प्रौद्योगिकी (मध्यवर्ती संस्थानों के लिए दिशा-निर्देश और डिजिटल मीडिया आचार संहिता- **Inter Mediary Guidelines and Digital Media Ethics Code**) 2021 नियमों **(Rules)** को अधिसूचित किया है।
- यह नियम सोशल मीडिया के साथ-साथ **OTT** प्लेटफॉर्म को भी रेगुलेट करेंगे।
- इन नियमों को सूचना प्रौद्योगिकी (मध्यवर्ती संस्थानों के लिए दिशा-निर्देश) नियम 2011 के जगह सूचना प्रौद्योगिकी **(IT)** अधिनियम, 2000 की धारा 37 (2) के तहत लाया गया है।
- अब 2011 के नियमों के स्थान पर 2011 के नियमों का प्रयोग कर सोशल मीडिया को ज्यादा सुरक्षित और हितकारी बनाया जायेगा।
- उपयोगकर्ताओं की संख्या के आधार पर सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म मध्यस्थों को दो भागों में विभाजित किया गया है।

(A) सोशल मीडिया मध्यस्थ (Social Media Intermediaries)

(B) महत्वपूर्ण सोशल मीडिया मध्यस्थ (Significant Social Media Intermed-iaries)

- 50 लाख से कम उपभोक्ता वाले सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म पहली केटेगरी में आयेंगे। 50 लाख से अधिक यूजर वाले सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म दूसरी कैटेगरी में आयेंगे।
- विभाजन इसलिए किया गया है ताकि अधिक उपभोक्ता वाले सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म की जवाबदेही अधिक हो।
- दूसरी कैटेगरी में आने वाले प्लेटफॉर्म को भारत के अंदर अपने **Chief compliance officer, Nodal contact person** और **Resident Grievance officer** की नियुक्ति करनी होगी। इससे नियमों को लागू करवाने वाली भारतीय एजेंसियों के साथ समन्वय बढ़ेगा।
- दूसरी कैटेगरी वाले प्लेटफॉर्म को एक **Monthly Compliance Report** भी प्रस्तुत करना होगा, जिसमें इन्हें यह बताना होगा कि कितनी शिकायतें प्राप्त हुईं, कितने के विषय में निर्णय लिया गया और कौन सा कंटेंट हटाया गया या परिवर्तित किया गया।
- कोई आपत्तिजनक पोस्ट (जिसमें भारत की एकता, अखंडता, संप्रभुता को नुकसान पहुँचाने की बात हो), वीडियों प्राप्त होता है तो इन प्लेटफॉर्म को यह बताना होगा कि इसे किसने डालना है अर्थात इसकी उत्पत्ति कहाँ से हुई है। ताकि उस व्यक्ति या संस्था, कंपनी तक भारतीय सुरक्षा और नियामकीय कंपनिया की पहुँच हो सके और उसे सजा दिलवाया जा सके।

- यह नियम उन सभी कृत्यों पर लागू होगा, जिसके लिए 5 साल से अधिक की सजा हो सकती है।
- **Grievance officer** का नाम और संपर्क सार्वजनिक करना होगा ताकि लोग शिकायत और निपटान की जानकारी प्राप्त कर सकें। इनकी जिम्मेदारी होगी कि कंपलेन प्राप्त होने के 24 घंटे के अंदर सूचित करेंगे कि उन्हें शिकायत प्राप्त हुई है।
- कंपलेन प्राप्त के 24 घंटे के भीतर ऐसे कंटेंट को निष्क्रिय करना होगा जो किसी व्यक्ति की निजता को उजागर करते हों, किसी व्यक्ति को पूर्ण या आंशिक रूप से निर्वस्त्र या यौन क्रिया में दिखाते हों, या तस्वीरों में छड़ेछाड़ करके उसे आपत्तिजनक बनाया गया हो।
- यदि किसी व्यक्ति के सोशल एकाउंट को कंपनी द्वारा सस्पेंड करना हैं तो उसे पहले एक बार नोटिस/सूचना देनी होगी ताकि वह अपना पक्ष रखा सके।
- नये **IT** रूल का पालन यदि सोशल मीडिया कंपनिया करती हैं उन्हें **IT** अधिनियम की धारा-79 के तहत सेफ हार्बर प्रावधान **(Safe Harbour Provisions)** लागू होगा अन्यथा नहीं। यह प्रावधान यह कहता है कि इसके तहत लीगल कार्रवाई से मुक्ति मिल सती है जो उनके प्लेटफॉर्म पर किसी पोस्ट के शेयर होने के कारण से सकती थी।

- **OTT** प्लेटफार्म को अपने सामग्री को पांच कैटेगरी **U** (यूनिवर्सल), **U/A7+, U/A13+, U/A16+** और **A** (वयस्क) में विभाजित करना होगा।
- **U/A13+** या उससे ऊपर की श्रेणी के लिए **OTT** प्लेटफॉर्म पर पैरेंटल लॉक का फीचर देना होगा और **A** श्रेणी के कंटेंट के लिए आयु को वेरिफाई करने का बेहतर मैकेनिज्म तैयार करना होगा।
- इसके अलावा कंटेंट का विवरण, उसकी प्रकृति, दर्शक विवरणी **(Description)** आदि की जानकारी कंटेंट के प्रारंभ में देना होगा ताकि दर्शक यह निर्णय ले सके कि उसे देखना है कि नहीं।
- **OTT** प्लेटफॉर्म को भी शिकायत प्लेटफॉर्म का विकास करना होगा और उसे शिकायत मिलने के 15 दिन के अंदर एक्शन लेना होगा।
- 15 दिन के अंदर कार्रवाई न होने पर शिकायत सेकेंड लेवल के सेल्फ रेगुलेटरी बॉडी के पास जायेगी। यह **OTT** का अपना शिकायत निवारण प्लेटफॉर्म होगा। यहां भी शिकायत का निवारण न होने पर शिकायत **Inter-Ministerial Committee** के पास जायेगी। यह सर्वोच्च संस्था होगी।
- डिजिटल मीडिया आउटलेट्स या न्यज चैनल के लिए भी निर्देश दिये गये हैं। इन्हें **Journalistic Conduct of The Press Council of India and The Programme Code Under The Cable Television Networks Regulation Act 1995** का पालन करना होगा।

- इन्हें भी **OTT** प्लेटफॉर्म की तरह त्री स्तरीय शिकायत निवारण प्रणाली का निर्माण करना होगा। पहले स्तर पर सेल्फरेगुलेशन (पाब्लिशर) होगा, दूसरे स्तर पर इनके समूह तथा तीसरे स्तर पर **OTT** की तरह मैकेनिज्म विकसित किया जायेगा।
- इन्हें भी 15 दिन के अंदर शिकायत पर कार्रवाई करना होगा।
- उपरोक्त तीनों के लिए एक **Self-Regulartory Body** की स्थापना सुप्रीम कोर्ट या हाईकोर्ट जज या किसी स्वतंत्र व्यक्ति के अधीन की जायेगी जो एथिक्स और रूल को पब्लिश करते समय लागू करवायेगी।
- सूचना मंत्रालय के सेक्रेटरी (सचिव) के पास इमरजेंसी पावर होंगी, जिसके तहत वह किसी सूचना/कंटेट को रोक सकते हैं। यह अधिकार इसलिए दिया गया है ताकि उसके नकारात्मक प्रभाव को रोका जा सके।