

ग्राम-स्तर पर युवाओं में स्वच्छ भारत अभियान के प्रति जागरूकता और अवधारणा का अध्ययन: ग्राम घिमाना, जींद के संदर्भ में

*डॉ भारती बतरा, **डॉ जयपाल, **ट्विंकल संधु

*असिस्टेंट प्रोफेसर, मास कम्युनिकेशन, हरियाणा केंद्रीय विश्वविद्यालय, महेंद्रगढ़, हरियाणा

**जनसंपर्क अधिकारी, श्री विश्वकर्मा स्किल यूनिवर्सिटी, पलवल

***पूर्व विद्यार्थी, एम ए मास कम्युनिकेशन, सीआरएसयू, जींद

संक्षिप्त सारांश

स्वच्छता जैसे अहम मुद्दे को लेकर सरकार सदैव ही सचेत रही है और स्वच्छता बनाए रखने एवं लोगों को स्वच्छता के प्रति जागरूक करने के लिए निरंतर प्रयासरत रही है। स्वच्छता के अभाव में अनेकों बीमारियां जन्म लेती हैं जिनके कारण लोगों को अनेकों समस्याओं का सामना करना पड़ता है। 2014 में स्वच्छ भारत अभियान की भुरुआत के बाद लोगों को स्वच्छ व सुंदर बनाने के लिए की गई ताकि लोग स्वस्थ रहे और अपने आस-पास सफाई बनाए रखें और दूसरों को भी सफाई के प्रति प्रेरित करें। प्रस्तुत अध्ययन का उद्देश्य ग्राम घिमाना गांव के युवाओं में भारत सरकार द्वारा चलाए जा रहे स्वच्छ भारत अभियान के प्रति जागरूकता एवं अवधारणा का अध्ययन करना था। इस अध्ययन से यह भी जानने का प्रयास किया गया कि किस संचार माध्यम के द्वारा ग्रामीणों में स्वच्छ भारत अभियान के प्रति जागरूकता फैलाने में अहम भूमिका रही। मोक्ष उद्देश्यों को ध्यान में रखते हुए प्रस्तुत मोक्ष में सर्वेक्षण विधि द्वारा जींद जिला के घिमाना गांव के 100 युवाओं की मुद्रित प्रश्नावली द्वारा प्रतिक्रिया एकत्रित की गई। प्रस्तुत मोक्ष से यह ज्ञात हुआ कि 83 प्रतिशत उत्तरदाता स्वच्छ भारत अभियान से अवगत हैं। लगभग 60 प्रतिशत उत्तरदाताओं का मानना है कि स्वच्छ भारत अभियान की सफलता के बाद देश का विकास की और अग्रसर होगा और अंतरराष्ट्रीय स्तर पर अच्छे रिकॉर्ड कायम करेगा। प्रस्तुत मोक्ष से यह भी ज्ञात हुआ कि ग्राम स्तर पर टेलिविजन एवं अखबार की स्वच्छ भारत अभियान की जानकारी प्रसारण में अहम भूमिका रही।

मुख्य भाष्य –स्वच्छता अभियान, स्वास्थ्य और जागरूकता, संचार माध्यम।

प्रस्तावना:—

विश्व स्वास्थ्य संगठन और यूनिसेफ के मुताबिक, दुनिया भर में लगभग 4.4 अरब लोग स्वच्छता से महारूम हैं।¹ स्वच्छ भारत अभियान 2 अक्टूबर, 2014 को महात्मा गांधी के जन्म दिवस के शुभ अवसर पर आरंभ किया गया और 2 अक्टूबर 2019 तक पूरा करने का लक्ष्य रखा गया। इस मुहिम के तहत भारत को 2019 तक पूर्णतः स्वच्छ बनाना है। यह एक ऐसा प्रयास है जो लोगों को सफाई के प्रति जागरूक करता है। सफाई से अभिप्राय यह है कि अपने तन और मन की शुद्धि से लेकर अपने आस-पास और सार्वजनिक स्थानों को स्वच्छ बनाना है। केन्द्र सरकार गांवों को निर्मल बनाने के लिए स्वच्छ भारत मिशन ग्रामीण योजना का संचालन कर रही है।² स्वच्छ भारत अभियान के उद्देश्य हैं भारत में खुले में मलत्याग की व्यवस्था का जड़ से उन्मूलन, अस्वास्थ्यकर भौचालयों को बहाने वाले भौचालयों में बदलना, हाथों से मल की सफाई करने की व्यवस्था को हटाना, लोगों के व्यवहार में बदलाव कर अच्छे स्वास्थ्य के विषय में जागरूक करना, जन-जागरूकता पैदा करने के लिये सार्वजनिक स्वास्थ्य और साफ-सफाई के कार्यक्रम से लोगों को जोड़ना, व्यक्तिगत, सामूहिक और सामुदायिक भौचालयों का निर्माण, साफ-सफाई से संबंधित सभी व्यवस्था को नियंत्रित, डिजाइन और संचालन के लिए बाहरी स्थानीय निकाय को मजबूत बनाना, पूरी तरह से वैज्ञानिक प्रक्रियाओं से निपटारों का दुबारा प्रयोग, म्यूनिसिपल ठोस अपशिष्ट का पुनर्चक्रण, एवं स्वच्छता अभियान से संबंधित खर्च उपलब्ध कराना।³

¹<http://www.gaoconnection.com>

² <http://www.bbc.com>

³<http://www.gkexams.com>, <http://hindikiduniya.com>, <http://www.hindi.mapsofindia.com>

इन सभी उद्देश्यों को मद्देनजर रखते हुए इस अभियान के लक्ष्यों को निर्धारित किया गया है और इनकी प्राप्ति के लिए सरकार के साथ आमजन का सहयोग बहुत महत्वपूर्ण है तभी हम अपने संकल्प को पूरा कर पाएंगे। प्रस्तुत भोध का उद्देश्य य धिमाना गांव के युवाओं में स्वच्छ भारत अभियान के प्रति जागरूकता का पता लगाना है एवं यह ज्ञात करना है कि भारत सरकार द्वारा चलाए जा रहे स्वच्छ भारत अभियान के प्रति ग्राम स्तर पर युवा क्या सोच रखते हैं। इस अध्ययन से यह भी जानने का प्रयास किया गया कि किस संचार माध्यम के द्वारा ग्रामीण युवाओं में स्वच्छ भारत अभियान के प्रति जागरूकता फैलाने में अहम भूमिका रही।

साहित्य अवलोकन

पुष्पांजलि सवेन और श्रृष्टि पाथेला ने अपने भोध लेख "Status of Sanitation and Hygiene practices in the context of "Swachh Bharat Abhiyan" in two districts of India" विषय पर 2016 में एक भोध किया। इस भोध का उद्देश्य यह ज्ञात करना था कि कितने लोग स्वच्छ भारत अभियान से जागरूक हुए हैं और कितने लोग स्वच्छता की स्थिति को बनाए रखते हैं, क्या महिलाएं सैनेटरी पैड्स का प्रयोग करती हैं। भोध के परिणामों से यह ज्ञात हुआ कि 76 प्रतिशत लोग जागरूक नहीं हैं और 56 प्रतिशत लोग स्वच्छता की स्थिति को बनाए रखने के लिए कुछ नहीं करते, 54 प्रतिशत लोग भौचालय का प्रयोग नहीं करते हैं एवं 8 प्रतिशत लोग भौचालय जाने के बाद हाथ साफ नहीं करते हैं और 11 प्रतिशत खाना खाने से पहले हाथ नहीं धोते हैं। केवल 33 प्रतिशत महिलाएं सैनेटरी पैड्स का प्रयोग करती हैं।

भोधकर्ता अंकिता धामिजा ने अपने भोध-पत्र "Swachh Bharat Abhiyan at village level Tilpat – Failure or Success" विषय पर 2016 में एक भोध किया। भोध का उद्देश्य यह ज्ञात करना था कि लोग स्वच्छ भारत अभियान के प्रति जागरूक हैं या नहीं और जो इस अभियान के तहत सुविधाएं मिलती हैं वह गांव के लोगों तक पहुंच रही हैं और लोग स्वच्छता की स्थिति को बनाए रखने के लिए क्या कदम उठा रहे हैं। भोध परिणामों से यह ज्ञात होता है कि तिलपत गांव के लोग स्वच्छ भारत अभियान से काफी जागरूक हुए हैं। लेकिन सुविधाओं का अभाव है।

भोधकर्ता जयहिंद सावंत और डॉ विभूति त्रिपाठी ने अपने भोध-पत्र "अलाहाबाद के नागरिकों में स्वच्छ भारत अभियान के प्रति अवबोधन" विषय पर 2016 में एक भोध किया। इस भोध का उद्देश्य यह ज्ञात करना था कि भारत सरकार द्वारा चलाए जा रहे स्वच्छ भारत अभियान का नागरिकों पर क्या प्रभाव रहा। भोध उद्देश्यों को प्राप्त करने के लिए भोधार्थियों ने सर्वेक्षण विधि द्वारा अलाहाबाद के नागरिकों की राय जानी। भोध के परिणामों से यह ज्ञात हुआ कि मुख्यतः लोगों ने स्वच्छ भारत अभियान की टेलिविजन द्वारा जानकारी हासिल की तथा यह भी महत्वपूर्ण तथ्य स्पष्ट हुआ कि सरकार द्वारा चलाए इस अभियान ने लोगों को सफाई के प्रति जागरूक किया है।

भोधकर्ता अलका ने अपने भोध-पत्र "स्वच्छ भारत मिशन-जरूरत, लक्ष्य और प्रभाव" विषय पर 2017 में एक भोध किया। भोधार्थी ने सरकारी प्रकाशनों, पत्रिकाओं, समाचार पत्रों, किताबों और इस विषय से जुड़ी वैंबसाइटों आदि से द्वितीयक संमकों को एकत्रित किया। भोध के परिणामों से यह ज्ञात हुआ है कि भारत के लगभग लोगों पर इसका सकारात्मक प्रभाव पड़ा है स्वच्छ भारत मिशन भारत की आर्थिक सफलता की दिशा में महत्वपूर्ण लिंक है। जब तक देश के सभी लोग एक साथ यह नहीं समझते कि स्वच्छता हमारा कर्तव्य है तब तक यह मिशन सफल नहीं होगा।

भोध विधि:-

साहित्य समीक्षा से यह जाहिर होता है कि स्वच्छ भारत अभियान शुरू होने के पचास लोगों के व्यवहार में थोड़ा बहुत परिवर्तन देखने को मिला है और लोगों में स्वच्छता के प्रति जागरूकता में बढ़ोतरी हुई है। प्रस्तुत भोध का उद्देश्य य:-

- ग्रामीण स्तर पर युवाओं में स्वच्छ भारत अभियान के प्रति जागरूकता का पता लगाना।
- गांव के युवाओं में स्वच्छ भारत अभियान के प्रति अवधारणा का पता लगाना।
- यह ज्ञात करना कि ग्रामीण स्तर पर अभियान के प्रति जागरूकता फैलाने में किस संचार माध्यम की अहम भूमिका रही।

भोध उद्देश्यों की प्रकृति के अनुसार सर्वेक्षण शोध-विधि का चयन किया गया एवं जींद जिला के धिमाना गांव को नमूने के रूप में चुना गया। धिमाना गांव जींद जिला के तहसील जींद में स्थित है। इस गांव में कुल 955 घर हैं। 2011 की जनगणना के अनुसार धिमाना गांव की कुल जनसंख्या 4539 है। जिसमें 2390 पुरुष और 2149 महिलाएं हैं। प्रस्तुत भोध उद्देश्यों की पूर्ति हेतु मुद्रित प्रनावली के माध्यम से धिमाना गांव के 100 युवाओं की प्रतिक्रियाएं एकत्रित की गईं। प्रस्तुत सर्वेक्षण जून 2018 में किया गया।

आंकड़ों का वि लेक्षण एवं परिणाम:-

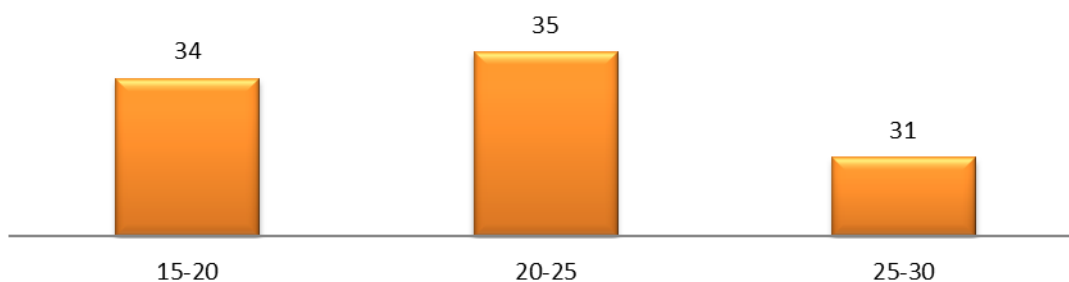
मुद्रित प्र नावली के माध्यम से एकत्रित किए गए आंकड़ों को सारणी एवं ग्राफ के माध्यम से दर्शाया गया है।

ग्राफ क्रमांक 01: उत्तरदाता



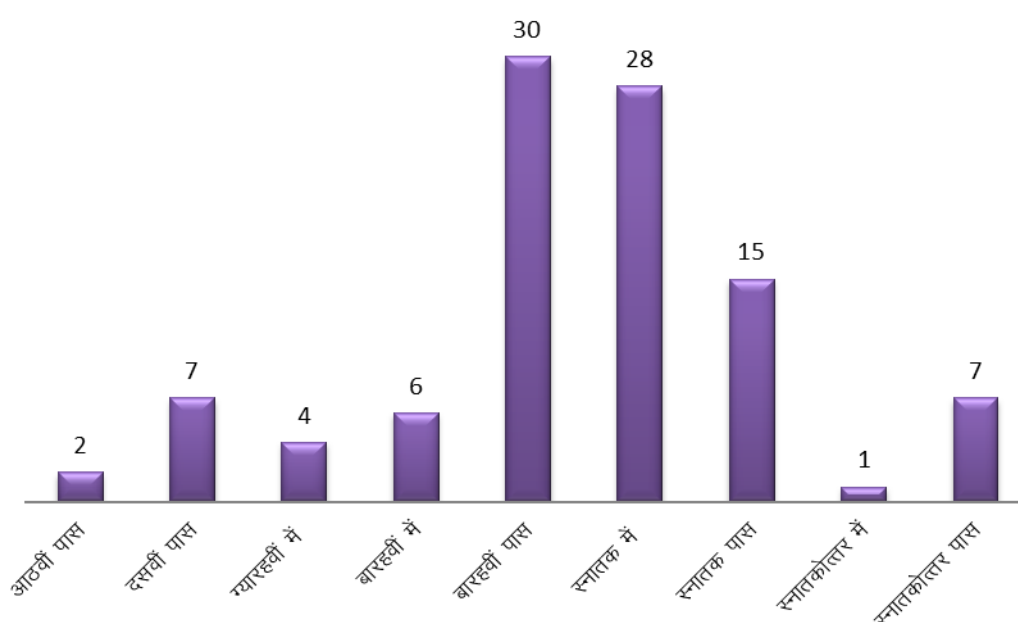
भोध के अंतर्गत प्राप्त आंकड़ों से स्पष्ट होता है कि सर्वेक्षण में 40 प्रति शत पुरुष उत्तरदाताओं और 60 प्रति शत महिला उत्तरदाताओं की भागीदारी रही।

ग्राफ क्रमांक 02: उत्तरदाताओं की आयु (वर्षों में)



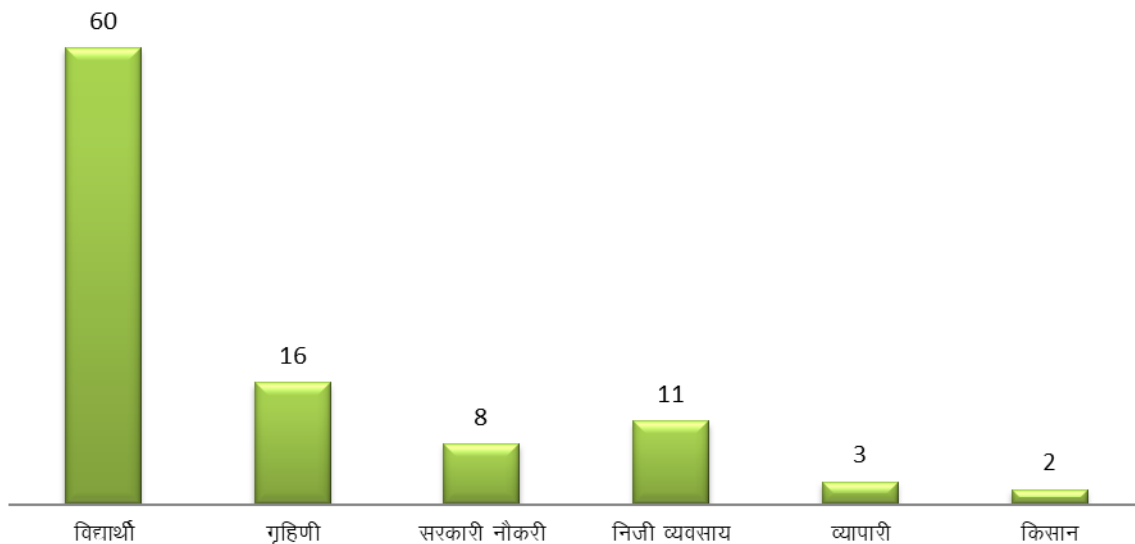
सर्वेक्षण से प्राप्त आंकड़ों से यह स्पष्ट होता है कि 15-20 आयु वर्ग के 34 प्रति शत, 20-25 आयु वर्ग में 35 प्रति शत, एवं 25-30 वर्ष के आयु वर्ग में 31 प्रति शत उत्तरदाता थे। सर्वाधिक 20-25 आयु वर्ग के उत्तरदाता रहे।

ग्राफ क्रमांक 03 : उत्तरदाताओं की भौक्षणिक स्थिति



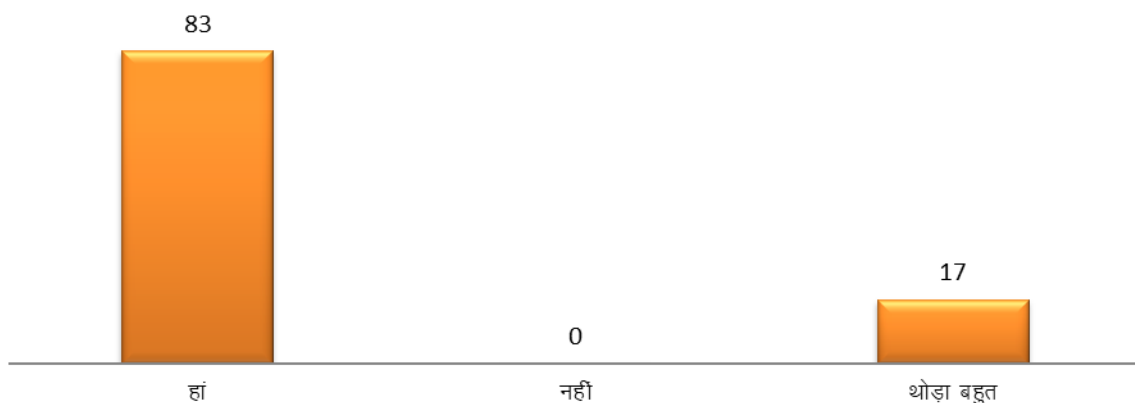
उपरोक्त ग्राफ क्रमांक 03 में सर्वेक्षण में प्रतिभागी उत्तरदाताओं की भौक्षणिक स्थिति से संबंधित आंकड़ों से यह स्पष्ट होता है कि 02 प्रति 10 उत्तरदाता आठवीं पास, 07 प्रति 10 उत्तरदाता दसवीं पास, 04 व 06 प्रति 10 उत्तरदाता ग्यारहवीं व बारहवीं कक्षा में पढ़ने वाले थे। 30 प्रति 10 उत्तरदाता बारहवीं पास तथा स्नातक कर रहे एवं स्नातक पास उत्तरदाताओं का प्रति 10 28 व 15 था। स्नातकोत्तर में पढ़ने वाले व स्नातकोत्तर पास केवल 01 प्रति 10 व 07 प्रति 10 उत्तरदाता थे। इससे यह निष्कर्ष निकलता है कि सर्वाधिक उत्तरदाता बारहवीं पास थे।

ग्राफ क्रमांक 04: उत्तरदाताओं का व्यवसाय



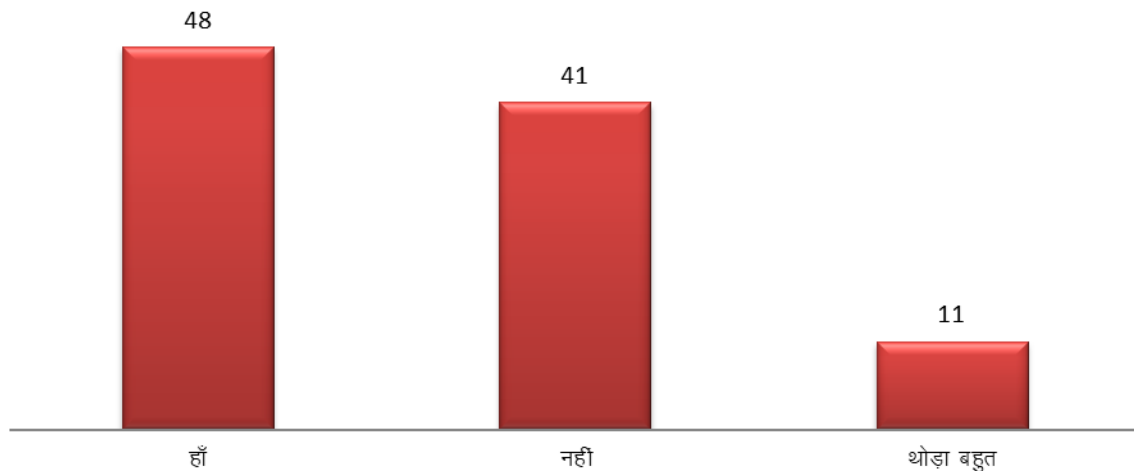
भोध के अंतर्गत जिन उत्तरदाताओं ने भाग लिया उनमें से 60 प्रति 10 उत्तरदाता विद्यार्थी, 16 प्रति 10 गृहिणी, 08 प्रति 10 उत्तरदाता सरकारी नौकरी करने वाले एवं 11 प्रति 10 प्राइवेट नौकरी करने वाले तथा 03 प्रति 10 व्यापारी, एवं 02 प्रति 10 किसान थे। इससे यह निष्कर्ष निकलता है कि सबसे ज्यादा 60 प्रति 10 उत्तरदाता विद्यार्थी थे।

ग्राफ क्रमांक 5: स्वच्छ भारत अभियान के बारे में जानकारी



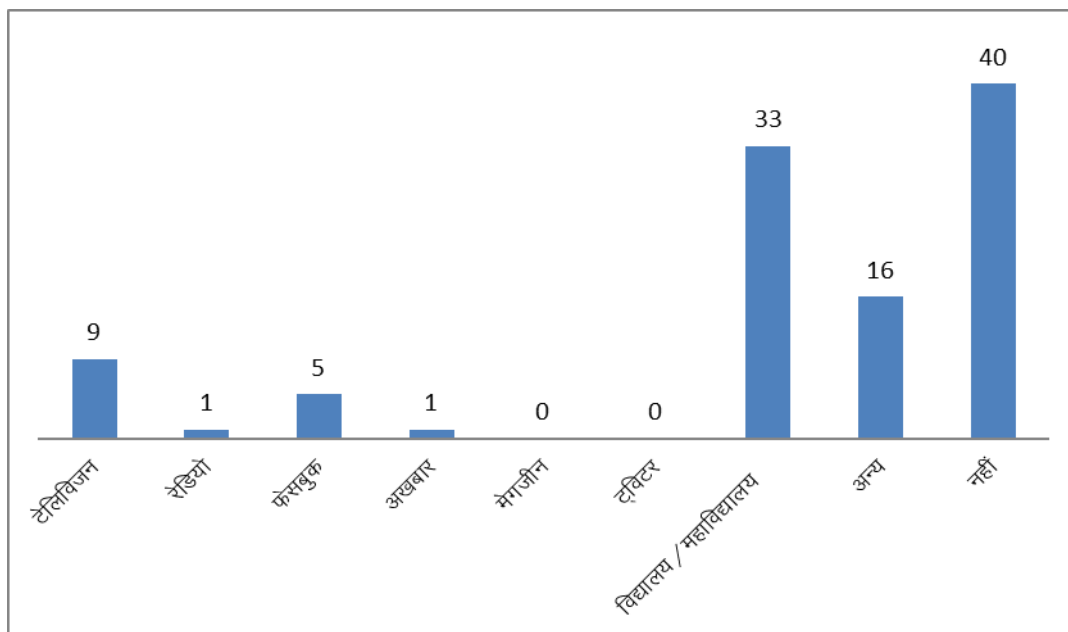
सर्वेक्षण से प्राप्त आंकड़ों से यह स्पष्ट होता है कि 83 प्रति 10 लोग स्वच्छ भारत अभियान के बारे में जानते हैं और 17 प्रति 10 लोग इस अभियान के बारे में थोड़ा बहुत जागरूक हैं। इस सर्वेक्षण से यह पता चलता है कि कोई भी उत्तरदाता ऐसा नहीं था जो स्वच्छ भारत अभियान के बारे में न जानता हो।

ग्राफ क्रमांक 06: स्वच्छ भारत अभियान के उद्देश्यों से अवगत हैं ?



प्रस्तुत ग्राफ क्रमांक 06 में बोध उद्देश्य पूर्ति हेतु उत्तरदाताओं से पूछे गए प्रश्न क्या आप स्वच्छ भारत अभियान के उद्देश्यों से अवगत हैं कि प्रतिक्रियाओं के परिणामों को दर्शाया गया है। सर्वेक्षण से प्राप्त आंकड़ों से यह स्पष्ट होता है कि 48 प्रतिशत उत्तरदाता स्वच्छ भारत अभियान के उद्देश्यों के बारे में जानते हैं और 41 प्रतिशत उत्तरदाता इस अभियान के उद्देश्यों से वाकिफ नहीं हैं। केवल 11 प्रतिशत उत्तरदाता ऐसे हैं जो इस अभियान के उद्देश्यों के बारे में थोड़ा बहुत जानते हैं। इससे यह निष्कर्ष निकलता है कि 48 प्रतिशत उत्तरदाता स्वच्छ भारत अभियान के उद्देश्यों के बारे में जानते हैं।

ग्राफ क्रमांक 07: आपने स्वच्छ भारत अभियान की भाषण कहीं पढ़ी या सुनी है ?



ग्राफ क्रमांक 07 में स्वच्छ भारत अभियान की भाषण कहीं पढ़ी या सुनी है कि प्रतिक्रियाओं के परिणामों को दर्शाया गया है। जिसमें टेलिविजन व रेडियो से सुनने वाले उत्तरदाता 09 व 01 थे। फेसबुक व अखबार से पढ़ने वाले उत्तरदाताओं की संख्या 05 व 01 रही तथा मैगज़ीन व ट्विटर से पढ़ने वाले उत्तरदाता भूख पाए गए तथा 16 उत्तरदाताओं ने अन्य विकल्प से इस अभियान की स्पष्ट को पढ़ा या सुना। सर्वाधिक उत्तरदाताओं ने अधिकांशतः विद्यालय एवं महाविद्यालयों में स्वच्छ भारत अभियान की भाषण पढ़ी एवं सुनी है।

तालिका 01—किस सूचना माध्यम एवं कार्यक्रम के द्वारा स्वच्छ भारत अभियान की जानकारी मिली।

टेलिविजन		रेडियो		वैब माध्यम		अखबार		मैगज़ीन		आउटडोर		सहकर्मी समूह	
प्रतिक्रियाएं	संख्या	प्रतिक्रियाएं	संख्या	वैब माध्यम	संख्या	अखबार	संख्या	मैगज़ीन	संख्या	प्रतिक्रियाएं	संख्या	प्रतिक्रियाएं	संख्या
विज्ञापन	98	विज्ञापन	02	फेसबुक	50	विज्ञापन	81	विज्ञापन	18	पोस्टर	88	अपने आस-पास के लोगों से	65
न्यूज़	58	मन की बात प्रोग्राम	50	ट्विटर	01	न्यूज़	21	स्पे ल स्टोरी	08	स्टीकर	39	रि तेदारों से	08
टीवी सीरियल	15	रेडियो न्यूज़	0	इंटरनेट	33	आर्टिकल	05	कविता	09	बैनर	87	दोस्तों से	66
डॉक्यूमेंट्री	07	डॉक्यूमेंट्री	01	युट्यूब	27	अन्य	01	अन्य	0	अन्य	01	अन्य	0
स्कट	02	स्कट	01	व्हाट्सप	66								
अन्य	01	अन्य	0	अन्य	0								

संख्या – उत्तरदाताओं की संख्या

सर्वेक्षण के दौरान उत्तरदाताओं से पूछा गया कि स्वच्छ भारत अभियान के बारे में जानकारी किस माध्यम से प्राप्त हुई। स्वच्छ भारत अभियान के बारे में विभिन्न माध्यमों पर अनेकों प्रकार से जानकारी प्रसारित की जाती है अतः प्रस्तुत प्र न में उत्तरदाता एक से अधिक विकल्प भी चुन सकते थे। उपरोक्त तालिका कमांक एक में प्रस्तुत आंकड़ों से स्पष्ट होता है कि अधिकां 1 उत्तरदाताओं ने प्रतिक्रिया दी कि टेलिविजन, रेडियो व मैगज़ीन में सबसे ज्यादा विज्ञापनों द्वारा जानकारी प्राप्त हुई एवं टेलिविजन में सबसे कम स्कट द्वारा, रेडियो में डॉक्यूमेंट्री से और मैगज़ीन में स्पे ल स्टोरी के माध्यम से जानकारी प्राप्त हुई। वैब माध्यमों में व्हाट्सप से 66 उत्तरदाताओं, फेसबुक से 66 उत्तरदाताओं को स्वच्छ भारत अभियान के बारे में जानकारी मिली व ट्विटर से सिर्फ 01 उत्तरदाता को और सहकर्मी समूह माध्यमों में सबसे ज्यादा दोस्तों से तथा सबसे कम रि तेदारों से और आउटडोर माध्यमों में सबसे ज्यादा पोस्टर से व स्टीकर से कम उत्तरदाता जागरूक हुए।

तालिका कमांक 02

स्वच्छ भारत अभियान से प्रेरित होकर स्वच्छ भारत बनाने में सहयोग।

क्रम संख्या	अभिकथन	उत्तरदाताओं की संख्या
(क)	मैं स्वच्छ भारत अभियान के बाद स्वच्छता के लिए हर संभव प्रयास करता/करती हूँ।	57
(ख)	मैंने दूसरों से इस अभियान में सहयोग की अपील की।	24
(ग)	सो ल मीडिया पर इससे जुड़ी सूचना सांझा की है।	28
(घ)	मैंने कूड़ा-कचरा इधर-उधर डालना बंद कर दिया है।	97
(ङ)	भौचालय का इस्तेमाल कैसे करते हैं इसके बारे में लोगों को बताया है।	52
(च)	अन्य	0

सर्वेक्षण से प्राप्त आंकड़ों से यह स्पष्ट होता है कि 57 उत्तरदाताओं का कहना था कि स्वच्छ भारत अभियान के बाद स्वच्छता के लिए हर संभव प्रयास करता/करती हूँ और वहीं पर 24 उत्तरदाताओं ने कहा कि दूसरों से इस अभियान में सहयोग की अपील की तथा 28 उत्तरदाताओं का जवाब था कि सो ल मीडिया पर इससे जुड़ी सूचना सांझा की है। प्रतिक्रिया मैंने कूड़ा-कचरा इधर-उधर डालना बंद कर दिया है को 97 उत्तरदाताओं ने चुना एवं 52 उत्तरदाताओं ने भौचालय का इस्तेमाल कैसे करते हैं इसके बारे में लोगों को बताया है। अतः निश्कर्ष में कहा जा सकता है कि 97 उत्तरदाताओं ने अपने जवाब में प्रतिक्रिया मैंने कूड़ा-कचरा इधर-उधर डालना बंद कर दिया है को चुना है जिससे लगता है कि उत्तरदाताओं की स्वच्छता के प्रति आदतों में इस अभियान से सुधार आया है।

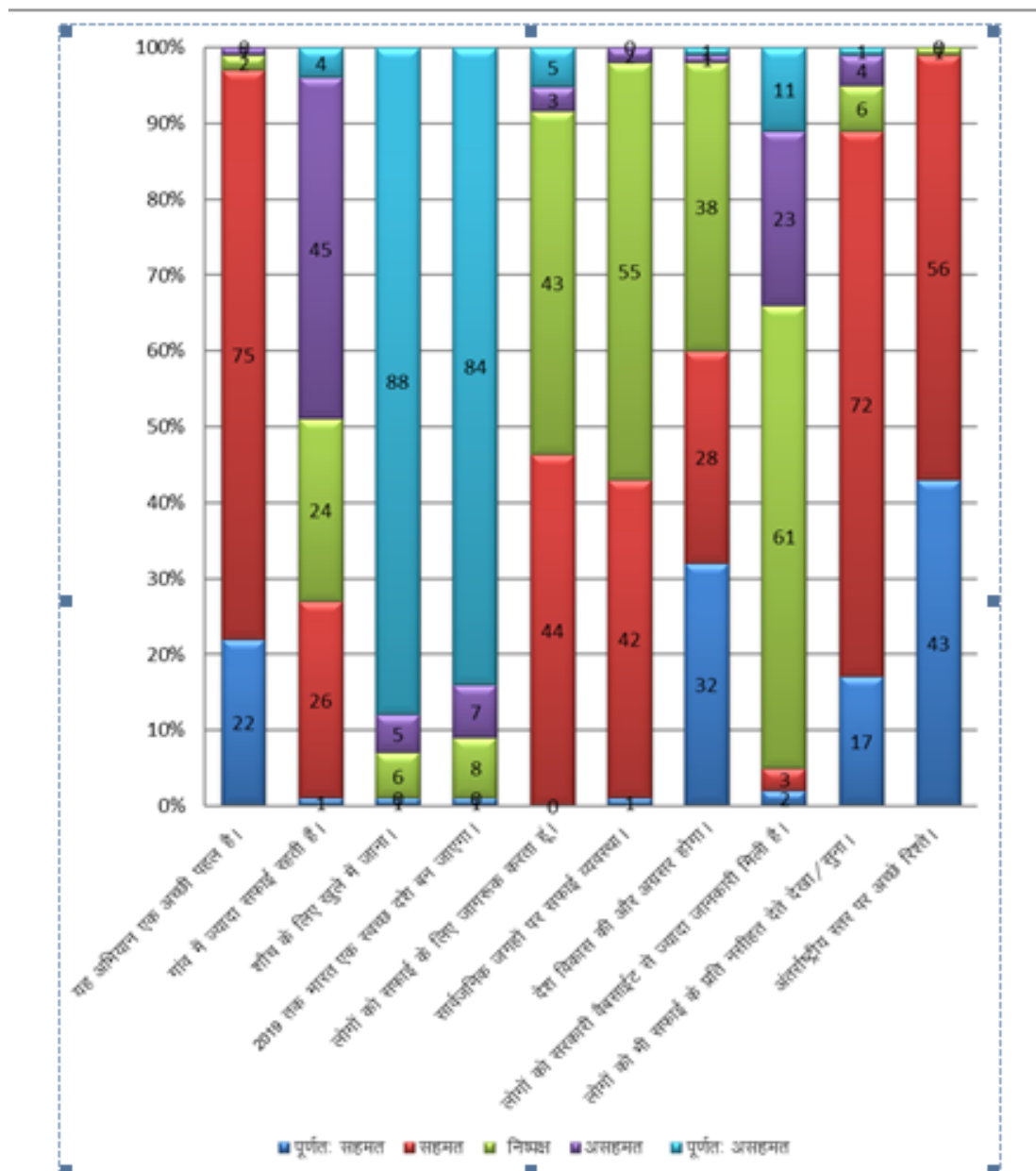
स्वच्छ भारत अभियान के प्रति ग्रामीण युवाओं की राय

स्वच्छ भारत अभियान के प्रति युवाओं की सोच से संबंधित प्रतिक्रियाओं को ग्राफ कमांक आठ में दर्शाया गया है। सर्वेक्षण से प्राप्त आंकड़ों से यह स्पष्ट होता है कि 22 प्रति 100 उत्तरदाता पूर्णतः सहमत हैं कि यह अभियान एक अच्छी पहल है जबकि 75 प्रति 100 सहमत हैं और 2 प्रति 100 उत्तरदाता ने निष्पक्ष में जवाब दिया है वहीं पर असहमत व पूर्णतः असहमत का प्रति 100 मात्र एक एवं भून्य है। क्रम संख्या 2 में पूछे गए कथन इस अभियान से हमारे गांव में ज्यादा सफाई रहती हैं पर पूर्णतः सहमत व सहमत को 1 व 26 प्रति 100 उत्तरदाताओं ने चुना और 24 प्रति 100 उत्तरदाता निष्पक्ष रहे। कथन संख्या 3 में पूछे गए प्र न इस अभियान के बाद भी मैं भौच के लिए खुले में जाना पसंद

करता/करती हूँ पर 1 प्रति 10 उत्तरदाता पूर्णतः सहमत रहे और भूय ने सहमती जताई है 6 प्रति 10 उत्तरदाता इस कथन पर निष्पक्ष रहे और 5 प्रति 10 असहमत 88 प्रति 10 ने अपनी पूर्णतः असहमती जताई।

क्रम संख्या 4 में पूछे गए कथन इस अभियान के फलस्वरूप 2019 तक भारत एक स्वच्छ देश बन जाएगा के जवाब में 1 प्रति 10 उत्तरदाताओं ने कहा की वे कथन से पूर्णतः सहमत हैं जबकि सहमती का प्रति 10 भूय रहा और 8 प्रति 10 उत्तरदाता ने निष्पक्ष में जवाब दिया है वहीं पर असहमत व पूर्णतः असहमत उत्तरदाता 7 प्रति 10 व 84 प्रति 10 हैं। क्रम संख्या 5 में पूछे गए कथन इस अभियान से प्रेरित होकर मैं अपने आस-पास लोगों को सफाई के लिए जागरूक करता हूँ पर पूर्णतः सहमत व सहमत को 5 व 44 प्रति 10 उत्तरदाताओं ने चुना और 43 प्रति 10 उत्तरदाता निष्पक्ष रहे। कथन संख्या 6 में पूछे गए प्रश्न इस अभियान से प्रेरित होकर मैं सार्वजनिक जगहों पर सफाई व्यवस्था बनाए रखने में पूर्ण सहयोग देता हूँ पर 1 प्रति 10 उत्तरदाता पूर्णतः सहमत रहे और 42 प्रति 10 ने सहमती जताई है 55 प्रति 10 उत्तरदाता इस कथन पर निष्पक्ष रहे और 2 प्रति 10 असहमत। क्रम संख्या 7 में पूछे गए कथन इस अभियान की सफलता उपरान्त देश विकास की और अग्रसर होगा के जवाब में 32 प्रति 10 उत्तरदाताओं ने कहा की वे कथन से पूर्णतः सहमत हैं जबकि 28 प्रति 10 उत्तरदाताओं ने सहमती जताई और 38 प्रति 10 उत्तरदाता ने निष्पक्ष में जवाब दिया है।

ग्राफ क्रमांक 08: स्वच्छ भारत अभियान के प्रति ग्रामीण युवाओं की राय



क्रम संख्या 8 में पूछे गए कथन इस अभियान से जुड़ी जानकारी लोगों को सरकारी वेबसाइट के द्वारा ज्यादा मिली है पर पूर्णतः सहमत व सहमत को 2 प्रति 100 व 3 प्रति 100 उत्तरदाताओं ने चुना और 61 प्रति 100 उत्तरदाता निष्पक्ष रहे। कथन संख्या 9 में पूछे गए प्रश्न मैंने इस अभियान के बाद दूसरे लोगों को भी सफाई के प्रति नसीहत देते देखा/सुना है पर 17 प्रति 100 उत्तरदाताओं ने पूर्णतः सहमती जताई और 72 प्रति 100 ने सहमती एवं 6 प्रति 100 उत्तरदाता इस कथन पर निष्पक्ष रहे। क्रम संख्या 10 में पूछे गए कथन स्वच्छ देश अंतराष्ट्रीय स्तर पर अच्छे रिकॉर्ड कायम करता है के जवाब में 43 प्रति 100 उत्तरदाताओं ने कहा कि वे कथन से पूर्णतः सहमत हैं और 56 प्रति 100 उत्तरदाताओं ने सहमती जताई।

निष्कर्ष:- स्वच्छ भारत अभियान 2 अक्टूबर 2014 को शुरू किया गया। जिसके तहत बाहरों व गांवों को स्वच्छ बनाने का बीड़ा उठाया गया एवं ग्रामीण जनता के जीवन स्तर को बेहतर बनाने के उद्देश्य से स्वच्छ भारत अभियान के तहत अनेकों प्रयास किए गए। जितना ध्यान हम अपने घर की सफाई पर देते हैं उतना ही हमें अपने पर्यटन स्थलों का और सार्वजनिक स्थलों की देख-रेख के लिए ध्यान देने की जरूरत है। अगर हमारे आस-पास स्वच्छता और हरियाली होगी तो हम स्वच्छ वातावरण में स्वस्थ सांस ले पायेंगे और आने वाले समय में हमें ऑक्सीजन मास्क की जरूरत नहीं पड़ेगी। इसलिए ज्यादा से ज्यादा पेड़ लगाने चाहिए और कूड़े को कूड़ेदान में ही डालना चाहिए ताकि गंदगी नही फैले और प्रदूषण न हो।

प्रस्तुत भोध का उद्देश्य युवाओं में स्वच्छ भारत अभियान के प्रति जागरूकता व अवधारणा का पता लगाना एवं यह ज्ञात करना था कि किस संचार माध्यम की अभियान के प्रति जागरूकता फैलाने में अहम भूमिका रही। इन उद्देश्यों के तहत प्रश्नावली तैयार की गई और सर्वेक्षण विधि से उत्तरदाताओं की प्रतिक्रिया जानी। भोध से प्राप्त आंकड़ों से पता चलता है कि 60 प्रति 100 महिलाओं ने और 40 प्रति 100 पुरुषों ने स्वच्छ भारत अभियान के प्रति अपनी प्रतिक्रियाएं दी। इस अभियान के प्रति 83 प्रति 100 उत्तरदाता अवगत है और 48 प्रति 100 उत्तरदाता अभियान के उद्देश्यों को जानते हैं। सर्वेक्षण में सर्वाधिक 20-25 आयु वर्ग के 35 प्रति 100 उत्तरदाता रहे। टेलीविजन पर प्रसारित व अखबार में प्रकाशित विज्ञापनों के माध्यम से 98 तथा 81 उत्तरदाताओं को स्वच्छ भारत अभियान की जानकारी मिली है। 50 उत्तरदाताओं को रेडियो पर प्रसारित मन की बात प्रोग्राम के द्वारा स्वच्छ भारत अभियान की जानकारी मिली है। उत्तरदाताओं को वेब माध्यमों में से व्हाट्सएप द्वारा 66 उत्तरदाताओं को स्वच्छ भारत अभियान की जानकारी मिली है। आउटडोर माध्यमों में से पोस्टर द्वारा 88 उत्तरदाता जागरूक हुए। 66 उत्तरदाताओं को स्वच्छ भारत अभियान की जानकारी सहकर्मी समूह माध्यमों में से दोस्तों से ज्यादा जानकारी मिली है। इस अभियान के चिन्ह का सभी उत्तरदाताओं को बखूबी पता है। स्वच्छ भारत अभियान के बाद 57 प्रति 100 उत्तरदाता स्वच्छता के लिए हर संभव प्रयास करते हैं। इस अभियान से प्रेरित होकर सफाई व्यवस्था बनाने में पूर्णतः सहयोग करते हैं। लगभग 60 प्रति 100 उत्तरदाताओं ने कहा कि स्वच्छ भारत अभियान की सफलता के बाद देश विकास की और अग्रसर होगा और अंतराष्ट्रीय स्तर पर अच्छे रिकॉर्ड कायम करेगा।

संदर्भ-सूची

1. <http://www.gaoconnection.com>
2. <http://researchjournals.in>
3. <http://www.hindi.mapsofindia.com>
4. <http://www.zeenews.india.com>
5. <http://www.hindikiduniya.com>
6. <http://www.rajwater.gov.in>
7. Time to clean up your act, Hindustan Times
8. NBA failed to achieve its desired target; CAG jagjfi, Mint, 16 Dec. 2015
9. <http://www.Hind blogging.com>
10. <http://www.hi.m.wikipedia.org>
11. <http://www.google.co.in>
12. <http://www.bbc.com>
13. <http://www.navbharattimes.com>
14. <http://www.Cleanindia.wordpress.com>
15. <http://www.hi.vikaspedia.in>
16. <http://www.gkexams.com>¹
17. <http://www.ravindrakumarthakur.blogspot.com>
18. Sawant, J. H., & Tripathi, V. Perception of Citizens of Allahabad towards "Swachh Bharat Abhiyan".

19. Dhamija A. Swachh Bharat Abhiyan at Village Tilpat - Failure OR SUCCESS. International Journal of Business Management & Research. 2016; 6(1):7-14. www.tjprc.org editor@tjprc.org.
20. Dr. Israr Khan M. & Kumar S. (2016) "स्वच्छ भारत अभियान ग्राम स्तरीय सूक्ष्म अध्ययन: ग्राम नरायनपुर, तहसील बीसलपुर, जनपद पीलीभीत के संदर्भ में" ISSN :2455-5746, Impact Factor: RJIF 5.34 Volume 1; Issue 8; August 2016; Page No. 55-61.
21. Swain, P., & Pathela, S. (2016). Status of sanitation and hygiene practices in the context of "Swachh Bharat Abhiyan" in two districts of India. Int J Community Med Public Health, 3(11), 3140-3146.
22. Chaudhary, A. (2017). Swachh Bharat Mission- Need, Objective and Impact. International Journal for Research in Management and Pharmacy, 6(2), ISSN: 2320-0901.
23. Dr. Pardhan P. (2017) Swachh Bharat Abhiyan and the Indian Media, Vol.5 year 3, June-2017 [ISSN:2395-7514(PRINT)] [ISSN:2456-9011(Online)].
24. Dr. Tiwari SK (2014) To Study Awareness of A National Mission: Swachh Bharat: Swachh Vidyalaya in the Middle School Student of Private and Public Schools. Volume:3 ISSN-2250-1991.
25. Srivasatva S. And Sinha U. (2016) Status of hygiene and sanitation condition in schools Uttar Pradesh.
26. C Prem Kumar & Dr. Esther Buvana(April 2017) Study on Awareness on Swachh Bharat Mission in Coimbatore District, Tamilnadu, volume 5, issue 4 ISSN-2348-6727.
27. Dr. Israr Khan M. & Singh J.(2016) स्वच्छ भारत अभियान का प्राथमिक विद्यालय स्वच्छता पर प्रभाव का सूक्ष्म अध्ययन : बरेली नगर क्षेत्र के वि.शे.सं. में, ISSN Print 2394-7500, ISSN online: 2394-5869 IJAR 2016, ; 2(8) : 838-841.
28. Dr. Israr Khan M. & Verma P. (2016) स्वच्छ भारत अभियान कर ग्राम पंचायत स्तरीय आलोचनात्मक वि.शे.सं. लेखन: ग्राम पंचायत बकैनिया जिला पीलीभीत के वि.शे.सं. में, 1(8), 48-56 ISSN : 2455-4030, Impact factor : RJIF 5.24.
29. Dr. Israr Khan M. And Tiwari M. (2016) स्वच्छ भारत अभियान का अस्पताल स्वच्छता तथा कचरा निस्तारण पर प्रभाव का वि.शे.सं. लेखन : जिला बरेली के वि.शे.सं. में volume 3; issue 8; page no. 390-393 online ISSN : 2349-4182, Print ISSN : 2349-5979 impact factor : RJIF 5.72.
30. Batra B. & Singh B. (2017) आपका कदम स्वच्छता की ओर – "स्वच्छ भारत" युवाओं में स्वच्छ भारत अभियान के प्रति जागरूकता व अवबोधन का अध्ययन, ISSN : 2347-3592.