स्वच्छताविषयक संवाद, मानसिकतेत बदल

सामाजिक आणि वर्तनातील बदल, स्वच्छ भारत मिशनच्या संवादाच्या प्रवासात घडवतात बदल

नवी दिल्ली, 2 ऑक्टोबर 2026

स्वच्छ भारत मिशनअंतर्गत, सार्वजनिक स्वच्छतेच्या केंद्रस्थानी, मानसिकतेतील बदल ठेवण्यात आले आहेत, याचाअर्थ, पायाभूत सुविधांच्या पलीकडे जात, दीर्घकाळ टिकण्याऱ्या पद्धती आणि सामाजिक संकेत, यावर भर देण्यात आला आहे. सामाजिक आणि वर्तनातील बदलांचा प्रसार होण्यामुळे, स्वच्छतेविषयी केवळ माहितीचा प्रसार नाही, तर त्याविषयी संवाद, सहभाग आणि सामूहिक कृती केली जात आहे. महात्मा गांधी आणि त्यांचे स्वच्छतेसाठी तसेच स्वयंसेवेसाठीचे आदर्श, स्वच्छ भारत मिशनसाठी मार्गदर्शक ठरले आहेत. सामुदायिक संस्था आणि तळागाळात काम करणारे कार्यकते, ज्यांना स्वच्छाग्रही म्हटले जाते, त्यांनी वैयक्तिक स्वच्छतेच्या सवयींचे रूपांतर, सामुदायिक सवयी आणि संकेतांमध्ये केले आहे. प्रसार आणि संवादाच्या अनेक साधनांद्वारे स्वच्छताविषयक संदेश, घरोघरी, समुदायांपर्यंत, सार्वजनिक ठिकाणी आणि डिजिटल प्लॅटफॉर्मवर पोहोचवले जात आहेत. महिला आणि मुले, या स्वच्छता अभियानाचे लाभार्थी तर आहेतच; शिवाय, सार्वजनिक स्वच्छताविषयक सवयींचा प्रसार प्रचार करणारे सक्रिय दूतही झाले आहेत. नव्याने स्वच्छतेची जाणीव, त्याची ओळख आणि सहभागातून त्यावर देखरेख ठेवणे, यामुळे, स्वच्छता केवळ एक मोहिम म्हणून मर्यादित न राहता, कायमस्वरूपी टिकणारे सामुदायिक वर्तन ठरले आहे.

स्वच्छ भारत अभियानाचा वर्तनात्मक पाया

स्वच्छ भारत मिशन ने सार्वजनिक स्वच्छता हा विषय वर्तणूक, सहभाग आणि सामायिक जबाबदारी इतका व्यापक केला आहे. या अभियानात, एक महत्वाची बाब लक्षात घेतली गेली, ती म्हणजे स्वच्छतेसाठीच्या पायाभूत सुविधा केवळ तयार करुन दीर्घकाळ स्वच्छतेच्या सवयी लागणे शक्य होणार नाही.

म्हणूनच स्वच्छ भारत मिशनने वर्तन बदलविषयक संवादाला आपल्या अंमलबजावणीच्या दृष्टिकोनाच्या केंद्रस्थानी स्थान दिले आहे. स्वच्छ भारत मिशन-ग्रामीण अंतर्गत केवळ शौचालयांच्या बांधकामावर भर दिला जात नाही, तर समुदायांनी सुरक्षित आणि शाश्वत स्वच्छता पद्धतींचा अवलंब करावा, यासाठी प्रोत्साहन दिले जाते.

त्याचप्रमाणे, स्वच्छ भारत मिशन-शहरी अंतर्गत केवळ कचरा प्रक्रियेवर भर न देता, कचऱ्याच्या उगमस्थानीच त्याचे वर्गीकरण करणे, ही सार्वजनिक सवय बनवणे तसेच संपूर्ण शहरी स्वच्छता आणि सार्वजनिक स्वच्छता सुनिश्चित करण्यावर भर दिला जातो. त्यामुळे माहिती, शिक्षण आणि संवाद (IEC) धोरणे, वर्तनाला सातत्याने प्रोत्साहन देणे आणि देखरेख हे स्वच्छ भारत अभियानाच्या अंमलबजावणीविषयक धोरणाचे अविभाज्य घटक आहेत. स्वच्छ भारत अभियानाचा प्रवास स्वच्छतेच्या सुविधा निर्माण करण्यापासून सुरु होत, स्वच्छताविषयक वर्तन सातत्याने टिकवून ठेवण्याकडे झाला आहे. या बदलामुळे सामाजिक आणि वर्तन बदलविषयक संवाद आता अभियानाच्या केंद्रस्थानी आला आहे.

स्वच्छ भारत मिशन (SBM)

2 ऑक्टोबर 2014 रोजी सुरु झालेले स्वच्छ भारत मिशन, हे भारतातील सर्वात मोठ्या, सरकारी नेतृत्वाखालील स्वच्छता अभियानांपैकी एक ठरले आहे. या मिशनची अंमलबजावणी दोन घटकांद्वारे केली जाते. स्वच्छ भारत मिशन-ग्रामीण (SBM-Grameen) आणि स्वच्छ भारत मिशन-शहरी (SBM-Urban).

स्वच्छ भारत मिशन-ग्रामीण अंतर्गत ग्रामीण स्वच्छता, शौचालयांची उपलब्धता, त्यांचा वापर आणि कचरा व्यवस्थापनावर भर दिला जातो. स्वच्छ भारत मिशन-शहरी अंतर्गत शहरी स्वच्छता, कचरा व्यवस्थापन आणि सार्वजनिक ठिकाणांची स्वच्छता यावर भर दिला जातो.

स्वच्छ भारत मिशन च्या कामगिरीविषयी अधिक माहितीसाठी इथे वाचा.

माहितीपासून ते वर्तनातील बदलापर्यंत

सामाजिक आणि वर्तन बदलविषयक संवाद या अंतर्गत, (Social and Behaviour Change Communication – SBCC) सकारात्मक सामाजिक बदलाला चालना देण्यासाठी संवादाचा वापर केला जातो. ज्ञान, दृष्टिकोन, सामाजिक संकेत आणि आचरण यांच्यावर प्रभाव टाकण्यासाठी यात विविध दृष्टिकोनांचा एकत्रित वापर केला जातो.

यामध्ये व्यक्ती-व्यक्तींमधील संवाद, समुदायाचा सामूहिक सहभाग आणि प्रसारमाध्यमे यांचा समावेश होतो. तसेच सामाजिक माध्यमे, मनोरंजन, जाहिरात आणि धोरणात्मक भागीदारी यांचाही संवादासाठी वापर केला जातो.

मात्र, स्वच्छ भारत अभियानाअंतर्गत, सामाजिक आणि वर्तन बदलविषयक संवाद हा उपक्रम, केवळ माहितीचे आदानप्रदान या पलीकडे जातो. त्या अंतर्गत, वर्तणूक, सामाजिक नियम आणि दैनंदिन पद्धती, यावर प्रभाव टाकला जातो. स्वच्छ भारत अभियानाअंतर्गत हा दृष्टिकोन, व्यक्ती-व्यक्तींमधील संवाद, समुदायाचा सामूहिक सहभाग, जनजागृती आणि सामूहिक कृती, यांचा मेळ साधणारा आहे. त्याचा दीर्घकालीन उद्देश, सामाजिक उघड्यावर शौचाच्या सवयीशी, कचरा व्यवस्थापनाशी संबंधित सामाजिक पद्धती बदलणे हा आहे. म्हणून, त्यात, सामाजिक वातावरणाचा लोकांच्या वर्तणूकीवर होणारा परिणाम लक्षात घेतला जातो. कुटुंबे, शेजारीपाजारी, समुदाय, स्थानिक संस्था आणि विश्वासार्ह नेते यांच्याकडून विशिष्ट प्रथा अंगीकारण्यास प्रोत्साहन दिले जाऊ शकते किंवा त्यांना एखाद्या सवयीपासून परावृत्त केले जाऊ शकते. त्यामुळे संवाद हा परस्पर संबंध आणि सामूहिक सहभागाच्या माध्यमातून प्रभावी ठरतो.

महात्मा गांधी स्वच्छ भारत अंतर्गत, एसबीसीसीसाठीचा नैतिक आधार

स्वच्छता आणि आरोग्यदायी स्वच्छताविषयक व्यवस्थेवर महात्मा गांधी यांनी दिलेला भर, स्वच्छ भारत मिशनच्या संवाद धोरणासाठी एक प्रभावी आधार ठरला आहे. 2019 मध्ये गांधीजींच्या 150व्या जयंतीपर्यंत स्वच्छ भारताचे उद्दिष्ट साध्य करण्यासाठी 2 ऑक्टोबर 2014 रोजी या अभियानाची सुरुवात करण्यात आली. स्वच्छ भारत मिशनच्या लोगोमध्ये महात्मा गांधी यांच्या चष्म्याचे प्रतीक वापरण्यात आले आहे. यामुळे अभियानाची ब्रँड ओळख निर्माण करण्यास आणि स्वच्छतेची भावना जगभर

पोहोचविण्यास मदत झाली. तसेच, सर्वसामान्यांना या अभियानाशी सहज आणि जलदपणे जोडले जाण्यासही त्याचा फायदा झाला. परिणामी, 2 ऑक्टोबर 2019 रोजी ग्रामीण भारत हागणदारीमुक्त (ODF) म्हणून घोषित करण्यात आला.

प्रतिमा 1: स्वच्छ भारत अभियानाचा लोगो

महात्मा गांधी यांनी त्यांच्या सत्याग्रहाच्या चळवळीदरम्यान चंपारण येथून स्वच्छतेच्या अभियानाला सुरुवात केली. त्यांच्या आदर्श गावाच्या संकल्पनेत उत्तम स्वच्छता व्यवस्था, तसेच अनावश्यक धुळीपासून मुक्त असलेल्या गावातील गल्ल्या आणि रस्ते यांचा समावेश होता. "आश्रम ऑब्झर्व्हन्सेस इन ॲक्शन" या पुस्तकात गांधीजींनी स्वच्छतेची सेवा ही अत्यावश्यक आणि पवित्र सेवा आहे, असे लिहिले आहे. त्यांच्या सेवाग्राम आश्रमात या कामासाठी बाहेरील मजुरांची मदत न घेण्यावर भर देण्यात आला होता. आश्रमातील सदस्य स्वतः पाळीपाळीने परिसराच्या स्वच्छतेचे काम करत असत. आश्रमाच्या नियमांमध्ये आश्रमवासीयांनी हात धुऊन ते स्वच्छ रुमालाने पुसणे आवश्यक असल्याचेही नमूद करण्यात आले होते.

स्वच्छ भारत अभियानाचा संदेश लोकांपर्यंत प्रभावीपणे पोहोचवण्यासाठी या वारशाचा आधार घेत, स्वच्छतेबाबत लोकांमध्ये आपलेपणाची भावना निर्माण करण्यास आणि वर्तन बदलामध्ये सहभाग घेण्यास प्रोत्साहन देण्यात आले. या परंपरेचा प्रभाव वर्तन बदलाच्या अभियानातील भाषा आणि प्रतीकांवरही पडला. 'स्वच्छाग्रही' हा शब्द जाणीवपूर्वक गांधीजींच्या सत्याग्रहाच्या परंपरेतून घेण्यात आला. त्याद्वारे नागरिक आणि स्वच्छता स्वयंसेवकांना सामूहिक स्वच्छाग्रहामध्ये सहभागी म्हणून अधोरेखित करण्यात आले. त्यामुळे, स्वच्छ भारत अभियानाने महात्मा गांधी यांचा केवळ संस्मरणीय

व्यक्तिमत्त्व म्हणून गौरव केला नाही, तर सामूहिक कृती, नागरिकत्व आणि सातत्यपूर्ण वर्तन बदल यांना स्वच्छतेशी जोडण्यासाठी संवादाचा आधारस्तंभ म्हणून त्यांच्या विचारांचा उपयोग केला.

वर्तणुकीतील बदल थेट घरोघरी: वैयक्तिक सवयींमध्ये बदल

एसबीएम ने एसबीसीसी तत्त्वांचे थेट, समुदाय-स्तरावरील सहभागामध्ये रूपांतर केले. परस्पर संवाद (आयपीसी) हा स्वच्छतेच्या सवयींमध्ये सकारात्मक बदल घडवणारा महत्त्वाचा मार्ग बनला. एकतर्फी संदेश देण्यापेक्षा, आयपीसीच्या माध्यमातून संवादक आणि समुदायातील सदस्यांमध्ये अधिक चांगला संवाद साधला जातो. यामुळे स्थानिक समस्या, त्याबाबतचा दृष्टिकोन आणि व्यावहारिक अडथळ्यांवर चर्चा सुलभ होते. आयपीसी सुलभ करण्यासाठी सरकार आघाडीचे कार्यकर्ते, स्वच्छाग्रही, समुदायातील नेतृत्व, बचत गट (एसएचजी) आणि विद्यमान सामाजिक नेटवर्कच्या सहाय्याने काम केले. या पद्धतींमध्ये गृहभेटी, समोरासमोर समुपदेशन, लहान-गट सत्रे, समवयस्क संवाद, तसेच घरे, आरोग्य केंद्रे, समुदाय स्तरावरील आणि धार्मिक मेळाव्यांमधील चर्चा यांचा समावेश होता.

स्वच्छ भारत अभियान-ग्रामीण (एसबीएम-जी) अंतर्गत 'स्वच्छाग्रही' हे तळागाळातील कार्यकर्ते आणि प्रेरणा स्रोत बनले. शौचालय बांधकामाला प्रोत्साहन देण्यापलीकडेही त्यांची भूमिका विस्तारली होती. त्यांनी कुटुंबांना स्वच्छतेच्या सुरक्षित अंगीकारायला आणि त्या टिकवून ठेवायला सहाय्य केले. स्वच्छग्रहींनी जनजागृती केली, प्रोत्साहन दिले, घरोघरी भेटी दिल्या आणि स्वच्छतेवर चर्चा घडवून आणली. त्यांनी सामुदायिक संघटनेलाही पाठिंबा दिला आणि निगराणी समित्या मजबूत केल्या. हागणदारीमुक्त म्हणून घोषित झाल्यानंतरही व्यक्ती आणि कुटुंबांमध्ये स्वच्छतेच्या सवयी अधिक दृढ करण्यासाठी त्यांचा सहभाग कायम राहिला.

Image 2: A meeting of Swachhagrahis and SHG didis in Bihar

प्रतिमा 2: बिहारमधील 'स्वच्छाग्रही' आणि स्वयं-सहायता गटांमधील महिलांची बैठक

Image 3: Nigrani Samiti using interpersonal communication to spread the message of

प्रतिमा 3: स्वच्छतेचा संदेश देण्यासाठी परस्पर संवादाचा वापर करणारी निगराणी समिती

निगराणी समित्यांच्या माध्यमातून परस्पर संवादाचा विस्तार समुदायप्रणीत दक्षतेपर्यंत करण्यात आला. हागणदारीमुक्तीचे उद्दिष्ट साध्य करण्यासाठी आणि ते टिकवून ठेवण्यासाठी या समित्या बळकट करण्यात आल्या. त्यांच्या उपक्रमांमध्ये गावांमध्ये नियमितपणे सकाळी आणि संध्याकाळी देखरेख करणे समाविष्ट होते. निगराणी उपक्रमांमध्ये विशेषतः उघड्यावर शौच करण्याच्या जागांवर लक्ष केंद्रित करण्यात आले. त्यांनी सतत सामुदायिक उपस्थिती आणि पाठपुराव्याद्वारे स्वच्छतेचा संदेश अधिक मजबूत केला. नियमित निगराणी मोहिम, ग्रामसभा आणि रात्री चौपाल यांनी हागणदारीमुक्त वर्तन टिकवून ठेवायला सहाय्य केले. समुदाय देखरेखीदरम्यान क्षेत्रीय स्तरावरील दक्षतेसाठी स्वच्छग्रहींना टूलकिट देण्यात आले. यात टॉर्च आणि शिट्टी याचा समावेश होता.

त्यामुळे या दृष्टिकोनाने स्वच्छता ही केवळ वैयक्तिक सवय न ठेवता, सामायिक सामुदायिक प्रथा बनवली. वर्तणुकीतील बदल दृढ करण्यासाठी आणि तो टिकवून ठेवण्यासाठी समुदाय स्वतःच सक्रियपणे सहभागी झाला.

वैयक्तिक संवादापासून ते सामूहिक कृतीपर्यंत

परस्पर संवादातून कौटुंबिक आणि समुदाय पातळीवर चर्चेच्या संधी निर्माण झाल्या. स्वच्छताविषयक सामायिक समस्यांवर चर्चा करण्यासाठी आणि सामूहिक उपाय शोधण्यासाठी लोकांना एकत्र आणून 'समुदाय संघटन' प्रक्रियेला पुढे नेण्यात आले. 'स्वच्छ भारत मिशन' अंतर्गत, समुदायांना त्यांच्या दैनंदिन स्वच्छताविषयक पद्धतींवर परिणाम करणाऱ्या निर्णयांमध्ये सहभागी होण्यासाठी व्यासपीठ

उपलब्ध करून देण्यात आले. ग्रामसभा, चौपाल, सामुदायिक सभा आणि इतर स्थानिक व्यासपीठांमुळे स्वच्छताविषयक मुद्द्यांवर संवाद साधणे शक्य झाले आणि समुदायांना सामायिक प्राधान्यक्रमांबाबत एकमत घडवता आले.

समुदाय संघटन प्रक्रियेमुळे स्वच्छताविषयक संवादात विविध गटांचा सहभाग शक्य झाला. समुदाय नेते, पंचायती राज संस्था, स्वयंसेवक, धार्मिक नेते आणि महिलांचे गट स्थानिक पातळीवरील चर्चा आणि कार्यक्रमांना चालना देऊ शकले. या दृष्टिकोनामुळे वैयक्तिक वर्तणुकीचा संबंध सामूहिक जबाबदारीशी जोडला गेला. सुरक्षित स्वच्छता पद्धतींचा अवलंब करणारे एखादे कुटुंब एका व्यापक सामुदायिक प्रयत्नाचा भाग बनले. सामुदायिक चर्चांमुळे स्थानिक समस्यांची ओळख पटवणे, अनुभवंची देवाणघेवाण करणे आणि अपेक्षित पद्धतींबाबत एकमत घडवून आणणे शक्य झाले. चलो चंपारण, स्वच्छ शक्ती, स्वच्छ सुंदर शौचालय, स्वच्छता ही सेवा, स्वच्छ सुंदर सामुदायिक शौचालय, स्वच्छ भारत दिवस, स्वच्छता महोत्सव आणि स्वच्छता पंधरवडा यांसारख्या अभियानांतूनही हा दृष्टिकोन प्रतिबिंबित झाला. या अभियानांनी स्वच्छता आणि स्वच्छतेबाबतच्या सामूहिक सहभागासाठी व्यासपीठ उपलब्ध करून दिले.

Image 1: A wall painting in Assam spreading swachhata messages in local language

प्रतिमा 4: स्थानिक भाषेत स्वच्छतेचा संदेश प्रसारित करणारे आसाममधील भित्तीचित्र

माध्यमे आणि समुदाय स्तरावरील संवादाच्या माध्यमातून सामुदायिक एकत्रीकरणाला अधिक बळकटी देण्यात आली. या माध्यमांनी स्वच्छताविषयक संदेश वैयक्तिक संभाषणापलीकडे नेऊन, जिथे समुदाय

नियमितपणे एकत्र येतात अशा ठिकाणी पोहोचवले. बाहुलीनाट्य, जादूचे प्रयोग, नाटक आणि पथनाट्य ही स्थानिक आणि पारंपरिक 'मिड-मीडिया' स्वरूपाची काही उदाहरणे आहेत. बाह्य माध्यमांद्वारे स्वच्छतेचा संदेश देण्यासाठी अधिकृत सार्वजनिक भिंतींवरील बिलबोर्ड आणि भित्तिचित्रांसारख्या सार्वजनिक जागांचा वापर करण्यात आला. स्थानिक ओळख प्रतिबिंबित करताना आणि शहराच्या सौंदर्यीकरणाला पाठबळ देताना विशेषतः स्वच्छतेचे संदेश देण्यासाठी भित्तिचित्रे आणि ग्राफिटी कलेचा वापर करण्यात आला. अशा स्वरूपांचे महत्त्व केवळ संदेशाच्या दृश्यमानतेपुरतेच मर्यादित नाही, तर स्वच्छतेच्या विषयाला दैनंदिन सामाजिक वातावरणात कशा प्रकारे स्थान दिले जाते, यातही दडले आहे. एखाद्या सामुदायिक कार्यक्रमात, पथनाट्यात किंवा सार्वजनिक मेळाव्यात मिळालेला स्वच्छता विषयक संदेश, घरोघरी आणि स्थानिक समुदायांमधील चर्चेला चालना देऊ शकतो.

स्वच्छ भारत अभियान-शहरी (एसबीएम-यू) अंतर्गत डिजिटल साधनांचा वापर करून जास्तीत जास्त नागरिकांपर्यंत पोहोचण्यावर भर दिला जातो. उदाहरणार्थ, 3,300 पेक्षा जास्त शहरांमध्ये 67,000 हून अधिक सार्वजनिक शौचालये अपलोड करण्यासाठी गुगल मॅपचा वापर करण्यात आला. यामुळे सर्व स्तरातील नागरिकांना स्वच्छता सुविधा अधिक सहजपणे उपलब्ध झाल्या. ‘स्वच्छता ॲप’ने नागरिकांना स्वच्छतेशी संबंधित कोणत्याही तक्रारी नोंदवण्यासाठी आणि त्यांचे निवारण करण्यासाठी ‘वन-स्टॉप’ (एकाच ठिकाणी सर्व सुविधा देणारे) डिजिटल व्यासपीठ उपलब्ध करून दिले.

प्रतिमा 5: स्वच्छता ॲप अँड्रॉइड आणि आयओएस वापरकर्त्यांसाठी उपलब्ध

प्रसारमाध्यमांनी बळकटीकरणाचा आणखी एक स्तर प्रदान केला. यामध्ये टेलिव्हिजन, रेडिओ, प्रिंट आणि ऑनलाइन मीडिया चॅनेल्सचा समावेश होता. कम्युनिटी रेडिओच्या माध्यमातून स्वच्छतेशी

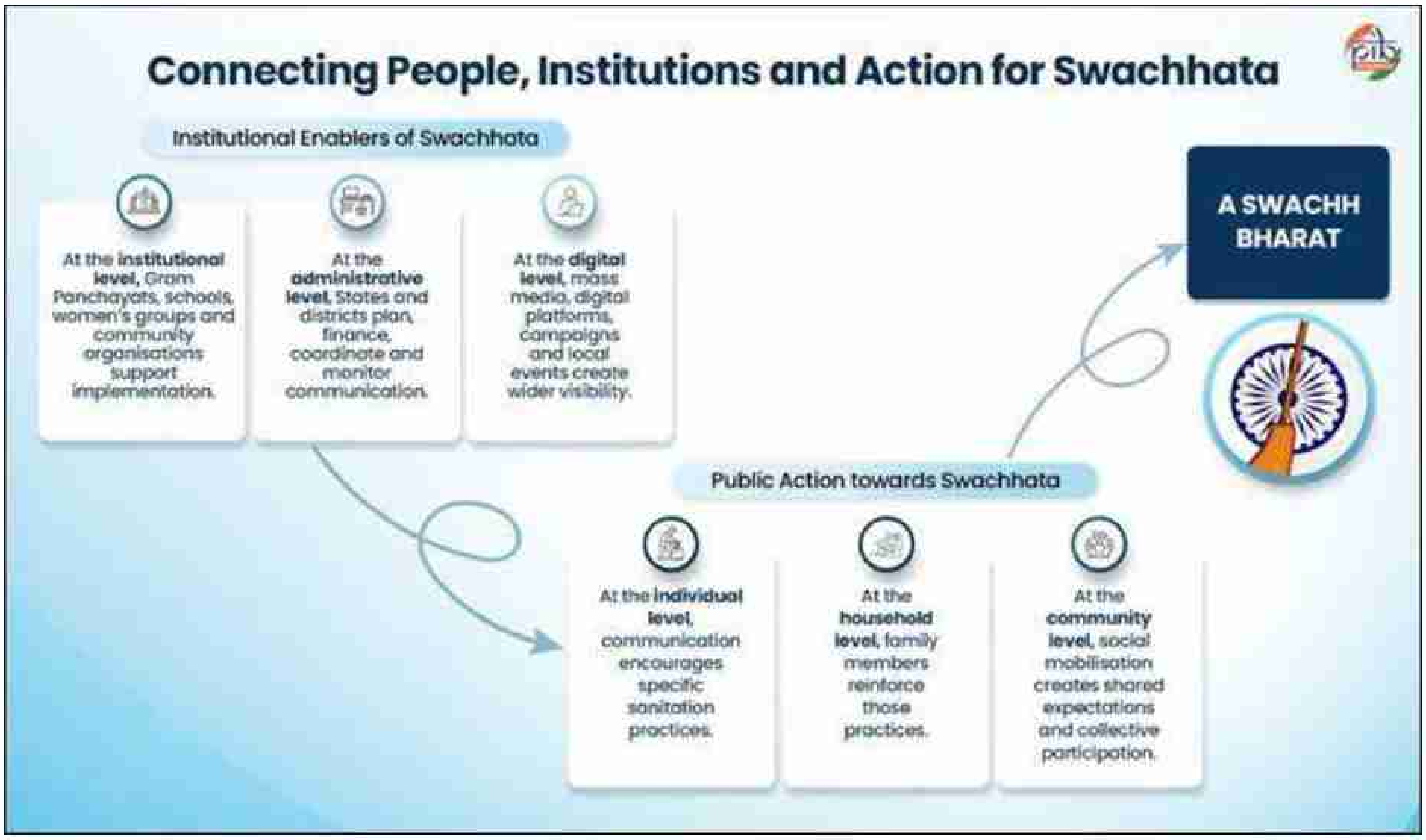
संबंधित चर्चा, अनुभवकथन, कथा आणि जनहितार्थ सूचना प्रसारित करण्यात आल्या. ट्विटर, फेसबुक, यूट्यूब आणि इन्स्टाग्राम यासारख्या सोशल मीडिया प्लॅटफॉर्मने मुख्य संदेश प्रसारित करण्यात आणि व्हर्च्युअल (आभासी) नेटवर्क आणि समुदाय तयार करण्यात मोलाची भूमिका बजावली. मोबाईल टेलिफोन सेवांनी बल्क एसएमएस, व्हॉट्सॲप आणि पॉडकास्टच्या माध्यमातून जनजागृतीला बळ दिले.

Image 1: A social media post regarding SHS 2026 campaign

'स्वच्छ टॉक्स' हे 'एसबीएम-यू' (स्वच्छ भारत मिशन अर्बन – स्वच्छ भारत मिशन-नागरी) अंतर्गत डिजिटल सहभागाचे एक उत्तम उदाहरण आहे. स्वच्छतेच्या क्षेत्रातील अनुभव आणि सर्वोत्तम कार्यपद्धतींची देवाणघेवाण करण्यासाठी ही परस्परांकडून शिकण्यावर आधारित वेबिनार मालिका सुरू करण्यात आली आहे. अशा व्यासपीठांमुळे स्वच्छतेवरील चर्चा केवळ पारंपरिक विषयांपुरती मर्यादित न राहता प्लास्टिक कचरा व्यवस्थापन आणि चक्रीय अर्थव्यवस्थेला प्रोत्साहन देण्यासारख्या व्यापक विषयांपर्यंत पोहोचते.

वैयक्तिक संवादापासून समुदाय संघटनाकडे होणारा प्रवास हा लोकांच्या वर्तनात बदल घडवून आणण्याच्या प्रक्रियेतील महत्त्वाचा टप्पा आहे. 'एसबीएम' अंतर्गत लोकांच्या सामाजिक वर्तनात बदल घडवून आणण्यासाठी राबवण्यात येणाऱ्या सामाजिक आणि वर्तन बदल संदेशवहन (एसबीसीसी –

सोशल अँड बिहेवियर चेंज कम्युनिकेशन) उपक्रमासाठी हा प्रवास अत्यंत महत्त्वाचा आहे. एखादा संदेश व्यक्तीपर्यंत पोहोचला तरी संवाद संपत नाही. लोक त्या संदेशावर चर्चा करतात, तो आपल्या स्थानिक परिस्थितीशी जोडून समजून घेतात आणि सामूहिक कृतीत सहभागी होतात, तेव्हा त्या संदेशाचा प्रभाव अधिक वाढतो. अशाप्रकारे, लोकांचा सहभाग हाच प्रभावी संवादाचे माध्यम बनतो.



'एसबीसीसी'मध्ये मान्यवरांचा (सेलिब्रिटी) सहभाग आणि लोकप्रिय संस्कृतीचा वापर

Image 1: Celebrity Endorsements to promote toilet usage

'स्वच्छ भारत' मोहिमेने आपल्या 'एसबीसीसी' प्रयत्नांना बळकटी देण्यासाठी सेलिब्रिटींच्या लोकप्रियतेचाही वापर केला. 2016 मध्ये अमिताभ बच्चन आणि सचिन तेंडुलकर हे 'एसबीएम-जी'

(स्वच्छ भारत मिशन-ग्रामीण)च्या राष्ट्रीय दृकश्राव्य मोहिमांमध्ये सहभागी झाले होते. या मोहिमा संवाद अधिक लोककेंद्रित करण्यासोबतच वर्तनातील बदल आणि नागरिकांच्या सहभागाला प्रोत्साहन देण्यासाठी तयार करण्यात आल्या होत्या. अमिताभ बच्चन आणि सचिन तेंडुलकर यांनी स्वच्छतेच्या विविध कार्यक्रमांमध्ये सहभागी होऊन स्वच्छतेसाठी कार्य करणाऱ्या स्थानिक कार्यकर्त्यांचा आणि स्वच्छता दूतांचा उत्साह वाढवला. अमिताभ बच्चन यांनी 2017 मध्ये 'दरवाजा बंद' या मोहिमेचे नेतृत्व केले. शौचालय उपलब्ध असूनही उघड्यावर शौचास जाणाऱ्या लोकांना शौचालयाचा वापर करण्यास प्रवृत्त करणे, हा या मोहिमेचा मुख्य उद्देश होता. या मोहिमेत अभिनेत्री अनुष्का शर्मा यांनीही सहभाग घेतला. त्यांनी महिलांना आपल्या गावांमध्ये स्वच्छतेची जबाबदारी स्वीकारून त्याचे नेतृत्व करण्याचे आवाहन केले. या मोहिमेच्या माध्यमातून 'स्वच्छताग्रहीं'कडून स्थानिक पातळीवर राबवण्यात येणाऱ्या 'आयईसी' (माहिती, शिक्षण आणि संदेशवहन) उपक्रमांना आणि वैयक्तिक संवादाला व्यापक प्रसारमाध्यमांच्या माध्यमातून बळ देण्यात आले.

चित्रपट हे देखील स्वच्छतेशी संबंधित सामाजिक चालीरीतींवर भाष्य करण्याचे माध्यम बनले. अक्षय कुमार आणि भूमी पेडणेकर यांचा अभिनय असलेला 'टॉयलेट - एक प्रेम कथा' हा चित्रपट, स्वच्छता आणि शौचालयाचा वापर या विषयाला मुख्य प्रवाहातील लोकप्रिय संस्कृतीत घेऊन आला. 2018 मध्ये, अक्षय कुमार आणि भूमी पेडणेकर यांनी 'एसबीएम-जी' च्या जोड-खड्डा (ट्विन-पिट) शौचालय तंत्रज्ञानाचा प्रचार करणाऱ्या मोहिमेत काम केले. हा चित्रपट राज्य आणि जिल्हा स्तरावरील 'एसबीएम-जी' पथकांमार्फत गावांमध्ये विनामूल्य आणि गैर-व्यावसायिक प्रदर्शनासाठी उपलब्ध करून देण्यात आला होता. शौचालयातील खड्डे रिकामे करण्याबाबत असलेले सामाजिक गैरसमज दूर करणे आणि शौचालयाचा नियमित वापर वाढवणे, या उद्देशाने मोहिमेने सेलिब्रिटींच्या प्रभावाचा प्रभावीपणे वापर केला. विद्या बालान यांनी "जहाँ सोच, वहाँ शौचालय" ही घोषणा प्रसारित करणाऱ्या चित्रफितीमध्ये काम केले. यात शौचालयाच्या वापरातून मिळणाऱ्या आरोग्यविषयक फायद्यांवर भर देण्यात आला होता. तसेच ग्रामीण कुटुंबांमध्ये महिलांच्या नेतृत्वाखालील शौचालय निर्माण उपक्रमांना प्रोत्साहन देण्यात आले. अशाप्रकारे, लोकप्रिय माध्यमे ही 'एसबीसीसी' (सोशल अँड बिहेवियर चेंज

कम्युनिकेशन)साठी प्रभावी माध्यम ठरली. त्यामुळे स्वच्छतेचे संदेश सरकारी मोहिमांपुरते मर्यादित न राहता दूरचित्रवाणी, चित्रपट आणि सार्वजनिक चर्चेपर्यंत पोहोचले.

महिला आणि बालके : स्वच्छतेच्या बदलाचे शिल्पकार आणि लाभार्थी

स्वच्छतेमुळे दैनंदिन जीवनात अनेक सकारात्मक बदल घडू शकतात आणि लोकांना सहभागी होण्याच्या नव्या संधी मिळू शकतात. महिलांच्या बाबतीत सुरक्षितता, सोय आणि आत्मसन्मान हे या बदलाचे महत्त्वाचे पैलू आहेत. स्वच्छतेच्या सुविधांमुळे महिलांचे दैनंदिन जीवन अधिक सुरक्षित आणि सोयीचे झाले आहे. त्याचे प्रतिबिंब महिलांच्या जीवनातही दिसून येते. जलशक्ती मंत्रालयाच्या सहकार्याने करण्यात आलेल्या एका अभ्यासात ९३ टक्के महिलांनी सांगितले की, शौचासाठी बाहेर जाताना कुणी इजा करेल किंवा प्राण्यांचा हल्ला होईल, अशी भीती आता वाटत नाही. ९१ टक्के महिलांनी सांगितले की, त्यांचा एका तासापर्यंतचा वेळ वाचतो आणि एक किलोमीटरपर्यंतची पायपीट कमी झाली आहे. तसेच, ९३ टक्के महिलांनी सांगितले की, शौचासाठी बाहेर जावे लागू नये म्हणून आता त्यांना अन्न किंवा पाण्याचे प्रमाण कमी करण्याची गरज भासत नाही.

विशेष म्हणजे, बिहारमध्ये लोकांनी शौचालयांना 'इज्जतघर' असे म्हणायला सुरुवात केली आहे. यातून शौचालयाचा महिलांच्या सन्मानाशी असलेला संबंध स्पष्ट होतो. अशाप्रकारे, शौचालयांच्या उभारणीमुळे महिलांच्या जीवनातील एक महत्त्वाचा सामाजिक प्रश्न दूर करण्यास मदत झाली आहे. त्यातून महिलांच्या आर्थिक आणि सामाजिक सक्षमीकरणालाही चालना मिळत आहे. महिलांनी समुदायाचा एक महत्त्वाचा घटक म्हणून स्वच्छता उपक्रमांमध्ये योगदान दिले आहे. महिला बचत गट आणि 'एसएचजी' (स्वयं सहाय्यता गट) हे स्वच्छतेविषयी संवाद साधणाऱ्या सामुदायिक जाळ्यांचा महत्त्वाचा भाग आहेत. त्यामुळे स्वच्छतेविषयीचा संवाद समाजातील आधीपासून अस्तित्वात असलेल्या संस्था आणि गटांशी जोडला जातो.

Image 1: Schools educating children about Swachhata

बालकांच्या माध्यमातून स्वच्छतेच्या चांगल्या सवयी घराघरांत पोहोचू शकतात. शाळांमध्ये स्वच्छतेच्या सवयींबाबत मुलांना माहिती दिली जाते, त्याचे प्रात्यक्षिक करून दाखवले जाते आणि या सवयी नियमितपणे अंगीकारण्यासाठी त्यांना प्रोत्साहन दिले जाते. 'एसबीएम'मध्ये विद्यार्थ्यांना केवळ सहभागी म्हणून नव्हे, तर स्वच्छतेच्या बदलाचे दूत म्हणून पाहिले जाते. विद्यार्थ्यांमध्ये स्वच्छतेविषयी जागरूकता निर्माण करण्यासाठी 'एसबीएम'ने शाळांमध्ये विविध उपक्रम राबवले आहेत. यामध्ये अभ्यासक्रमात स्वच्छतेचा समावेश, जनजागृती मोहिमा, श्रमदान, मोबाईल व्हॅनद्वारे शिक्षण आणि कचरा व्यवस्थापन केंद्रांना भेटी यांचा समावेश आहे. मुलांना शिकवतानाच त्यांचा सहभाग आणि मनोरंजन यांचा मेळ साधणाऱ्या विविध माध्यमांतून स्वच्छतेचे संदेश त्यांच्यापर्यंत पोहोचवले जात आहेत. यामध्ये शैक्षणिक चित्रफिती, फ्लिपचार्ट आणि लहान गटांमध्ये उपक्रम घेण्यासाठी आवश्यक साहित्याचा समावेश आहे. स्वच्छतेचे संदेश अधिक प्रभावीपणे पोहोचवण्यासाठी बाहुल्यांचे खेळ, जादूचे प्रयोग, नाटक आणि पथनाट्य अशा स्थानिक आणि पारंपरिक माध्यमांचाही वापर केला जातो. महिला आणि बालके स्वच्छतेतील वर्तन बदलाचे दोन महत्त्वाचे भाग आहेत. स्वच्छतेच्या चांगल्या सुविधांचा फायदा त्यांना स्वतःला होतो आणि त्याचबरोबर कुटुंब, शाळा आणि समाजात स्वच्छतेच्या चांगल्या सवयी रुजवण्यातही त्यांचे योगदान असते. महिला गटांमुळे समाजातील परस्पर संबंध आणि सहकार्याचे जाळे मजबूत होते, तर मुले स्वच्छतेचे संदेश घराघरांत आणि रोजच्या संवादातून पोहोचवतात. यामुळे स्वच्छता केवळ पायाभूत सुविधा उभारण्यापुरती किंवा वैयक्तिक सवयीपुरती मर्यादित राहत नाही. ती पुढील पिढ्यांपर्यंत टिकणारी सामूहिक सवय आणि सामुदायिक वर्तन बनते.

पुरस्कार आणि सन्मानांद्वारे अपेक्षित स्वच्छता वर्तनाला प्रोत्साहन देणे

स्वच्छता टिकवून ठेवण्यासाठी केवळ सुरुवातीची जागरूकता आणि संघटन करण्यापलीकडे जाऊन लोकसहभागाला निरंतर प्रोत्साहन देणे आवश्यक असते. स्वच्छ भारत अभियान (एसबीएम) दृष्टिकोनामध्ये प्रमाणीकरण, मान्यता, प्रोत्साहन आणि सामुदायिक प्रेरणा यांचा समावेश आहे. या यंत्रणा सहभाग टिकवून ठेवण्यासाठी आणि अपेक्षित स्वच्छता पद्धतींचा अवलंब सुरू ठेवण्यासाठी प्रोत्साहन देण्यास मदत करतात.

शहरे आणि गावांना दिली जाणारी प्रमाणपत्रे प्रमाणीकरण स्वच्छता आणि साफसफाईच्या परिणामांसाठी मोजता येण्याजोगे निकष निश्चित करतात. स्वच्छ भारत अभियानांतर्गत, हागणदारी मुक्त (ओडीएफ), ओडीएफ+, ओडीएफ++, वॉटर+ आणि स्टार रेटिंग या प्रोटोकॉल द्वारे नागरिकांच्या सहभागासह स्वच्छतेच्या परिणामांचे प्रमाणबद्ध निकष निश्चित करण्यास मदत झाली आहे. ओडीएफ प्रोटोकॉलचा उद्देश सर्व नागरिकांना शौचालयांची सुविधा उपलब्ध असण्याची खात्री करणे हा आहे. ओडीएफ+ अंतर्गत कार्यक्षम आणि वापरण्यायोग्य सामुदायिक तसेच सार्वजनिक शौचालयांवर भर दिला जातो. त्यांच्या योग्य संचालन आणि देखभालीमुळे शौचालयांचा सतत वापर होईल याची खात्री होते आणि उघड्यावर शौचास बसण्याकडे असणारा कल प्रतिबंधित होतो. ओडीएफ++ अंतर्गत मानवी विष्ठेपासून तयार होणाऱ्या गाळाचे सुरक्षित साठवण, विल्हेवाट, वाहतूक आणि प्रक्रियांवर भर दिला जातो. प्रक्रिया न केलेला गाळ उघड्या गटारांमध्ये, जलाशयांमध्ये किंवा शेतात जाण्यापासून रोखण्याचा याचा प्रयत्न असतो. वॉटर+ हे प्रक्रिया न केलेल्या काळ्या आणि राखाडी सांडपाण्यावर लक्ष केंद्रित करते. तसेच प्रक्रिया केलेल्या सांडपाण्याच्या काही भागाच्या पुनर्वापरालाही प्रोत्साहन देते. घनकचरा व्यवस्थापनासाठी, 'कचरामुक्त शहरांसाठी स्टार रेटिंग प्रोटोकॉल' शहराच्या कचरा व्यवस्थापन स्थितीचे मूल्यांकन करण्यासाठी एकच मापदंड प्रदान करतो. त्याच्या मापदंडांमध्ये घरोघरी जाऊन कचरा गोळा करणे आणि स्रोतानुसार त्याचे वर्गीकरण करणे यांचा समावेश आहे. त्यात कचऱ्यावर शास्त्रीय प्रक्रिया करणे आणि जुन्या कचराभूमींचे पुनर्वसन करणे यांचाही समावेश आहे. एकत्रितपणे, हे प्रोटोकॉल असे मापदंड तयार करतात ज्यांच्या आधारे स्वच्छतेच्या परिणामांचे मूल्यांकन केले जाऊ शकते.

सकारात्मक वर्तनाला समाजासमोर उजागर करून त्याच्या प्रसाराला प्रोत्साहन देण्याचे काम केले जाऊ शकते. स्वच्छ भारत अभियानांतर्गत सर्वोत्तम कामगिरी करणारे कामगार, सहकारी नेते आणि स्थानिक स्तरावरील स्वच्छता चळवळीतील योगदानकर्ते यांचा सरकारकडून प्रशस्तीपत्र देऊन पुरस्कृत केले जाते आणि त्यांचा सत्कार केला जातो. अशा सन्मानामुळे इतरांना अनुकरण करण्यासाठी प्रेरणादायी उदाहरणे निर्माण होतात. त्यामुळे हा दृष्टिकोन वैयक्तिक योगदानाला सामूहिक ओळख आणि सामुदायिक सहभागाशी जोडतो.

Image 1: A winner of "Give Polythene Get Gold" campaign

चित्र 9 : "**पॉलिथिन द्या, सोने मिळवा**" **मोहिमेचा एक विजेता**

स्थानिक स्वच्छता आणि कचरा व्यवस्थापनाच्या विशिष्ट आव्हानांनुसार प्रोत्साहपर उपक्रम देखील राबवता येतात. जम्मू आणि काश्मीरमधील पंचायत हलका हिलर येथील अशाच एका उदाहरणाची नोंद 'स्वच्छता क्रॉनिकल्स'मध्ये करण्यात आली आहे. या उपक्रमाने समुदायांना प्लास्टिक कचरा गोळा करण्यास प्रोत्साहित करण्यासाठी "पॉलिथिन द्या, सोने मिळवा" ही योजना सुरू केली. स्थानिक परिसर पॉलिथिन कचऱ्यापासून मुक्त करण्याच्या उद्देशाने चालवलेल्या या मोहिमेला तरुण आणि महिलांनी पाठिंबा दिला. गोळा केलेल्या प्लास्टिक कचऱ्याच्या विशिष्ट प्रमाणामागे दोन सोन्याची नाणी दिली जात होती. या उपक्रमात जनजागृती, सामुदायिक सहभाग आणि कृतीला प्रोत्साहन देण्यासाठी एक बक्षीस यांचा समावेश होता. या मोहिमेत कुटुंबांसाठी कापडी पिशव्यांचे वाटप आणि सामुदायिक श्रमदान मोहिमांचाही समावेश होता.

अशाप्रकारे, स्वच्छतेला चालना देणारी प्रोत्साहन व्यवस्था अनेक स्तरांवर काम करते. नियमावली मानके स्थापित करते, सकारात्मक प्रोत्साहनामुळे अपेक्षित कृती करण्यासाठी प्रवृत्त केले जाते, गौरवाच्या माध्यमातून सातत्यपूर्ण सहभागाची दखल घेतली जाते आणि समुदायासाठी प्रोत्साहनपर उपक्रमामुळे स्थानिक पातळीवर स्वच्छतेबाबतची मालकी भावना निर्माण होण्यास मदत होते. या सर्व माध्यमांमुळे स्वच्छता ही केवळ मोहिमेपूर्ती मर्यादित न राहता रोजच्या वर्तनाचा भाग बनण्यास मदत होते.

स्वच्छता कायम राखण्यासाठी वर्तणुकीचे निरीक्षण

स्वच्छता टिकवण्यासाठी अशा यंत्रणांची आवश्यकता असते, ज्या प्रगतीचे मूल्यांकन करू शकतील आणि यापुढे कृती आवश्यक असलेली क्षेत्रे ओळखू शकतील. त्यामुळे, निरीक्षण हे केवळ पायाभूत सुविधा मोजण्यापुरते मर्यादित राहत नाही. त्यातून नागरिक सहभाग, स्थानिक मूल्यांकन आणि सतत सुधारणा यांना देखील संधी मिळते.

स्वच्छ सर्वेक्षण हे जगातील सर्वात मोठे शहरी स्वच्छता सर्वेक्षण म्हणून उदयाला आले आहे. या सर्वेक्षणात स्वच्छता आणि साफसफाईशी संबंधित विविध निकषांच्या आधारे शहरे आणि राज्यांचे मूल्यांकन केले जाते. स्वच्छ भारत अभियान-शहरीअंतर्गत हे सर्वेक्षण एक महत्त्वाचे प्रशासकीय साधन म्हणूनही विकसित झाले आहे. स्वच्छ सर्वेक्षण शहरे आणि राज्यांमध्ये निरोगी स्पर्धेला प्रोत्साहन देऊन उत्प्रेरकाची भूमिका बजावते. यामुळे स्थानिक प्रशासनांना त्यांच्या स्वच्छतेची कामगिरी सुधारण्यासाठी प्रोत्साहन मिळते. या सर्वेक्षणातील नागरिकांचा सहभागही लक्षणीयरित्या वाढला आहे. 2016 मधील सर्वेक्षणाच्या पहिल्या फेरीत सुमारे एक लाख नागरिकांनी अभिप्राय दिला होता. 2021 मधील सर्वेक्षणाच्या सहाव्या फेरीत हा आकडा जवळपास पाच कोटी नागरिकांपर्यंत वाढला. त्यामुळे, हे सर्वेक्षण केवळ स्वच्छतेच्या परिणामांचे मूल्यांकन करणारे साधन राहिलेले नाही. नागरिक, स्थानिक स्वराज्य संस्था आणि स्वच्छता व्यवस्था यांच्यातील एक संरचित संवादाचे व्यासपीठ म्हणून त्याचे महत्त्व वाढले आहे. निर्माण करते.

सामुदायिक स्तरावरही वर्तणुकीतील बदल टिकवून ठेवण्यासाठी निरीक्षणाची भूमिका महत्त्वपूर्ण आहे. स्वच्छ भारत अभियान-ग्रामीणच्या (SBM-G) मार्गदर्शक तत्त्वांनुसार, गाव हागणदारीमुक्त घोषित झाल्यानंतरही निगरानी समित्या, सामुदायाचे नेते आणि पंचायत प्रतिनिधी यांच्याद्वारे सहभाग आणि देखरेख सुरू ठेवण्याची तरतूद आहे.

स्वच्छतेचा निरंतर प्रवास

स्वच्छ भारत अभियानाचा (SBM) प्रवास स्वच्छता पद्धती आणि संवाद पद्धती या दोन्हींमधील प्रगतीशील विकास दर्शवतो. सुरुवातीला जनजागृती करणे आणि घरगुती शौचालयांची मागणी निर्माण करण्यावर अभियानाचा भर होता. त्यानंतर शौचालयाच्या नियमित वापरास प्रोत्साहन देणे आणि

उघड्यावर शौच करण्याची प्रथा संपुष्टात आणण्याचे प्रयत्न करण्यात आले. ही उद्दिष्ट्ये साध्य झाल्यावर, हागणदारीमुक्त गाव हा दर्जा टिकवून ठेवणे तसेच घन आणि द्रव कचऱ्याचे व्यवस्थापन अधिक मजबूत करण्यावर लक्ष केंद्रित करण्यात आले. या प्राधान्यक्रमांसोबतच संवाद पद्धतीतही बदल झाला, जो जनजागृतीपासून अधिक सखोल सहभाग आणि सामूहिक सहभागाकडे वळला.

एकत्रितपणे, हे अनुभव माहितीपासून सहभागापर्यंत, सहभागापासून सक्रियतेपर्यंत आणि सक्रियतेपासून शाश्वत सामुदायिक मालकीपर्यंतचा एक सुसंगत प्रवास दर्शवतात. परिणामी, स्वच्छ भारत अभियानांतर्गत संवाद हा स्वच्छता व्यवस्थेचा एक अविभाज्य भाग बनला आहे, जो लोकांना पायाभूत सुविधा, संस्था आणि सामूहिक कृतीशी जोडतो. लोकांपर्यंत केवळ स्वच्छतेचा संदेश पोहोचवणे हे व्यापक उद्दिष्ट नाही, तर दैनंदिन सामुदायिक जीवनात रुजलेली एक शाश्वत प्रथा म्हणून तिचे पालनपोषण करणे हा त्या मागचा मुख्य हेतू आहे.

संदर्भ :

Ministry of Jal Shakti

https://swachhbharatmission.ddws.gov.in/

https://www.youtube.com/watch?v=5PUCdLSN0dY

https://sbmurban.org/swachh-bharat-mission-progress

https://sbm.gov.in/sbmgdashboard/statesdashboard.aspx

https://swachhbharatmission.ddws.gov.in/communication-material

https://www.pib.gov.in/newsite/printrelease.aspx?lang=1&reg=3&relid=163260

https://www.pib.gov.in/PressReleasePage.aspx?PRID=1533609&reg=48&lang=2

https://www.pib.gov.in/PressReleasePage.aspx?PRID=1533609&reg=48&lang=2

https://static.pib.gov.in/WriteReadData/specificdocs/documents/2021/sep/doc202191721.pdf

https://www.pib.gov.in/PressNoteDetails.aspx?NoteId=160036&ModuleId=3&reg=3&lang=1

https://swachhbharatmission.ddws.gov.in/sites/default/files/Technical-Notes/IEC_Manual_English.pdf

https://swachhbharatmission.ddws.gov.in/sites/default/files/Guidelines/SBMG-IEC-Guidelines.pdf

https://swachhbharatmission.ddws.gov.in/sites/default/files/Guidelines/Swachhagrahi_Guidelines_2018.pdf

https://swachhbharatmission.ddws.gov.in/sites/default/files/communication-material/Voices_of_Change_Sarpanches_at_the_Forefront.pdf

https://swachhbharatmission.ddws.gov.in/sites/default/files/communication-material/Swachhata-Chronicles-Transformative-Tales-from-India.pdf

https://swachhbharatmission.ddws.gov.in/sites/default/files/Technical-Notes/Voices-from-the-States-29-April-2023.pdf

https://swachhbharatmission.ddws.gov.in/sites/default/files/Studies-and-surveys/Safety-security-and-dignity-of-women.pdf

Ministry of Housing and Urban Affairs

https://sbmurban.org/

https://sbmurban.org/swachh-talk

https://sbmurban.org/storage/app/media/pdf/Swachh-Survekshan-2025-26-Toolkit.pdf

https://www.pib.gov.in/PressReleaseIframePage.aspx?PRID=1909611&reg=48&lang=2

https://www.pib.gov.in/PressReleasePage.aspx?PRID=1846448&reg=48&lang=2

https://sbmurban.org/storage/app/media/pdf/National-Behaviour-Change-Communication-Framework.pdf

Prime Minister's Office

https://archive.pib.gov.in/newsite/erelcontent.aspx?relid=178574

PIB Special Services Features

https://www.pib.gov.in/newsite/printrelease.aspx?relid=171247&reg=48&lang=2

United Nations

https://www.sbcguidance.org/understand/social-and-behaviour-change-communication

PIB Backgrounders

https://www.pib.gov.in/PressNoteDetails.aspx?NoteId=160036&ModuleId=3&reg=3&lang=2

पीडीएफ येथे पाहता येईल

नितीन फुल्लुके /राधिका अघोर /राजश्री आगाशे /आशुतोष सावे /श्रद्धा मुखेडकर/प्रिती मालंडकर