

अर्थलिप्सा के लिए नहीं अपितु मानव जाति के लिए नीति-व्यावहारिक अर्थव्यवस्था में “टहोका”¹

02

अध्याय

तर्कोंऽप्रतिष्ठः श्रुतयोविभिन्नानैको ऋषिर्ष्यस्य मतं प्रमाणम्।
केवल तर्कपूर्ण चिंतन को ही परम सत्य नहीं माना जा सकता,
क्योंकि यह भी पूर्वाग्रह से मुक्त नहीं है।

वास्तविक लोगों द्वारा लिए गए निर्णय पारंपरिक अर्थशास्त्र के सिद्धांतों के अव्यावहारिक मशीनी जानकारों से हटकर होते हैं। मानव व्यवहार के मनोविज्ञान तक पहुंचते हुए व्यवहारात्मक अर्थशास्त्र लोगों की अपेक्षित व्यवहार को प्रेरित करने की अंतर्दृष्टि लेकर चलता है। यह अध्याय इंगित करता है कि कैसे स्वच्छ भारत मिशन (एसबीएम) और बेटी बचाओ बेटी पढ़ाओ (बीबीबीपी) के अंतर्गत व्यावहारात्मक अंतर्दृष्टियों को सफलतापूर्वक उपयोग में लाया गया है। ऐसे अधिगम का प्रयोग करते हुए, इस अध्याय में सामाजिक परिवर्तन: (i) ‘बेटी बचाओ बेटी पढ़ाओ’ (बीबीबीपी) से लेकर ‘बेटी आपकी धनलक्ष्मी और विजय लक्ष्मी’ (बीएडीएलएवी) तक; (ii) स्वच्छ भारत से लेकर सुंदर भारत तक; (iii) “एलपीजी की सब्सिडी छोड़ो” से लेकर “सब्सिडी के बारे में विचार करो” तक और (iv) करों के अपवंचन से करों के अनुपालन तक, का उद्देश्य रखते हुए एक महत्वाकांक्षी एजेंडे पर प्रकाश डाला गया है। प्रथमतः, व्यवहारात्मक अर्थशास्त्र का एक मुख्य सिद्धांत यह है कि चूंकि लोगों का व्यवहार सामाजिक मानकों से काफी प्रभावित होता है अतः इन सामाजिक मानकों के प्रेरकों को समझाने से परिवर्तन लाने का सामर्थ्य प्राप्त किया जा सकता है। भारत में, जिस प्रकार सामाजिक एवं धार्मिक मान्यताओं की व्यवहार को प्रभावित करने में महत्वपूर्ण भूमिका है, उसी प्रकार व्यवहारात्मक अर्थशास्त्र बदलाव का एक मूल्यवान साधन प्रदान कर सकता है। इसलिए, सकारात्मक प्रभावोत्पादकों, विशेष रूप से ऐसे मित्रों/पड़ोसियों, जो ऐसे रोल मॉडलों का प्रतिनिधि स्वरूप हों, जिन्हें लोग पहचानते हों, के सहयोग से लाभकारी सामाजिक मानकों को प्रोत्साहित किया जा सकता है। द्वितीय, कोई भी विकल्प चुनते समय लोग अत्यधिक अक्रियता की स्थिति में होते हैं और वे उपलब्ध विकल्प पर ही चिपके रहना पसंद करते हैं। इस अक्रियता से पार पाने के लिए उपलब्ध विकल्प को बदलने के लगभग खर्चहीन कार्य द्वारा, लोगों की पसंद को प्रभावित किए बिना, अपेक्षित व्यवहार को प्रोत्साहित किया जा सकता है। तृतीय, चूंकि लोग पूर्ववर्ती क्रियाओं के अनुरूप व्यवहार करते हैं, अतः सफल पूर्ववर्ती क्रियाओं के बारंबार पुनर्बलन एवं अनुस्मरण से परिवर्तित व्यवहार को बनाए रखने में मदद मिलती है।

सरकारी नीतियों का प्रभाव मंडल

2.1 सरकारी नीति हमारे जीवन के सभी पहलुओं को प्रभावित करती है। सरकारी नीति लोगों से एक सामाजिक रूप से वांछनीय तरीके से कार्य कराने का प्रभाव रखती है, चाहे वह सुरक्षित ड्राइविंग हो, प्राकृतिक संसाधनों का संरक्षण हो, बालकों की शिक्षा हो, साथी नागरिकों के मानवाधिकारों का सम्मान हो या सेवानिवृत्ति के लिए बचत

करने की बात हो। कुछ नीतियां सही प्रोत्साहन के साथ सूक्ष्म प्रभाव रखती हैं जबकि कुछ वांछित व्यवहार को अनिवार्य और अवांछनीय व्यवहार को प्रतिबंधित करती हैं।

2.2 इसीलिए, व्यवहार को प्रभावित करने (या नियंत्रित करने) की शक्ति के आधार पर सरकारी नीतियों का प्रभाव मंडल श्रेणीकरण किया जा सकता है (चित्र 1)।

1. टहोका का अभिप्राय धीरे से ठेलना है।

इनमें सबसे ऊपर है- अहस्तक्षेप की नीति, यानी अपनी ओर से कुछ न किया जाए और व्यक्तियों/फर्मों को अपना रास्ता स्वयं निर्धारित करने दिया जाए। अहस्तक्षेप तब अच्छे तरीके से कार्य करता है जब बाजार अपने आप सामाजिक रूप से वांछनीय परिणाम प्राप्त करते हों। जब बाजार इसमें विफल रहते हैं तो अहस्तक्षेप विफल हो जाता है। उदाहरण के लिए, व्यक्ति/फर्मों एक मुक्त बाजार में जनसंख्या को नियंत्रित नहीं कर सकतीं। विनियम के रूप में सरकारी नीति लोगों को एक विशेष रूप से वांछित रीति से कार्य करने के लिए अधिदृष्ट करती है। इन दो चरम बिंदुओं के बीच वे नीतियां होती हैं जो उत्तम व्यवहार को

प्रोत्साहित करती हैं और अनुचित व्यवहार को हतोत्साहित करती हैं, जैसाकि नवीकरणीय ऊर्जा के लिए सब्सिडी और तंबाकू पर करों के मामले में होता है।

2.3 हाल ही में, व्यवहारात्मक अर्थशास्त्रियों ने एक नई श्रेणी की “टहोका” नीतियों की प्रभावोत्पादकता का पता लगाया है जो अहस्तक्षेप और प्रोत्साहन के मध्यवर्ती हैं। ऐसी नीतियां लोगों की पसंद को प्रभावित करने के लिए मानव मनोविज्ञान से अंतदृष्टि प्राप्त करती हैं। टहोका नीतियां सौम्य तरीके से लोगों को अपेक्षित व्यवहार की ओर ले जाती हैं और उसमें भी उनकी चुनाव की स्वतंत्रता को बनाए रखती हैं।

चित्र 1: न्यूनतम प्रभाव से निग्रह तक



2.4 एडम स्मिथ ने अपनी पुस्तक ‘थियरी ऑफ मॉरल सेंटिमेंट’ में उल्लेख किया है कि मानव पसंदों की एक व्यापक श्रृंखला हमारे मानसिक संसाधनों, यथा, संज्ञानात्मक योग्यता, ध्यान और प्रेरणा द्वारा प्रेरित और नियंत्रित होती है। व्यवहारात्मक अर्थशास्त्र मानव व्यवहार से प्राप्त इस अंतदृष्टि पर विश्वास करता है कि वास्तविक लोग सदैव मशीनी, तर्कबुद्ध और निष्पक्ष व्यक्तियों की तरह व्यवहार नहीं करते, जो शास्त्रीय (पारंपरिक) अर्थशास्त्र के सिद्धांतों का आधार तैयार करते हैं जिसे “आर्थिक मानव” (होमोइकोनोमिकस) (थेल्स, 2000) कहा जाता है। एक “आर्थिक मानव” (होमोइकोनोमिकस) के लिए, विकल्प-संरचना का कोई अर्थ नहीं होता क्योंकि इसे इष्टतम विकल्प का ही चयन करता है चाहे ऐसे विकल्प उसके सामने किसी भी तरीके से प्रस्तुत किए जाएं। तथापि, वास्तविक लोग विकल्प की संरचना के अनुसार प्रतिक्रिया करते हैं। उदाहरण के लिए, व्यक्तियों का एक बड़ा समूह उपलब्ध विकल्प का ही चुनाव करता है और अपने अंतर्भूत अधिमानों की उपेक्षा करता है। ऐसा इसलिए होता है क्योंकि व्यक्ति “स्थिरक-पूर्वाग्रह” नामक एक संज्ञानात्मक पूर्वाग्रह से ग्रस्त होते हैं, अर्थात्, जब एक बार उनके सम्मुख कोई उपलब्ध विकल्प रख दिया जाता है तो वे उसी पर ठहर जाते हैं (त्वर्सकी और काहनमेन, 1974)। स्थिरक पूर्वाग्रह, अन्य पूर्वाग्रहों के साथ मिलकर, जिनका विवरण इस अध्याय में आगे दिया गया है, लोगों के अंतर्भूत अधिमानों और उनके द्वारा अंततः चुने गए विकल्पों के बीच अंतरक स्थापित करता है।

2.5 चूंकि लोगों को जब कोई चुनाव करना हाता है तो वे जबरदस्त अक्रियता का शिकार हो जाते हैं, वे उपलब्ध विकल्प पर टिके रहने की प्रवृत्ति दर्शाते हैं (थेल्स एवं संस्टीन 2008; सैमसन 2014)। किसी नामांकन प्रपत्र पर इस उपलब्ध विकल्प को बदलने के लगभग खर्चहीन कार्य द्वारा लोगों की भलाई के लिए उनकी इस अक्रियता को लाभकारी बनाया जा सकता है। साथ-ही-साथ, इस प्रकार क पितृकतावाद लोगों के विकल्प चयन के अधिकार का संरक्षण करता है, क्योंकि विकल्प-संरचना किसी भी व्यक्ति को किसी योजना से निकलने (छोड़ने) का विकल्प चुनने की सुविधा प्रदान करती है। उदाहरण के लिए, अध्ययनों से पता चला है कि स्वास्थ्य देखरेख या सेवानिवृत्ति-बचत योजना में नामांकन दरों में नाटकीय ढंग से वृद्धि होती है यदि ऐसी योजना में शामिल होने के स्वैच्छिक नामांकन के विपरीत, उस योजना को इस तरह से डिजाइन किया जाए कि उसमें शामिल होने के साथ-साथ बाहर होने का विकल्प भी अंतर्निहित रूप में उपलब्ध हो।

2.6 अतएव, व्यवहारात्मक अर्थशास्त्र के ये सिद्धांत लोगों के अधिमानों तथा उनके द्वारा चुने जाने वाले विकल्पों के बीच के अंतर को पाटने का कार्य कर सकते हैं। सं- राज्य, इंग्लैंड और आस्ट्रेलिया आदि कई देशों की सरकारों ने सुविचारित नीति-निर्माण हेतु व्यवहारात्मक अंतदृष्टियों का उपयोग करने के लिए समर्पित एककों की स्थापना कर ली है। व्यवहारात्मक अर्थशास्त्र के सिद्धांतों का उपयोग करने के लिए विश्वभर में किए गए सुधारात्मक हस्तक्षेपों को तालिका 1 में प्रस्तुत किया गया है।

तालिका 1: नव प्रवर्तनवादी वैश्विक व्यवहार परिवर्तन संबंधी हस्तक्षेप

क्षेत्र	समस्या	हस्तक्षेप	प्रेक्षण
पेंशन नीति (सयुक्त राज्य अमरीका)	लोगों की प्रवृत्ति उपलब्ध विकल्पों को चुनने की होती है। जब किसी बचत योजना में गैर- नामांकन का ही विकल्प हो तो अधिकांश व्यक्ति चाहकर भी नामांकन नहीं करते।	कर्मचारी बचत योजनाओं में नामांकन के बॉक्स की जांच करने की बजाए नामांकन न कराने संबंधी बॉक्स की जांच करते हैं; यानी, उपलब्ध विकल्प नामांकन किए जाने का होना चाहिए।	स्वचालित नामांकन बचतों में 40% तक की वृद्धि कर सकता है (वेशियर एवं अन्य, 2005)।
कर अनुपालन (यू.के.)	लोग सामाजिक रूप से वांछनीय व्यवहार को बनाए रखने के लिए अनुस्मारक और सकारात्मक पुनर्बलन चाहते हैं।	लोगों को तरह-तरह के संदेश भेजे गए कि उनके द्वारा दिए गए करों से कैसे सार्वजनिक सेवाएं बेहतर होती हैं।	जिन लोगों पर अधिक कर बकाया थे उन्होंने कर चुकाने वाले संदेशों के प्रति सर्वाधिक प्रतिक्रिया प्रदर्शित की। निगरानी लागतों के बिना ही अनुपालन में वृद्धि हुई। (यू.के. कैबिनेट ऑफिस बिहेवियरल इनसाइट्स टीम, 2012)।
कृषि (अफ्रीका)	अक्रियता लोगों को समय-संवेदी निर्णय लेने में हीला-हवाली करने वाला बनाती है भले ही वे ऐसी हीला-हवाली के परिणामों से परिचित हो।	उर्वरक खरीदने में किसानों की हीला-हवाली (संभवतः शहर जाने के झंझटों के कारण) से निपटने के लिए सीजन की शुरूआत में ही उर्वरकों की होम डिलीवरी का प्रयास किया गया।	उर्वरकों का प्रयोग 70 प्रतिशत तक बढ़ गया (इयूफ्लो एवं अन्य, 2011)। जल्दी होम डिलीवरी से उर्वरकों का प्रयोग 70 प्रतिशत तक बढ़ गया। यह प्रभाव इतना ही प्रबल था जितना कि 50 प्रतिशत कीमत सब्सिडी कर पाती।
बचतें (फिलीपींस)	खर्च पर पर्याप्त स्व-नियंत्रण के अभाव में लोगों को अपेक्षा से कम बचत होती है।	लोगों को विशेष रूप से अभिकल्पित खाते उपलब्ध कराए गए जिन्होंने निधियों को तब तक नियंत्रित रखा जब तक कि स्वनिधिरित लक्ष्य पूरा नहीं हो गया।	लक्षित में से लगभग 30 प्रतिशत लोगों ने इस खाते को अपनाया। बचत शेष में एक वर्ष में 81 प्रतिशत तक वृद्धि हुई (अशरफ एवं अन्य, 2006)।
बचतें (बोलीविया, पेरु, फिलीपींस)	अक्रियता के कारण और सकारात्मक पुनर्बलन के अभाव के कारण लोगों को अपेक्षा से कम बचत होती है।	लोगों को उनके स्व-निर्धारित बचत लक्ष्यों के बारे में आवधिक एवं समयबद्ध अनुस्मारक भेजे गए।	अनुस्मारकों ने बचत की राशि में छह प्रतिशत तक की वृद्धि की (कार्लिनेट एवं अन्य 2010)।
शिक्षा (मेडागास्कर)	बहुत-से माता-पिता स्कूल में एक और वर्ष खर्च करने के लाभ को कमतर आंकते हैं। वे मानते हैं कि स्कूल भेजना तब तक बेकार है जब तक कि हाईस्कूल के माध्यम से ही बालक पूरी तरह से सक्षम न हो जाए। बहुत-से अपने बच्चों को स्कूल भेजने के कुछ ही वर्षों में स्कूल छोड़वा देते हैं जबकि वे उनकी शिक्षा का खर्च वहन कर सकते हैं।	इन माता-पिता को उनके जैसी पृष्ठभूमि वाले दूसरे बच्चों के द्वारा स्कूल में खर्च किए गए एक अन्य वर्ष के औसत आय-लाभों के बारे में बताया गया।	सूचना के प्रचार-प्रसार से बालकों के परीक्षण प्रप्तांकों में 0.37 मानक विचलनों तक की वृद्धि हुई, विशेष रूप से उन माता-पिता के लिए जिन्होंने शिक्षा के लाभों को कमतर करके आंका था (ग्युएन, 2008)।

2.7 हालांकि, व्यवहारात्मक अर्थशास्त्र नीति निर्माण के लिए कोई रामबाण नहीं है; इसकी शक्ति को पहचानने और तदनुसार परिप्रेक्ष्य प्रस्तुत करने की आवश्यकता होती है। टहोका लगाने की नीतियां प्रत्येक प्रोत्साहनमूलक और अधिदेशमूलक नीति का स्थान नहीं ले सकती और न ही ऐसा होना चाहिए। उदाहरण के लिए, ऐसी कोई नीति जो लोगों को केवल दूसरों पर हमला करने से रोकने के लिए टहोका लगाती हो, विफल हो जाएगी क्योंकि ऐसी स्थितियां एक कठोर आदेश का अथवा, कम से कम, केवल टहोका लगाने की बजाय जोर से ठेलने का

समर्थन करती है। हालांकि, लोक नीति के अधिकांश मुद्दों में टहोकों को आत्मसात् करने की अनुकूलता होती है, वास्तव में, बहुत-सी प्रोत्साहन एवं अधिदेश मूलक नीतियों को उनकी प्रभाविता बढ़ाने के लिए एक टहोके के साथ समूहबद्ध किया जा सकता है।

भारत में व्यवहारात्मक अंतर्दृष्टियों के सफल अनुप्रयोग

2.8 भारत में, प्रभाव मंडल की उत्पत्ति व्यवहार परिवर्तन के लिए निर्मित नीतियों का ही परिणाम है, जैसा कि चित्र 2 में दर्शाया गया है।

चित्र 2: भारत में प्रभाव स्पेक्ट्रम विस्तार की नीतियां

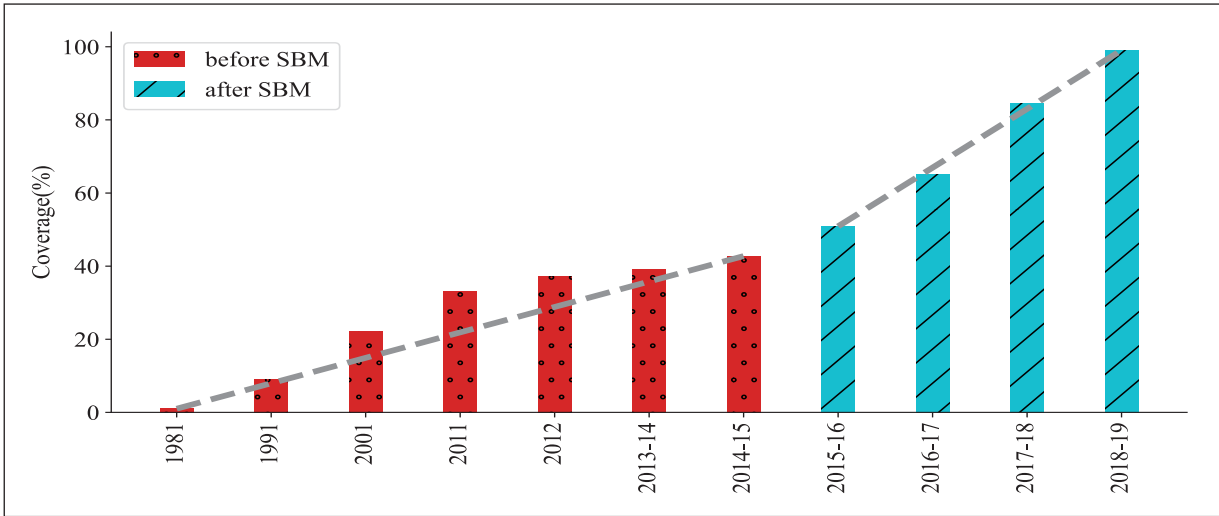
Policy	Level of influence			
	<i>Laissez faire</i>	Nudge	Incentivize	Mandate
Give It Up				
Aadhaar				
Jan DhanYojana				
Beti Bachao, Beti Padhao				
Swachh Bharat Mission				
Taxes on tobacco				
Compulsory voting in panchayat elections in some states				
Ban on alcohol in some states				

2.9 व्यवहारात्मक अर्थशास्त्र से प्राप्त अंतर्दृष्टियों का प्रयोग करने वाली बहुत-सी योजनाओं ने सफलता प्राप्त की है। इस संबंध में स्वच्छ भारत मिशन (एसबीएम) तथा बेटा बचाओ, बेटा पढ़ाओ (बीबीबीपी) का उल्लेख किया जा सकता है। व्यवहारात्मक अर्थशास्त्री लंबे समय से “सामाजिक मानकों” की शक्ति के बारे में बतलाते आए हैं क्योंकि अधिकांश लोग इन मानकों के अनुरूप व्यवहार करना चाहते हैं या करते हुए देखे जाते हैं (डोला एवं अन्य, 2010)। लोगों के खुले में शौच करने से रुकने की संभावना अधिक होगी यदि उनके पड़ोसी ऐसा न करें, अथवा वे अपनी बेटियों को अधिक महत्व देने लगेंगे यदि इसे एक सामाजिक मानक के रूप में प्रस्तुत किया जाए।

स्वच्छ भारत मिशन (एसबीएम)

2.10 स्वच्छ भारत मिशन (एसबीएम) को एक सार्वभौमिक स्वच्छता कार्यक्रम के रूप में अंगीकार कराने के उद्देश्य से इसकी शुरुआत 2 अक्टूबर, 2014 को की गई थी। स्वच्छता संबंधी सरोकारों को पूरा करने के लिए यह कोई पहला कार्यक्रम नहीं है। तथापि, स्वच्छ भारत मिशन से पूर्व सफलता की दरों में कोई नाटकीय परिवर्तन नहीं देखा गया, जैसाकि चित्र 3 से पता चलता है। स्वच्छ भारत मिशन ऐसा पहला कार्यक्रम है जो, यदि शौचालय निर्माण से अधिक नहीं तो उसके समान ही व्यवहार परिवर्तन पर जोर देता है। स्वच्छ भारत मिशन की शुरुआत के पांच वर्षों के भीतर सभी राज्यों में शौचालय तक पहुंच प्राप्त करने वाले परिवारों की संख्या बढ़कर

चित्र 3: स्वच्छ भारत मिशन के पूर्व और पश्चात् राष्ट्रीय स्वच्छता कवरेज



स्रोत: पेयजल एवं स्वच्छता मंत्रालय।

टिप्पणी : 1981-2011 का डाटा, जनगणना के अनुसार है।

लगभग 100% हो गई है।

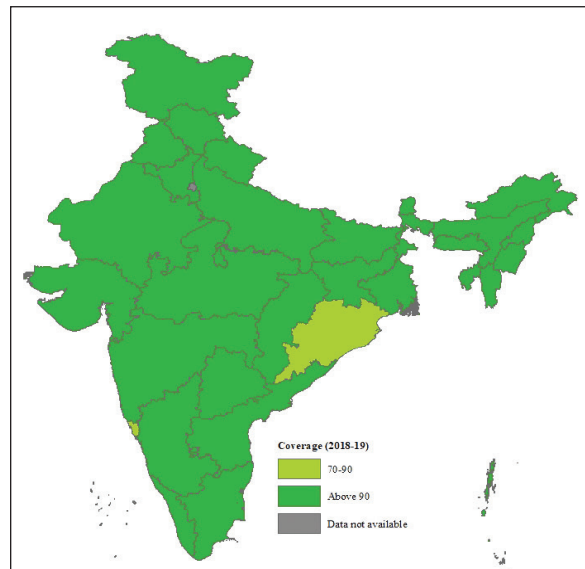
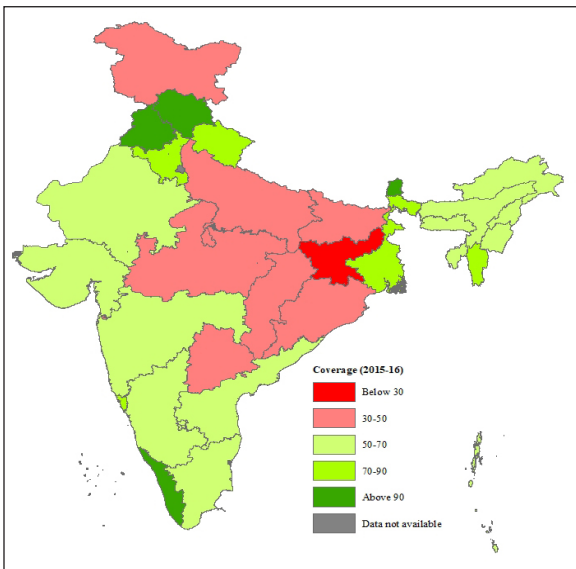
2.11 स्वच्छ भारत मिशन ने न केवल शौचालयों की व्यवस्था करने में बल्कि यह सुनिश्चित करने में भी सफलता हासिल की है कि इन शौचालयों का उपयोग भी किया जाए। राष्ट्रीय वार्षिक ग्रामीण स्वच्छता सर्वेक्षण (एनएआरएसएस) 2018-19 के माध्यम से स्वच्छ भारत मिशन के स्वतंत्र सत्यापन में पाया गया है कि 93.1 प्रतिशत ग्रामीण घरों में शौचालय उपलब्ध हैं, और ग्रामीण भारत में इनमें से 96.5 प्रतिशत परिवार शौचालयों का उपयोग

कर रहे हैं। इससे उन 90.7 प्रतिशत ग्रामों की खुले में शौच मुक्त (ओडीएफ) प्रास्थिति की ही फिर से पुष्टि होती है जिन्हें पूर्व में विभिन्न जिलों/राज्यों द्वारा खुले में शौच मुक्त घोषित एवं सत्यापित किया गया था। व्यक्तिगत घरेलू शौचालय (आईएचएचएल) वर्ष 2015-16 से लेकर वर्ष 2018-19 (चित्र 4) की रिपोर्ट और प्रत्येक राज्य के गांवों का प्रतिशत जिसे खुले में शौच मुक्त घोषित किया गया है, में राज्य-वार इस वृद्धि को दर्शाने वाले चार्ट से भी यह बात स्पष्ट है (चित्र 5)।

चित्र 4: व्यक्तिगत घरेलू शौचालय (आईएचएचएल) कवरेज

2015-16

2018-19

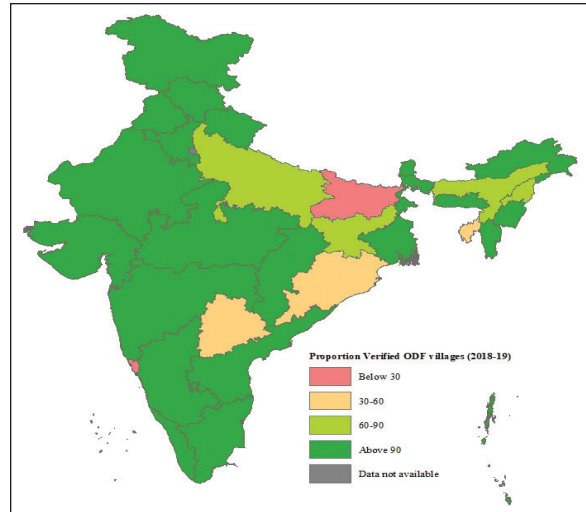
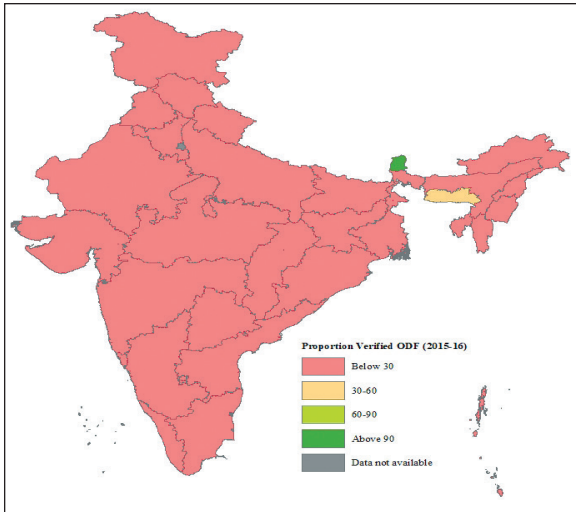


स्रोत: एमओडीडब्ल्यूएस

चित्र 5: सत्यापित खुले में शौच मुक्त ग्राम

2015-16

2018-19

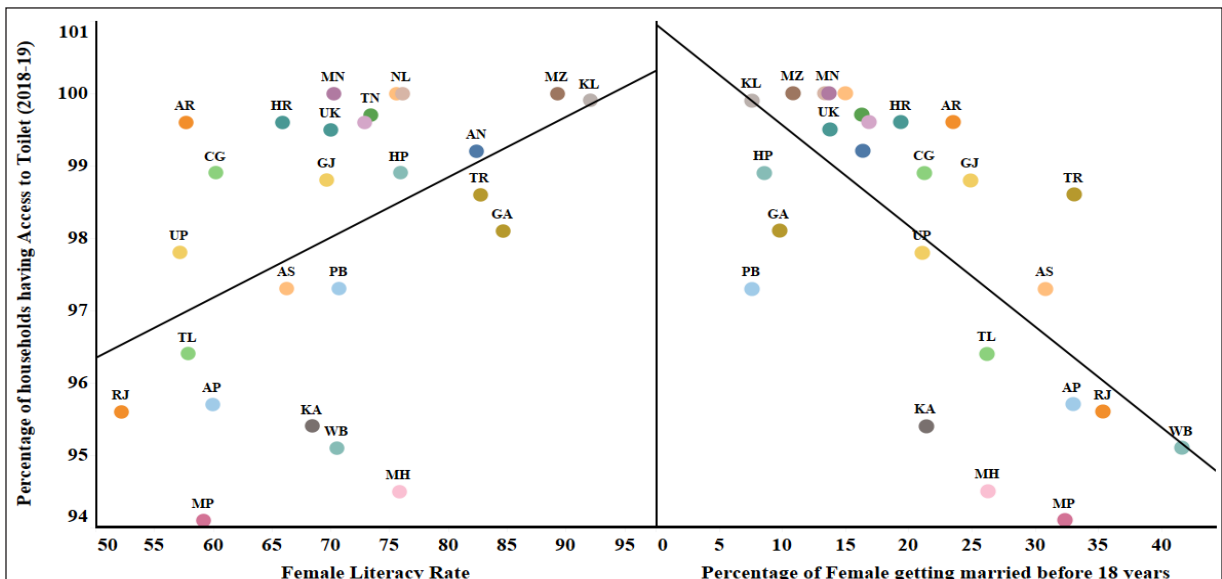


स्रोत: एमओडीडब्ल्यूएस

2.12 उपर्युक्त आंकड़े स्वच्छ भारत मिशन की अपार सफलता पर रोशनी डालते हैं। जैसा कि चित्र 2 में रेखांकित किया गया है, व्यवहारात्मक अर्थशास्त्र के सिद्धांत लागू किए गए थे। चित्र 6 से 8 तक में स्वच्छ भारत मिशन की सफलता में इन सिद्धांतों की भूमिका की जांच की गई है। महिला साक्षरता और लड़कियों की कम उम्र में शादी के मापक, जो कठोर सामाजिक प्रतिमानों के साथ सम्बद्ध होते हैं, और सभी राज्यों में शौचालयों की पहुंच और उपयोग से अति महत्वपूर्ण तरीके से यह संबंधित होते हैं। यह इस बात को दर्शाता है कि शौचालय अभिगम

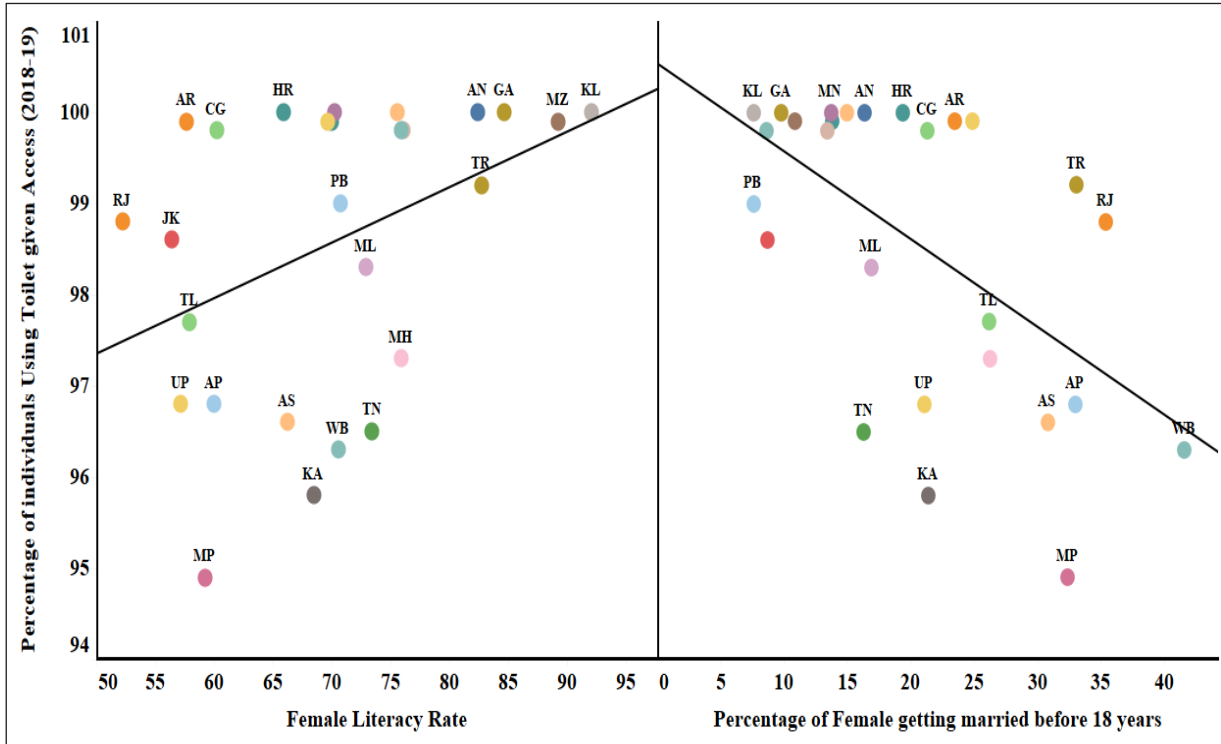
और इसके उपयोग को उसी उपयुक्त तरीके से व्यवहारिक प्रोत्साहन के साथ संवर्धित किया जा सकता है जो महिला साक्षरता दर को आगे बढ़ाने के साथ लड़कियों की कम उम्र में की जाने वाली शादियों को हतोत्साहित करेगा। इस मामले में, 'बेटी बचाओ बेटी पढ़ाओ' योजना, जिसे हम बालिकाओं को सशक्त बनाने के लिए लक्षित करते हैं, जबरदस्त तरीके से स्वच्छ भारत मिशन का पूरक है चूंकि इसके घटक लिंग सशक्तिकरण से संबंधित होते हैं इन्हें भी महत्वपूर्ण रूप में शौचालय अभिगम और उपयोग से सह-सम्बद्ध देखा जाता है इस परस्पर क्रिया का दोनों

चित्र 6: महिला साक्षरता और विवाह के समय महिला की आयु के साथ शौचालयों के उपयोग के मध्य सह-संबंध



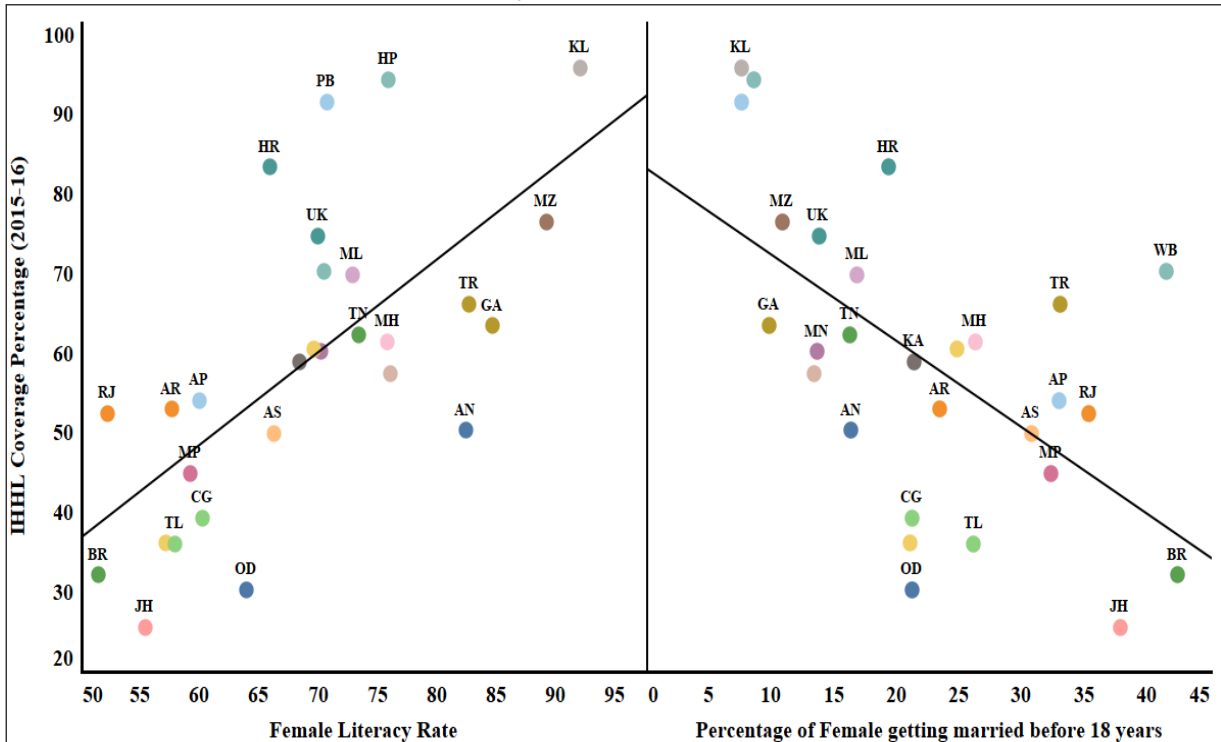
स्रोत: पेयजल और स्वच्छता मंत्रालय, जनगणना 2011, एनएफएचएस 2015-16

चित्र 7: महिला साक्षरता और विवाह के समय महिलाओं की आयु के संबंध में शौचालयों (उपलब्ध होने पर) के उपयोग के मध्य सह-संबंध



स्रोत: पेयजल और स्वच्छता मंत्रालय, जनगणना 2011, एनएफएचएस 2015-16

चित्र 8: महिला साक्षरता वाले व्यक्तिगत घरेलू शौचालयों की व्याप्तता और विवाह के समय महिला की आयु के बीच सह-संबंध।



स्रोत: पेयजल और स्वच्छता मंत्रालय, जनगणना 2011, एनएफएचएस 2015-16

बॉक्स 1: स्वच्छ भारत मिशन में व्यवहार संबंधी अंतर्दृष्टियों का उपयोग



राष्ट्रव्यापी स्वच्छता अभियान के रूप में, स्वच्छ भारत मिशन, का शुभारंभ 2 अक्टूबर, 2014 को किया गया था, जो भारत के सबसे सम्मानित “रोल मॉडल” महात्मा गांधी का जन्म दिन था। इस दिन का चयन उनके द्वारा प्रचारित मूल्यों का लाभ उठाने के लिए किया गया था और इस तरह एक स्वच्छ भारत के लिए “सत्याग्रह” की तर्ज पर एक जन आंदोलन खड़ा किया गया। स्वच्छ भारत मिशन के लिए प्रयुक्त किया गया प्रतीक, गांधी जी के आदर्शों की ओर प्रेरित करता है। व्यवहार अर्थशास्त्र विकल्प और निर्णयों को प्रभावित करने में संदर्भ की भूमिका पर जोर देता है, जिसे प्रभावी रूप से स्वच्छ भारत मिशन अभियान द्वारा अपनाया गया है।

शौचालयों के उपयोग में व्यवहारिक परिवर्तन प्रारम्भ करने के लिए, स्वच्छ भारत मिशन के “पैदल सिपाही” के तौर पर पांच लाख से अधिक स्वच्छाग्रहियों की भर्ती की गई थी; इनकी सत्याग्रहियों से समानता के साथ इस संदेश को बल देने का आशय है। जैसा कि प्रत्येक ग्राम में कम से कम एक स्वच्छाग्राही होता है, जो स्थानीय होते हैं; ये स्वच्छाग्राही परिवर्तन को प्रभावित करने के लिए अपने-अपने-ग्राम में सामाजिक सरोकार को बढ़ाने में सक्षम थे। ग्राम के लोग जिस व्यक्ति को अच्छी तरह जानते हैं, उसे सुनना और उसका अनुकरण करना चाहते हैं। इसी कारण से सरकार द्वारा नियुक्त स्वच्छाग्राही में बड़े पैमाने पर मीडिया अभियानों की तुलना में लोगों को प्रभावित करने में अधिक सक्षम होते हैं।

इसके अलावा, स्वच्छ भारत मिशन स्वच्छता पर समुदाय आधारित दृष्टिकोण पर निर्भर करता है। व्यवहार परिवर्तन तकनीकें, जैसे सहभागी ग्रामीण मूल्यांकन, समुदाय के नेतृत्व में सभी लोगों को एक साथ आने के लिए प्रेरित करते हैं, लोग अपने समुदाय में खुले में शौच जाने की प्रास्थिति का मूल्यांकन करते हैं और इस सिलसिले में कार्रवाई के आगामी चरण की योजना बनाते हैं। यह स्वच्छता को सरकार के दुर्बोध अभियान की अपेक्षा सामुदायिक स्तर का विषय बना देता है। इसलिए गैर-परम्परावादियों ने यह पाया कि उनके कार्य से उनके समाज को लाभ प्राप्त होगा। समाज से निकाले जाने का भय अथवा समाज से जुड़े रहने की इच्छा अथवा दोनों ही कारणों ने खुले में शौच जाने की परम्परा का त्याग कर दिया है।

स्वच्छ भारत मिशन एक अन्य व्यवहारिक अंतर्दृष्टि का उपयोग किया है जब लोगों को इन संदेशों की उपयोगिता समझ में आ जाती है तो लोग उन संदेशों को आत्मसात कर लेते हैं। स्वच्छता और रोगों के बारे में जानकारी बहुत कम लोगों को ही होती है; इसलिए यह स्वाभाविक है कि जो परिणामों को जाने बिना खुले में शौच का उपयोग करते हैं वे इस संदेश को आत्मसात करने में विफल रहते हैं कि खुले में शौच करने से हानिकारक प्रभाव पड़ सकते हैं। दूसरी ओर, लोगों से भावनात्मक अपील करते हुए, उदाहरण के लिए खुले में शौच करने के प्रति नकारात्मक दृष्टिकोण का भाव जगाना, परिवर्तन के प्रति लोगों को जागरूक करना, एक बेहतर अवसर होता है।

कई स्वच्छाग्रहियों ने संदेश दिया है कि खुले में शौच करना अपने मल का भक्षण करने जैसा है, क्योंकि मक्खियां खुले में किए गए मलत्याग पर बैठती हैं, उसके बाद वे हमारे भोजन पर भी बैठती हैं। खुले में शौच करने वालों के प्रति घृणास्पद भाव प्रकट करना या शर्मसार करने वाला बताना विवादास्पद रहा है। कुछ स्वच्छाग्रहियों ने खुले में शौच जाने को अपमानजनक माना है। यह बात ठीक तो हो सकती है, किन्तु यह भी मानना पड़ेगा कि भावनात्मक अनुक्रियाओं को दर्शाने वाले अभियान सपाट एवं दुर्बोध संदेशों की तुलना में अधिक प्रभावी होते हैं।

योजनाओं की प्रभावोत्पादकता में सुधार करने के लिए प्रभावी तरीके से उपयोग किया जा सकता है।

बेटी बचाओ, बेटी पढ़ाओ (बीबीबीपी)

2.13 जैसा कि सुविदित है, भारत के बाल लिंगानुपात में दशकों से लगातार गिरावट आ रही है। वर्ष 2001 से वर्ष 2011 की जनगणना के बीच, 29 राज्यों में से 21 राज्यों में बाल लिंगानुपात में गिरावट दर्ज की गई। इक्कीसवीं सदी के प्रथम दशक तक भारत में लिंगानुपात¹ की गिरावट में निरंतरता थी। तभी इस स्थिर गिरावट को रोकने के लिए बेटी बचाओ बेटी पढ़ाओ सहित कई कदम उठाए गए थे।

2.14 बाल लिंगानुपात में गिरावट के मुद्दे और बालिकाओं और महिलाओं के सशक्तिकरण से संबंधित मुद्दों के समाधान के लिए 22 जनवरी, 2015 को बेटी बचाओ बेटी पढ़ाओ योजना शुरू की गई थी। इस अभियान की शुरुआत पानीपत, हरियाणा से की गई थी, जहां पर 919 (2011 की जनगणना के अनुसार) के राष्ट्रीय औसत लिंगानुपात की तुलना में भारतीय राज्यों में सबसे खराब स्थिति थी जिसका अनुपात प्रति हजार 834 दर्ज किया गया था। बालिकाओं के विरुद्ध सामाजिक रूप से अंतर्निहित पूर्वाग्रह के विरुद्ध लड़ाई में पानीपत का चयन भी पानीपत में लड़ी गई 1526, 1556 और 1761

1 जन्म के समय लिंगानुपात (जीवित जन्मी बच्चियों की कुल संख्या / जीवित जन्मे बालकों की कुल संख्या) 1000

की ऐतिहासिक लड़ाईयों से सहबद्धता के माध्यम से भी प्रतीकात्मक रूप में किया गया था। जैसा कि हम बाद में प्रकाश डालेंगे, व्यवहार अर्थशास्त्र के सिद्धांतों में से एक सिद्धांत लोगों के “मानसिक मॉडल” से सुमेल करने के लिए संदेश के साथ सामंजस्य स्थापित करना होता है। हरियाणा में पानीपत के चयन द्वारा प्रग्रहित प्रतीकवाद से संगत मानसिक मॉडल का मिलान करने में महत्वपूर्ण रूप से सहयोग मिला है।

2.15 शुरुआत में योजना को वर्ष 2014-2015 में 100 जिलों में शुरू किया गया था और वर्ष 2015-16 में इस योजना का 61 अतिरिक्त जिलों में विस्तार किया गया। इस पहल को 8 मार्च, 2018 को झुंझनु, राजस्थान से देश के सभी जिलों में लागू किया गया। तारीख और स्थान का यह सुनिश्चित करने के लिए सावधानी से चयन किया गया था कि संदेश के पीछे प्रतीकवाद का संगत मानसिक मॉडल के साथ बेहतर तालमेल हुआ है। राजस्थान का इसलिए चयन किया गया था क्योंकि इस जिले में वर्ष 2011 में प्रति 1000 बालकों पर 888 बालिकाओं का अनुपात दर्ज किया गया था, और जिसने 34 प्वाइंट की वृद्धि करते हुए वर्ष 2017-18 में 1000 बालकों पर 922 बालिका संख्या दर्ज की गई, जो इस तथ्य को संसूचित करता है कि अच्छे प्रदर्शन को इनाम मिलते हैं। इसके अलावा, अंतर्राष्ट्रीय महिला दिवस को लिंग सशक्तिकरण

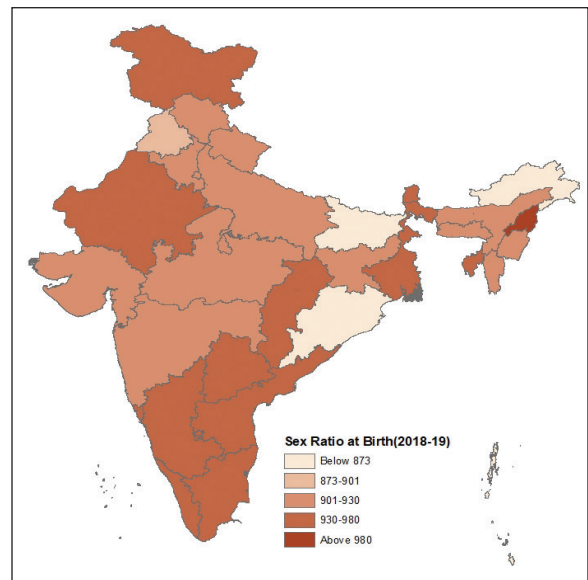
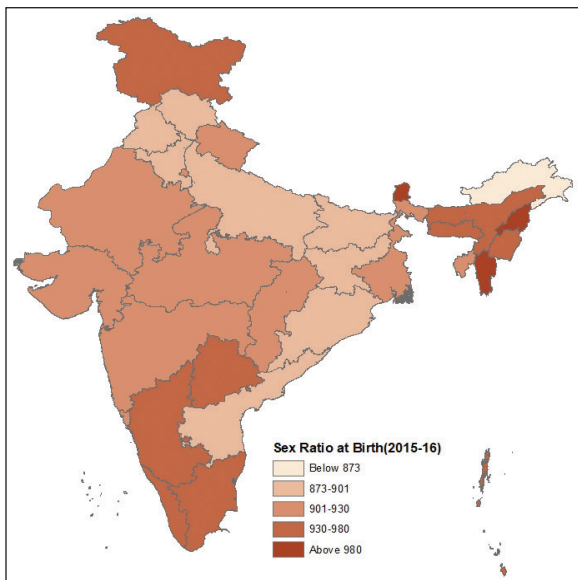
पर बल देने के लिए सामाजिक मानदंडों कि “लड़कियां मूल्यवान हैं”, को स्थापित करने के लिए, शुरू करने के लिए चुना गया था।

2.16 वस्तुतः बाल लिंगानुपात में सुधार के लिए किसी अकेली योजना को विशेषरूप से श्रेय देना कठिन होगा क्योंकि जागरूकता कार्यक्रमों से रातोंरात परिणाम प्राप्त नहीं होते। हालांकि, इन योजनाओं को शुरू करने का समय और मौजूदा सामाजिक मानदंडों में प्रभेद का बालिका बचाओ बालिका पढ़ाओ के प्रभाव के मूल्यांकन के लिए उपयोग किया जा सकता है। उत्तर-प्रदेश, मध्य प्रदेश, राजस्थान, छत्तीसगढ़, आंध्र प्रदेश और झारखंड जैसे बड़े राज्यों पर विचार करें, जिनमें वर्ष 2001 और वर्ष 2011 की जनगणनाओं के बीच बाल लिंगानुपात में गिरावट दर्ज की गई थी। वर्ष 2015-16 बेटी बचाओ बेटी पढ़ाओ की शुरुआत के समय इनमें जन्म के समय लिंगानुपात सबसे खराब था जैसा कि चित्र 9 में दर्शाया गया है लेकिन वर्ष 2018-19 तक इन सभी राज्यों ने वर्ष 2015-16 और वर्ष 2018-19 (चित्र 10) के बीच जन्म पर लिंगानुपात में वृद्धि दर्ज करते हुए अपनी प्रवृत्ति का उलट असर दिखाया। बेटी बचाओ बेटी पढ़ाओ योजना का बहुत खराब बाल लिंग अनुपात वाले बड़े राज्यों पर विशेष रूप से प्रभाव पड़ा है। ये वे राज्य हैं जहां वास्तव में इनके सामाजिक मानकों पर अत्यधिक फोकस की भी आवश्यकता थी।

चित्र 9: जन्म के समय लिंगानुपात

2015-16

2018-19



स्रोत: स्वास्थ्य प्रबन्धन सूचना प्रणाली (एचएमआईएस), स्वास्थ्य एवं परिवार कल्याण मंत्रालय से प्राप्त।
टिपणी: एसआरबी आंकड़े बीबीबीपी जिलों के औसत के आधार पर परिकल्पित है।

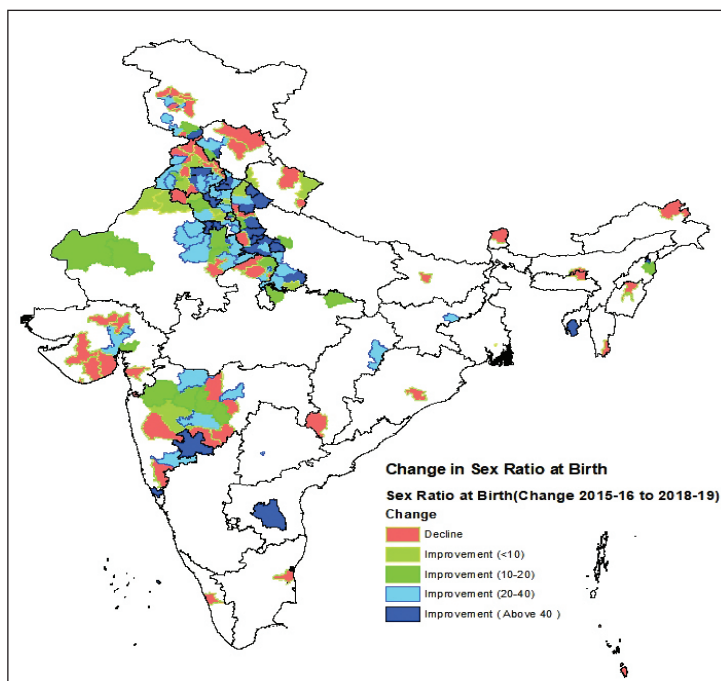
चित्र 10: वर्ष 2015-16 से 2018-19 तक जन्म के समय लिंगानुपात में सुधार वाले राज्य



स्रोत: स्वास्थ्य प्रबंधन सूचना प्रणाली (एचएमआईएस), स्वास्थ्य एवं परिवार कल्याण मंत्रालय से प्राप्त।

2.17 जिन 161 जिलों में बेटी बचाओ बेटी पढ़ाओ शुरू गया है। जन्म के समय लिंगानुपात 4 वर्ष के भीतर अर्थात में लागू किया गया था उसका प्रभाव चित्र 11 में दिखाया वर्ष 2015-16 से वर्ष 2018-19 तक 107 जिलों में

चित्र 11: 161 जिलों में बेटी बचाओ बेटी पढ़ाओ में वर्ष 2015-16 से वर्ष 2018-19 से जन्म के समय लिंगानुपात में परिवर्तन जन्म के समय लिंगानुपात में परिवर्तन



स्रोत: स्वास्थ्य प्रबंधन सूचना प्रणाली (एचएमआईएस), स्वास्थ्य एवं परिवार कल्याण मंत्रालय से निष्कर्षित

बॉक्स 2: बेटी बचाओ बेटी पढ़ाओ (बीबीबीपी) में “सामाजिक मानदंड” का प्रभावी उपयोग



बेटी बचाओ बेटी पढ़ाओ (बीबीबीपी) योजना की सफलता अपनी ‘सेल्फी विद डॉटर’ पहल में “सामाजिक आदर्श” पर अंतर्दृष्टि का एक शक्तिशाली उपयोग प्रदर्शित करती है। यह योजना भारत में बाल लिंगानुपात के एक अत्यधिक असंतुलन की समस्या के समाधान के लिए शुरू की गई थी। लोगों का बेटियों के प्रति सोच को बदलना आवश्यक था—लोगों को बेटियों को बोझ न मान कर उनकी उपस्थिति से खुशियां मनाने की आवश्यकता थी। सेल्फी अभियान ने देश भर के माता-पिता को उदाहरण पेश किया, जो वास्तव में ऐसा कर रहे थे। बेटियों का उत्सव जल्दी से एक मानक बन गया। अधिकांश लोग अनुरूप बनना चाहते थे, और अधिक से अधिक माता-पिता ने अपनी लड़कियों के साथ सेल्फी पोस्ट की। हरियाणा के एक गांव में एक गर्वित पिता ने यह स्कीम शुरू की है, अभियान वायरल हो गया: अभियान

की सफलता के दो घटक: पहला, लोगों को मानक से परिचित करना और दूसरा, ऐसे हजारों लोगों को बताना जो उन मानक के अनुरूप कार्य कर रहे थे। इस रणनीति से अन्य संज्ञात्मक पूर्वाग्रह की ओर संकेत मिलता है, जिसे विफलता पूर्वाग्रह कहते हैं (बॉमिस्टर और ब्रात्स्लावकी, 2001)। विफलता पूर्वाग्रह, सफलताओं की बजाय विफलताओं पर फोकस करने की प्रवृत्ति है और अधिकांशतः इसका कारण यह है कि विफलताएं अधिक स्पष्ट नजर आती हैं। ऐसा इसलिए है क्योंकि विफलताओं की ओर लोगों का ध्यान अधिक आकर्षित होता है, लोग सोचते हैं कि असफल होना सामान्य बात है या कम से कम विफलता वास्तव में अधिक मिलती है। अतः बेटी बचाओ बेटी पढ़ाओ (बीबीबीपी) के संदर्भ फोकस उन लोगों पर अवश्य ही होना चाहिए जो अपनी बेटियों के साथ उचित व्यवहार करते हैं; यह विफलता पूर्वाग्रह में सुधार लाता है और बेटियों के प्रति उचित व्यवहार के सामाजिक मानक को स्पष्टतया पक्षपातरहित बनाता है।

निःसंदेह बेटी बचाओ बेटी पढ़ाओ (बीबीबीपी) का कार्य अभी खत्म नहीं हुआ है क्योंकि सेल्फी पोस्ट करना रातों-रात रूढ़िवादी सोच को बदलने/या तोड़ने के बराबर नहीं है, किन्तु सामाजिक मानदंडों का लाभ उठाना निश्चित रूप से सही दिशा में उठाया गया एक कदम है।



बेहतर हुआ है। औसतन, 161 जिलों का लिंगानुपात वर्ष 2015-16 में 909 से बढ़कर 2018-19 में 919 हो गया।

स्पष्ट संदेश भेजने की शक्ति

2.18 स्वच्छ भारत मिशन (एसबीएम) और बेटी बचाओ बेटी पढ़ाओ जैसे कार्यक्रमों ने सामाजिक संदेश को सफलतापूर्वक फैलाया है। इन कार्यक्रमों के अलावा कई अन्य कार्यक्रमों ने इस शक्ति का उपयोग किया है। किसी

भी कार्यक्रम की सफलता सभी प्रमुख हितधारकों की भागीदारी के स्तर पर निर्भर करती है। सामाजिक और सांस्कृतिक पहचान रखने वाले नामों का उपयोग करने से कार्यक्रम के उद्देश्यों का एक स्पष्ट संदेश समाज में प्रसारित होता है—व्यावहारिक अर्थशास्त्र के सिद्धांतों में से एक सिद्धांत यह है कि संदेश को स्पष्ट और सरल एवं मानसिक मॉडल के साथ संरेखित करने की आवश्यकता है। यह हाल की विभिन्न परियोजनाओं के लिए उपयोग

तालिका 2: योजनाओं के लिए स्पष्ट संदेश का उपयोग

योजना का नाम	नाम का शाब्दिक अर्थ	योजना के उद्देश्य तथा प्रयुक्त सांस्कृतिक/सामाजिक पहलू
नमामि गंगे	नमामि गंगे का अर्थ है कि मैं गंगा से प्रार्थना करता हूँ क्योंकि हमारी संस्कृति में गंगा नदी का स्थान सर्वोच्च है	गंगा नदी को प्रदूषण मुक्त बनाना और नदी का पुनरुद्धार करना
पोषण अभियान	पोषण का अर्थ साकल्यवादी पोषण है।	भारत को वर्ष 2022 तक कुपोषण मुक्त सुनिश्चित करने के लिए बहुमंत्रालयी समाभिरूप मिशन
उज्ज्वला	उज्ज्वला का अर्थ 'चमकीला, स्पष्ट'	महिलाओं को स्वच्छ कुकिंग ईंधन-एलपीजी उपलब्ध कराते हुए उनके स्वास्थ्य की रक्षा करना
पीएम मुद्रा योजना	मुद्रा का अर्थ "करेंसी एवं सिक्कों" से है	गैर-कारपोरेट, गैर-कृषि लघु/मध्यम उद्यमों को रु. 10 लाख तक का ऋण उपलब्ध कराना
जनधन योजना	जनधन का अर्थ "लोगों के धन" से है	लोगों की वित्तीय सेवाओं तक पहुंच का विस्तार करने के लिए वित्तीय समावेश कार्यक्रम
आयुष्मान भारत	आयुष्मान का अर्थ "दीर्घायु" होने से है	अच्छी गुणवत्ता वाली स्वास्थ्य सेवाओं को सामान्य एवं किफायती दरों पर उपलब्ध कराना

किए गए नामों से स्पष्ट है, जिनमें से कुछ नीचे तालिका 2 में सारणीबद्ध हैं।

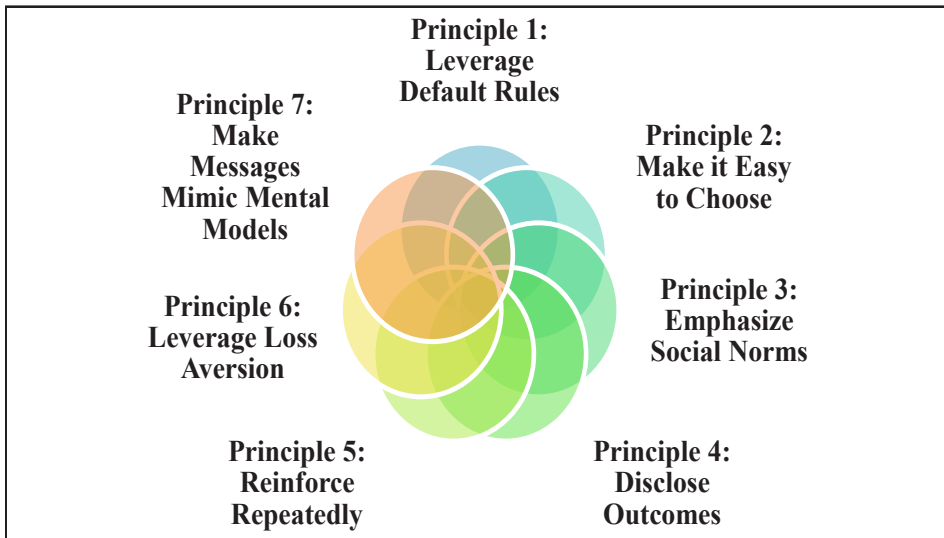
सार्वजनिक नीति के लिए व्यवहारात्मक अन्तर्दृष्टि को लागू करने के संबंध में सिद्धांत

2.19 यद्यपि विभिन्न भारतीय कार्यक्रमों में व्यवहारात्मक अर्थशास्त्र को लागू किया गया है, इसके बावजूद भारत में कार्यक्रमों की प्रभावोत्पादकता को बढ़ाने के लिए इन

अन्तर्दृष्टियों का लाभ उठाने हेतु अभी भी पर्याप्त गुंजाइश है। ऐसे अनुप्रयोगों को रेखांकित करने के लिए, चित्र 12 में व्यवहारात्मक अर्थशास्त्र के सात प्रमुख सिद्धांतों का वर्णन किया गया है कि सार्वजनिक नीति को अवश्य ही नियोजित किया जाना चाहिए।

2.20 संज्ञानात्मक पूर्वाग्रह एक ऐसा सिद्धांत है जिसके जरिए संज्ञानात्मक पूर्वाग्रह को कम करने के लिए लागू

चित्र 12: व्यवहारात्मक अर्थशास्त्र के सिद्धांत



किया जा सकता है और उसके प्रासांगिक अनुप्रयोगों को संक्षेप में नीचे तालिका 3 में प्रस्तुत किया गया है।

पथ प्रवर्तक बदलाव के लिए आकांक्षापूर्ण कार्य सूची

तालिका 3: संज्ञानात्मक पूर्वाग्रहों को दूर करने के लिए व्यवहारात्मक सिद्धांतों का उपयोग करना

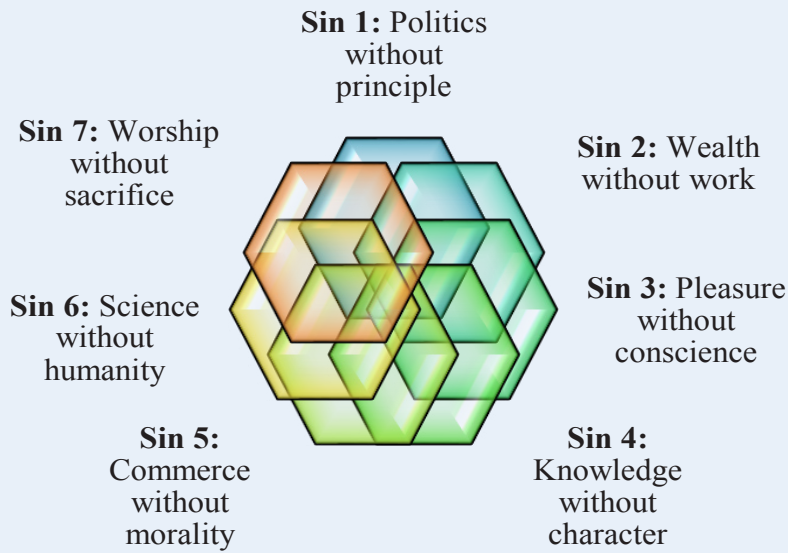
संज्ञानात्मक पूर्वाग्रह	व्यवहारात्मक पूर्वाग्रह	सभी कार्यक्रमों के लिए सामान्य अनुप्रयोग
स्थिरक पूर्वाग्रह	सिद्धांत 1: वर्तमान नियमों (डिफाल्ट रूल्स) का लाभ उठाएं	<ul style="list-style-type: none"> * सही वर्तमान को चुनें; ऐसे चयन के जरिए कल्याण अधिकतम किया जाना चाहिए। * कल्याणकारी कार्यक्रमों, जैसे बीमा, सेवानिवृत्ति बचत, अंगदान इत्यादि के लिए सहज सुलभ विकल्प 'आप्ट इन' बनाएं * एड-ऑन सेवाओं का क्रय करने सब्सिडी के लिए नामांकन, इत्यादि हेतु सहज सुलभ विकल्प 'आप्ट-आउट' बनाएं
विफलता पूर्वाग्रह	सिद्धांत 2: चुनने में आसानी	<ul style="list-style-type: none"> * विकल्प कम और समझने योग्य होने चाहिए। * चुनने के लिए तार्किक और प्रशासनिक बाधाओं को कम करना * सूक्ष्म-प्रोत्साहन ऑफर करना
निमग्न लागत पूर्वाग्रह	सिद्धांत 3: सामाजिक मानदंडों पर जोर देना	<ul style="list-style-type: none"> * जो लोग वोट देते हैं, नियमित बचत करते हैं, समय पर कर इत्यादि जमा करते हैं—अर्थात् अच्छे व्यवहार करते हैं, की संख्या पर जोर देना। * जहां कहीं संभव हो, “विफलता पूर्वाग्रह” से बचने के लिए निंदकों/ नकारात्मक प्रभाव डालने वालों की महत्वहीन भूमिका को स्पष्ट करें। * प्रभावशाली लोगों पर फोकस करना जिनसे कि लोग अपने को जोड़ सकें; उदाहरण के तौर जो एक समान भूगोल या आयु समूह में सम्मिलित हों।
	सिद्धांत 4: परिणाम को उद्घाटित करना	<ul style="list-style-type: none"> * अच्छे व्यवहार के वास्तविक लाभों का खुलासा करें।
	सिद्धांत 5: बारंबार पुनर्बलन	<ul style="list-style-type: none"> * लोगों को उनके पिछले अच्छे व्यवहार के बारे में याद दिलाएं, उदाहरण के लिए वे निमग्न लागत गिरावट का उपयोग करने के लिए पिछले तीन महीने के दौरान नियमित रूप से बचत करते थे; लोग अपने पिछले व्यवहार, विशेषकर जब उनको उक्त के बारे में याद दिलाया जाता है, को जारी रखते हैं। * वांछित व्यवहार के लिए पूर्व-प्रति- बद्धता का पालन करें और यदि संभव हो, तो प्रतिबद्धता के अनुसार तत्काल कार्रवाई करें।
हानि विरति पूर्वाग्रह	सिद्धांत 6: हानि विरति का लाभ उठाना	<ul style="list-style-type: none"> * प्रत्याशित अच्छे व्यवहार करने के लिए प्रोत्साहन देना, इस चेतावनी के साथ कि भविष्य में अपेक्षा के अनुरूप व्यवहार नहीं पाए जाने पर प्रोत्साहन वापस ले लिया जाएगा।
त्रुटिपूर्ण मानसिक प्रतिमान एवं संतुष्टि पूर्वाग्रह	सिद्धांत 7: ऐसे संदेशों का सृजन करें जो मानसिक मॉडल के अनुरूप हो	<ul style="list-style-type: none"> * लोगों को नए प्रतीक नियम अपनाने के लिए प्रशिक्षित करें, उदाहरण के लिए डायरिया के दौरान तरल पदार्थ का सेवन बढ़ाने के लिए “फ्लूड्स आउट-फ्लूड्स इन” * ऐसे नियम बनाएं जो सुलभ, सरल और सहज हों।

2.21 भारत तथा अन्य जगहों पर व्यवहार संबंधी अंतर्दृष्टि का सफल अनुप्रयोग यह दर्शाता है कि नीतिगत प्रभाव को बढ़ाने के लिए कई अन्य कार्यक्रमों में कैसे उनकी शक्ति का उपयोग किया जा सकता है। इसी उद्देश्य को ध्यान में रखकर वर्तमान खंड पथ-प्रवर्तक बदलाव के लिए एक आकांक्षात्मक एजेंडा बनाने हेतु उपर्युक्त रेखांकित सिद्धांतों पर आधारित है। इस खंड में निम्नलिखित सम्मिलित हैं—

- (i) सामाजिक बुराईयों को दूर करने के लिए मौजूदा कार्यक्रमों में क्रांतिकारी बदलाव करने के लिए सुझाव।
- (ii) मौजूदा कार्यक्रमों में मौलिक रूप से सुधार लाने के तरीके।

बॉक्स 3: नागरिक @ 75 सात सामाजिक बुराइयों से बचने के लिए व्यवहारात्मक अर्थशास्त्र

किसी भी देश का भाग्य उस देश के नागरिकों द्वारा निर्धारित होता है। भारत @ 75 को 'न्यू इंडिया' के रूप में देखा गया है। जहां प्रत्येक व्यक्ति अपनी पूर्ण क्षमता की पहचान करते हुए अवसरों की तलाश करे ताकि अपनी हकदारी का दावा करने के बजाय अपना योगदान दे सके। भविष्य के भारत को नया रूप देने के लिए स्वतंत्रता के नए जज्बे को सभी गौण और मूलभूत समस्याओं से सीख लेने की आवश्यकता है। 22 अक्टूबर 1925 को *यंग इंडिया* में प्रकाशित महात्मा गांधी के 'सेवन सोशल सिन्स' संबंधी विचार सामाजिक और राजनीतिक परिस्थितियों में अहम भूमिका निभाते हैं और मानवीय व्यवहार में बदलाव ला सकते हैं।



गांधी जी का सोशिएल सिन्स	व्यवहारात्मक अर्थशास्त्र से संबंधित सिद्धांत	अनुप्रयोग
सिद्धांत के बिना राजनीति	उत्तोलन क्षति विरति	राजनीति में अपराधीकरण की बढ़ती घटनाएं, सरकारी कार्यालय के दुरुपयोग और प्रभावी शासन की कमी से राजनीति प्रक्रियाओं में भागीदारी के प्रति उदासीनता में वृद्धि हुई है। व्यवहारात्मक अर्थशास्त्र एवं लोक प्रशासन से पता चलता है कि नीति निर्माता और विधि निर्माता निर्णय लेने में नुकसान निवारण का दिखावा करते हैं अतः ऐसा प्रतीत होता है कि कठोर नीति निर्णय से अधिक लाभ नहीं होता है। नीति निर्माताओं के व्यवहारात्मक दूरदृष्टि का उपयोग क्षति निवारण के लिए करते हुए विद्यायिका के परिणामों को सुधारने और सिद्धांतवाही राजनीति का स्तर ऊपर उठाने के लिए कर सकते हैं। इससे राजनीति में लोगों की भागीदारी बढ़ेगी और प्रजातंत्र और मजबूत होगा।

<p>काम के बिना धन</p>	<p>परिणाम प्रकटन</p>	<p>“कर्म ही पूजा है” – भारतीय लोकाचार के आधार पर हमेशा से परिश्रम के फल की पूजा की जाती रही है। काम से लोगों की गरिमा और आत्मनिर्भरता में भी वृद्धि होती है।</p> <p>एक अधिकार के रूप में मुफ्त में चीजों को प्राप्त करने की धारणा को उत्पादक कार्य करके और राष्ट्रीय विकास में योगदान देकर समाज के प्रति अपने दायित्वों का निर्वहन करने की धारणा में बदलना होगा। व्यवहारात्मक अर्थशास्त्र के सिद्धांत यथा – एक तरफ अच्छे व्यवहार से प्राप्त लाभ को उजागर करें, वहीं दूसरी तरफ सामाजिक मानदंड पर जोर देते हुए खराब व्यवहार के दुष्परिणाम को दर्शाएं, से उत्पादकता और कर अनुपालन को बढ़ाने के लिए एक अंतर्दृष्टि प्राप्त होती है।</p>
<p>विवेक के बिना खुशी</p>	<p>डिफाल्ट नियमों से लाभ उठाना</p>	<p>जब कम योग्य लोग विकास कार्यक्रमों के लाभों का दावा करते हैं तो यह एक प्रकार से विवेक के बिना खुशी जैसा है अथवा यह एक ऐसा कार्य माना जाएगा जिसमें जिम्मेदारी की भावना का एहसास शून्य हो। लाभों का ऐसा दावा उनके अपेक्षाकृत दुर्भाग्यपूर्ण साथियों के कल्याण संबंधी चिंताओं की उपेक्षा करता है। निःस्वार्थ भाव से जीना, एक दूसरे के प्रति संवेदनशील होना, विचारशील होना और आदान-प्रदान सीखना-वर्तमान में हमारे लिये चुनौती है।</p> <p>डिफाल्ट नियमों का लाभ उठाने से संबंधित व्यावहारिक सिद्धांत जैसे सब्सिडी का लाभ छोड़ने के लिए “आप्ट आउट” जैसे विकल्प का चयन करने जैसे कदमों का नियोजित करके लोगों के आत्मविश्वास की भावना बनाए रखते हुए परोपकारिता के आचरण को बढ़ा सकते हैं। “गिव इट अप” अभियान से इस सिद्धांत का प्रभावपूर्ण उपयोग किया जा सकता है ताकि लोग देशहित में इस सिद्धांत को अपनाकर सभी प्रकार की सब्सिडियों को छोड़ने के लिए प्रोत्साहित हों।</p>
<p>चरित्र के बिना ज्ञान</p>	<p>मानसिक मॉडलों के साथ संदेशों का मिलान</p>	<p>वैश्वीकरण और सूचना विस्फोट होने के साथ ही इस सूचना के साथ अंतर्निहित नैतिक तत्व का अभाव होने के कारण समाज में सद्भाव और भाईचारे की भावना के खत्म होने का खतरा बढ़ गया है।</p> <p>लैंगिक आधार पर हिंसा, इंटरनेट ट्रोलिंग और किशोरों के बीच नशीली दवाओं के दुरुपयोग में वृद्धि से पता चलता है कि कैसे नासमझ लोग दुनिया भर के बारे में अधिक जागरूक होते हुए भी कार्यों और उक्त कार्यों के परिणामों के बारे में सचेत नहीं हैं।</p> <p>लोगों को अपने मानसिक मॉडलों के साथ मिलान करने के लिए प्रोत्साहित किया जा सकता है ताकि उन्हें एहसास हो सके कि इस तरह के पूर्वाग्रह मौजूद हैं और आत्म नियंत्रण, परोपकारिता, धैर्य और विश्वास जैसे साफ्ट स्किल संज्ञात्मक कौशल के रूप में महत्वपूर्ण हैं।</p>
<p>नैतिकता के बिना वाणिज्य</p>	<p>सामाजिक मानदंडों पर जोर</p>	<p>नैतिकता-नैतिक सिद्धांत हैं जो किसी व्यक्ति के कार्यों को नियंत्रित करते हैं और मानव व्यवहार के संबंध में सही और गलत तथा न्याय और अन्यायपूर्ण व्यवहार को दर्शाते हैं।</p> <p>ये नैतिकता सामाजिक एवं सांस्कृतिक मानदंडों और धार्मिक प्रथाओं द्वारा आकार लेती हैं।</p>

		<p>अपनी पंसद को आकार देने और वांछित व्यवहार प्राप्त करने के लिए मानवीय कार्यों को संचालित करने हेतु सामाजिक मानदंडों पर जोर देना एक प्रभावशाली तरीका है।</p> <p>अच्छा व्यवहार करने वाले लोगों को प्रोत्साहित करके तथा नकारात्मक लोगों की महत्वहीन भूमिका को स्पष्ट करने से अनुरूपता बढ़ाने और अनैतिक सामाजिक व्यवहारों को रोकने में मदद मिल सकती है।</p> <p>कॉर्पोरेट कार्य मंत्रालय के राष्ट्रीय कॉर्पोरेट सामाजिक दायित्व पुरस्कार इस दिशा में एक सकारात्मक कदम हैं। इन पुरस्कारों के माध्यम से नैतिक व्यवहार को प्रोत्साहित किया जाता है और उन कंपनियों को सम्मानित किया जाता है, जिन्होंने व्यापार और समाज दोनों को सकारात्मक रूप से प्रभावित किया है।</p>
मानवता के बिना विज्ञान	विकल्प चयन को आसान बनाएं	<p>विज्ञान और प्रौद्योगिकी में मानव जीवन को सरल बनाने और उसे लाभान्वित करने की बहुत अधिक क्षमता है।</p> <p>इस वॉल्यूम के अध्याय 10 में कल्याणकारी कार्यक्रमों की प्रभावशीलता में सुधार करने के लिए प्रौद्योगिकी के एक अनुप्रयोग के विषय में बताया गया है।</p> <p>अध्याय 4 यह बताता है कि कैसे प्रौद्योगिकी का उपयोग करके डाटा की गोपनीयता के विधिक फ्रेमवर्क के भीतर डाटा का निर्माण लोकहित के रूप में किया जा सकता है।</p> <p>प्रौद्योगिकी “विकल्प चयन आसान बनाएं” के व्यवहारात्मक सिद्धांत का प्रयोग करके चीजों को समझने में आसान बना सकता है, प्रक्रियाओं की परतों को कम कर सकता है और वास्तविक लाभार्थी को लाभ लक्षित कर सकता है।</p>
त्याग के बिना पूजा	बार-बार पुनर्बलन	<p>लोगों की जरूरतों को पूरा करने के लिए त्याग, सहानुभूति और विनम्रता की भावना विकसित किए बिना धर्म का पालन करना आत्मपराजय है। सभी धर्मों में, लिंग और जाति समानता के साथ-साथ सार्वभौमिक भाईचारे के विषय में सकारात्मक पौराणिक अंतर्दृष्टि मौजूद रही है और भारतीय समाज इस बात को युगों से समझता रहा है। इसलिए, इन सकारात्मक भावनाओं का पालन करने वाले लोगों के उदाहरणों पर बार-बार जोर देने से वास्तव में आध्यात्मिक लोग इस सही सामाजिक मानदंड को स्थापित करने में सहायता कर सकते हैं कि “इंसान की सेवा करना, भगवान की सेवा करना है”</p> <p>यह मर्द (एमएआरडी) (बलात्कार और भेद-भाव के खिलाफ पुरुष) अभियान में भी देखा जा सकता है, जो लैंगिक समानता के व्यापक हित में पितृसत्तात्मक समाज में पुरुष के अहंकार का त्याग है।</p> <p>केंद्र सरकार के उत्तम समारी के दिशा-निर्देश और कई राज्य सरकारों द्वारा अपनाई गई नीति, जहां सड़क दुर्घटना पीड़ितों की मदद करने वाले लोग मौद्रिक प्रोत्साहन और प्रशस्ति प्रमाणपत्र प्राप्त करते हैं, व्यवहारवादी अंतर्दृष्टि को प्रोत्साहित करता है, जिससे मानव जाति की निस्वार्थ सेवा के सही सामाजिक आदर्श को सुदृढ़ किया जा सकता है।</p>

लैंगिक समानता योजनाओं का कायाकल्प: बेटी बचाओ बेटी पढ़ाओ से लेकर बेटी आपकी धन लक्ष्मी, विजय लक्ष्मी (बदलाव) तक

यत्र नार्यस्तु पूज्यन्ते रमन्ते तत्र देवताः॥

2.22 यद्यपि बेटी बचाओ बेटी पढ़ाओ अभियान ने मदद की है किन्तु लैंगिक असमानता को दूर करने के लिए ऐसे क्रांतिकारी अभियान की जरूरत है जो व्यवहारात्मक अर्थशास्त्र के लाभों का उपयोग करता हो। हमारे धर्मग्रंथों में नारी को शक्ति का प्रतीक बताया गया और जैसा कि उपर्युक्त श्लोक में दर्शाया गया है कि जिन समाजों में नारी का सम्मान किया जाता है, वे समाज समृद्ध होते हैं। उपर्युक्त संदेश के महत्व को देखते हुए, अभियान को सांस्कृतिक और सामाजिक मानदंडों पर आधारित होना चाहिए क्योंकि वे भारत में व्यवहार को बहुत ही महत्वपूर्ण रूप से प्रभावित करते हैं। इसलिए महिला-पुरुष समानता की दिशा में बदलाव को निरूपित करने के लिए इस अभियान को बदलाव (BADLAV) (बेटी आपकी धन लक्ष्मी, विजय लक्ष्मी), का नाम दिया जा सकता है,

जिसका हिन्दी में अर्थ बदलाव होता है धन (धन लक्ष्मी) और विजय (विजय लक्ष्मी) की प्रतीक देवी लक्ष्मी के रूपों की कल्पना के अनुरूप महिलाओं को लक्ष्मी के रूप में मानने के संदेश पर जोर देने की आवश्यकता है। बॉक्स 3 में भारतीय पौराणिक कथाओं से रोल मॉडलों (अनुकरणीय पात्रों) की शक्ति का उपयोग करते हुए सामाजिक मानदंडों का सृजन करने के लिए निम्नलिखित विचारों को रेखांकित किया गया है—“महिलाएं पुरुषों के बराबर हैं।” तालिका 4 में बदलाव (BADLAV) को सशक्त बनाने के लिए उपर्युक्त उल्लिखित सात व्यवहारात्मक सिद्धांतों के स्पष्ट उपयोग का विवरण दिया गया है और इस तरह नए मानदंडों का निर्माण होता है।

स्वच्छ भारत और आयुष्मान भारत से सुंदर भारत

2.23 व्यवहार को सुदृढ़ करने का एक सशक्त तरीका व्यक्तियों को एक निश्चित कार्रवाई के लिए प्रतिबद्ध करना है। अध्ययनों से पता चलता है कि यदि व्यक्ति कुछ करने के लिए पहले से प्रतिबद्ध हैं, तो उन व्यक्तियों की उन कार्यों को करने की अत्यधिक संभावना होती है।

बाक्स 4: बदलाव (बेटी आपकी धन लक्ष्मी और विजय लक्ष्मी) के संदेश को बल देने के लिए पौराणिक आदर्शों (रॉल मॉडल) संबंधी आलेख

प्राचीन भारतीय समाज में भारतीय महिलाओं ने आदर और सम्मानपूर्ण जीवन पाया है। अर्धनारीश्वर-भगवान शिव का अर्धपुरुष-अर्धनारी का स्वरूप पुरुषों और महिलाओं में समानता को दर्शाता है। ऋग्वेद में अनेक महिला संतों को ज्ञान और दूरदर्शिता का खजाना माना गया है। महान विदुषी गार्गी जिन्होंने अपनी वैदिक भजनावली में सभी की उत्पत्ति पर प्रश्न उठाया, और आदरणीय मैत्रेयी, जिन्होंने आध्यात्मिक ज्ञान के पक्ष में अपने पति की आधी संपत्ति को अस्वीकार कर दिया, आदर्श महिलाएं हैं। महात्मा अगत्य और उनकी अति कुलीन पत्नी लोपमुद्रा के बीच दीर्घ दार्शनिक वार्तालाप की पौराणिक कथाएं विद्यमान हैं। प्राचीन भारतीय समाज में पुरुषों को उनकी माताओं के नाम से जाना जाता था जैसे-यशोदानंदन, कौशल्या नंदन, गांधारी पुत्र आदि और पुरुषों को उनकी पत्नियों सहधर्मिणियों के साथ जाना जाता है जैसे कि जानकी रमन, राधाकृष्ण।

चूंकि पुरुष महिला समानता के बारे में इस प्रकार की पौराणिक दूरदर्शिता भारतीय समाज में सुलभता से उपलब्ध है और इसे गहराई से समझा जाता है, इसलिए इनका प्रयोग निम्नलिखित के लिए क्रांतिकारी बदलाव अर्थात् ‘बेटी आपकी धन लक्ष्मी, विजय लक्ष्मी’ कार्यक्रम के भाग के रूप में किया जा सकता है:-

- (क) महिला पुरुष समानता के नए मानदंड की स्थिति सुस्पष्ट करना
- (ख) उन सभी व्यक्तियों पर ध्यान केंद्रित करना जिन्होंने नए मानदंड को ग्रहण किया है, और
- (ग) इस मानदंड पर समय-समय पर लगातार बल देना।

अंतिम कार्रवाई इसलिए महत्वपूर्ण है क्योंकि लोगों की यादें अल्पकालीन होती हैं। उनको सामाजिक रूप से स्वीकार्य व्यवहार की याद दिलाए जाने और उनके समरूप पड़ोसियों के उदाहरणों को तब तक लगातार दर्शाए जाने की आवश्यकता होती है जब तक कि वह मानदंड समाज में स्थापित नहीं हो जाता है। देखकर ही विश्वास होता है, अर्थात् व्यक्ति केवल तभी अपने विश्वासों को बदलना आरंभ करेंगे जब वे अक्सर लिंग समानता के रूढ़िबद्धता विरोधी आदर्शों को अपनी आंखों से देख लेंगे यूएस सरकार द्वारा इस विचार को एक विपणन अभियान द्वारा पूरी तरह से तब तक सशक्त किया गया जब सरकार ने फैंक्टरियों में “पुरुषों की नौकरियों” के लिए महिलाओं की भर्ती करने का अनुरोध किया। उन्होंने अपने विपणन प्रयास का एक सांस्कृतिक आइकन-रोजी दा रिक्टर का व्यंगचित्र प्रस्तुत करके समर्थन किया जिसका अर्थ अपना नारीत्व नष्ट किए बिना किसी महिला द्वारा ‘पुरुष का कार्य’ ग्रहण करना है।

लोगों को यह बताना कि दूसरे क्या कर रहे हैं, सर्वाधिक प्रभावी उस समय होता है जब लोगों को 'अन्य' के साथ जोड़ा जा सकता है। यदि 'दूसरे' लोगों के अपने समुदाय से संबंधित होते हैं, तो उनके अपने व्यवहार बदलने की अधिक संभावना होती है। महिला पुरुष समानता को बढ़ावा देने के सूचना अभियानों में प्रत्येक समुदाय के व्यक्तियों के लिए इस बात पर जोर दिया जाना चाहिए कि इस दिशा में उनके अपनी भौगोलिक या जातीय पहचान के अन्य लोग क्या कर रहे हैं। "क्या है" को "क्या होना चाहिए" में परिवर्तित करना सहायक होगा क्योंकि लोगों की सहज इच्छा समूह का अनुसरण करने की होती है, और वे उनके साथ ही प्रतिस्पर्धा करना चाहते हैं और अथवा उन्हीं से सामाजिक अनुमोदन लेना चाहते हैं।

तालिका 4: बदलाव अर्थात "बेटी आपकी धन लक्ष्मी, विजय लक्ष्मी" के लिए व्यवहारात्मक सिद्धांतों का प्रयोग करना

सिद्धांत	बदलाव "बेटी आपकी धनलक्ष्मी, विजय लक्ष्मी के लिए सिद्धांत लागू करना
1. इसे चयन के लिए आसान बनाएं	<ul style="list-style-type: none"> ● अन्य बातों के साथ-साथ, महिलाओं के लिए उत्पीड़न और भेदभाव की घटनाओं की सूचना देने, बैंक खाता खोलने, पासपोर्ट, वीजा आदि जैसे सरकारी दस्तावेज हासिल करने की प्रक्रियाओं को सरल बनाया जाए।
2. सामाजिक मानदंडों पर जोर देना	<ul style="list-style-type: none"> ● बॉलीवुड और हॉलीवुड के अनेक महिला और पुरुष सितारों सहित, प्रतिष्ठित महिलाओं ने हालिया "मीटू" आंदोलन की प्रोफाइल को उठाने में महत्वपूर्ण भूमिका अदा की है और ऐसा करके उन्होंने मानदंड को बदलने और यह दर्शाने में योगदान किया है कि सामाजिक मानदंड में बदलाव संभव है। ● उन शीर्ष कंपनियों की संख्या को उजागर करने के बजाय जिनमें उनके बोर्ड में कतिपय महिलाएं ही हैं, यह उजागर करना अधिक प्रभावी होता है कि कितनी महिलाएं कार्य करती हैं। इसी प्रकार से, यह दर्शाने के लिए किस प्रकार से प्रचलित और व्यापक महिला-पुरुष आधारित हिंसा व्याप्त है, इस बात पर जोर देने के बजाय इसे सामान्य बनाने का जोखिम उठाया जा सकता है और इस बात पर बल देने के बजाय कि कितने व्यक्ति अपराधी नहीं हैं अथवा आदेशार्थ मानकों को प्रतिकूल बल प्रदान कर रहे हैं, महिला-पुरुष समानता के लिए सही मानक तैयार करना अधिक सहायक हो सकता है। ● शोध से पता चलता है कि जिन लड़कियों और महिलाओं ने महिला ग्राम प्रमुखों का दर्शन किया था, उनका व्यवहार उन्हें पुरुषों के बराबर दर्शाता है। कम से कम दो महिला प्रमुखों के संपर्क में आने वाले ग्रामीणों ने पुरुषों और महिला नेताओं को समान रूप से दर्जा दिया। इसलिए महिला ग्रामीण नेताओं को रोल मॉडल के रूप में विज्ञापित किया जाना चाहिए क्योंकि इस बात की चर्चा लोग "अन्य लोगों" के साथ कर सकते हैं। जन मीडिया का उपयोग बेटी आपकी धनलक्ष्मी, विजय लक्ष्मी (बदलाव) के माध्यम से सामाजिक मानदंडों को परिवर्तित करने के नियमित प्रयास करने के लिए किया जाना चाहिए।
3. परिणाम प्रकटन	<ul style="list-style-type: none"> ● सरकारी क्षेत्र में महिला पुरुष रैंकिंग प्रकाशित करने से, चाहे वह विधान सभाओं में महिलाओं की संख्या के लिए हो, राजनैतिक दलों में, दफ्तरशाही में अथवा कंपनी बोर्डों में महिलाओं की संख्या के लिए हो, संगठन अपने दुष्प्रचार से बचने के लिए अथवा अपने प्रतिस्पर्धियों की अपेक्षा खराब देखे जाने से बचने के लिए शीघ्र उचित कार्रवाई कर सकते हैं। संगठनों के लिए "महिला-पुरुष भुगतान गैप" की सूचना देना अनिवार्य करने से भी इस प्रवृत्ति को बल दिया जा सकता है।
4. लगातार जोर देते रहना	<ul style="list-style-type: none"> ● कार्य स्थलों और सार्वजनिक स्थलों के प्रत्येक कोरिडोर में कार्य स्थल पर यौन उत्पीड़न संबंधित दृष्टिक विवरणात्मक विविध पोस्टरों का लगा होना इस बात पर बल देता है कि इसके मानदंड को स्वीकार्य नहीं किया जा रहा है। इसी प्रकार से, दूरदर्शन पर ऐसे नियमित विज्ञापनों के माध्यम से, जो महिला-पुरुष समानता के मानदंड पर बल देते हैं, लगातार जोर देने से मदद मिल सकती है।
5. उत्तोलन क्षति की विरति	<ul style="list-style-type: none"> ● क्षेत्रीय अध्ययनों और प्रयोगों से प्राप्त साक्ष्य दर्शाता है कि एक समान क्षमताओं के पुरुष और महिलाओं में, महिलाओं की अपेक्षा पुरुष दुगुनी प्रतिस्पर्धा का चयन करता है। महिलाओं की प्रतिस्पर्धा के प्रति उच्चतर अरुचि को सुधारने के लिए पारितोषक संरचनाओं को आशोधित किया जा सकता है। उदाहरण के लिए, सेवाओं में महिला अभ्यर्थियों के लिए आवेदन शुल्कों में छूट दी जा सकती है। नौकरी के आवेदन पत्र से जनसांख्यिकीय सूचना हटाना भी सहायक हो सकता है।

6. संदेशों को मानसिक मॉडलों से जोड़ें
- महिलाओं में कार्यस्थल पर आज्ञाकारिता को अधिक महत्व देने की निरंतर प्रवृत्ति होती है। जो कंपनियां आज्ञाकारिता को वर्तमान मानदंड के रूप में पेशकश करती हैं, उनमें अत्यधिक महिला आवेदक और कर्मचारी होते हैं।
 - “पुरुष योग्य” मानी गई नौकरियों के लिए महिलाओं के आवेदन करने की कम संभावना होती है। पुरुष प्रधानता वाले व्यवसायों में महिला आवेदकों को आकर्षित करने के लिए कौशल प्रशिक्षण और शिक्षुता कार्यक्रमों को महिला-पुरुष निर्धारण के साथ उपयुक्त रूप से पुनः तैयार किया जा सकता है।
 - महिला और पुरुष तथा/अथवा प्रजाति से संबद्ध जन्मजात क्षमता से संबंधित धारणाएं मानकीकृत जांच निष्पादन पर असर डाल सकती हैं। महिला-पुरुष संबंधी धारणा की आशंकाएं (जांच से पहले जनांकिकीय सूचना भरना) लड़कियों और लड़कों के परीक्षा प्राप्तांकों को अलग-अलग प्रभावित कर सकती हैं। ये पूरी जानकारीयां विद्यालयों में महिला पुरुष और प्रजाति संवेदी पाठ्यक्रम तैयार करने और कार्य विधियों के लिए निर्णायक होती हैं।

उदाहरण के लिए, व्यक्तियों से यह पूछने के साधारण कार्य से कि क्या वे धूम्रपान बंद करने के कार्यक्रमों को स्वीकार करेंगे और उसमें साथ देंगे, या पैसे बचाएंगे, इस बात की संभावना बढ़ जाती है कि वे व्यक्ति अपने लक्ष्यों के अनुसार कार्य करेंगे। स्वच्छ भारत मिशन स्वच्छाग्रही इस रणनीति का प्रयोग स्वच्छता लक्ष्यों के लिए पूर्व प्रतिबद्ध करने के लिए कर सकते हैं। इसके अलावा, यह स्वच्छाग्रही व्यक्तियों की समय-समय पर अर्थात् माह में एक बार स्वयं की मूल्यांकन करने में उनकी मदद कर सकता है। स्थानीय स्वच्छाग्रही से समुदाय में अथवा प्रति व्यक्ति आधार पर सहायता के अंतर्गत विचार विमर्श सत्र से व्यक्ति यह सोचने के लिए प्रेरित हो सकते हैं कि क्या उन्होंने योजनाबद्ध रूप में कार्य किया है और कितनी बार उनकी परिनिन्दा हुई है। इन विमर्श सत्रों का समापन इस प्रतिबद्धता के साथ होना चाहिए कि लोग निकट भविष्य में कार्य करने की योजना कैसे बनाते हैं क्या वे अगले महीने खुले में शौच से बचेंगे या नहीं।

2.24 इसके अतिरिक्त लोग अक्सर परिणामों को उजागर करने पर प्रतिक्रिया करते हैं और यदि लोगों को उन मूर्त लाभों के बारे में बताया जाता है जिन्हें वे अपने हृदय में महसूस कर सकते हैं, तो लोगों की अपने नए व्यवहार को बनाए रखने की अधिक संभावना होती है। इस प्रकार के आंकड़े एकत्रित न करें कि वे इस बारे में परवाह नहीं करते हैं। उदाहरण के लिए एक स्वच्छाग्रही अपने गांव में सफाई से जुड़ी बीमारी की घटना के बारे में जानकारी दे सकती है और यह बता सकती है कि स्वच्छता की आदतों को अपनाने के बाद कैसे इस दर में सुधार हुआ है। जब लोगों को उनकी कार्रवाइयों के मूर्त नतीजों का अहसास होता है, तब उनकी अपने व्यवहार को बनाए रखने की अधिक संभावना होती है। स्वच्छ भारत मिशन के लिए यह अत्यधिक महत्व का है क्योंकि यह व्यवहार में स्थायी परिवर्तन पर निर्भर करता है, एक

बार के व्यवहार परिवर्तन पर नहीं। इसी बात की प्रेरणा घर में देने के लिए, स्वच्छाग्रही प्रत्येक परिवार की उनके अपने परिवारों में बीमारी की घटना पर अर्थात् पिछले छः माह से अथवा उस समय से जब से उन्होंने खुले में शौच करना छोड़ा है, बीमारी की घटना पर प्रकाश डालकर मदद कर सकती हैं। अगर लोगों को पता चलता है कि नई आदतों को अपनाने के बाद उनके स्वास्थ्य के परिणाम बेहतर हैं, तो उनके उन आदतों को जारी रखने की संभावना होती है।

2.25 स्वच्छ भारत योजना में व्यवहारात्मक आर्थिक व्यवस्था की शक्ति से सीख लेकर, अब हमारे आगे सम्पूर्ण स्वास्थ्य क्षेत्र के लिए सभी तरह के व्यवहारात्मक आर्थिक व्यवस्था संघटन को विकसित करने का कार्य है। स्वास्थ्य क्षेत्र की अनूठी विशेषताओं, अर्थात् चिकित्सक और रोगी के बीच सूचना असंतुलन, स्वास्थ्य उपभोक्ताओं की अतिशयोक्तिपूर्ण प्रवृत्ति और स्वास्थ्य देख-रेख व्यय की उच्च परिवर्तनशीलता के मद्देनजर, लोग अक्सर स्वास्थ्य देखभाल में निर्णय लेते हैं जो उनके सर्वोत्तम हित में नहीं है। वे स्वास्थ्य बीमा में नामांकन करने में विफल रहते हैं जिसके वे हकदार होते हैं, और धूम्रपान तथा मादक पदार्थों का सेवन करने जैसे नुकसानदायक व्यवहार को अपनाते हैं। पारम्परिक आर्थिक सिद्धांत द्वारा प्रदत्त व्यवहारात्मक साधन की अपेक्षा व्यवहारात्मक साधनों के एक सशक्त और समृद्ध सेट को समझना और स्वास्थ्य देखभाल व्यवहार पर असर डालना आवश्यक है।

तालिका 5: सुंदर भारत के लिए व्यवहार संबंधी सिद्धांतों का प्रयोग

सिद्धांत	सिद्धांत लागू करना
1. वर्तमान नियम की शक्ति	<ul style="list-style-type: none"> ● व्यक्तियों को निश्चित फ्लूशॉट अपोइंटमेंट समय देने से इंप्लूएंजा टीकाकरण दरों में वृद्धि हो सकती है। ● स्मार्ट बीमा योजना प्रदान करने से स्वास्थ्य बीमा विकल्प का अत्यधिक सरलीकरण हो सकता है।
2. चयन को सरल बनाना	<ul style="list-style-type: none"> ● किसी स्वास्थ्य योजना का चयन करते समय उपभोक्ताओं को उन कारकों के बारे में पूछना जो उनके लिए सर्वाधिक महत्वपूर्ण हैं। इन कारकों के अनुसार योजना की रचना करने से विकल्प सुगम बन सकता है और उसके द्वारा स्वास्थ्य बीमा पॉलिसी लेने में वृद्धि हो सकती है। ● स्कूल और कॉलेज की कैटीन में ममूली व्यवहारात्मक परिवर्तन (स्वास्थ्यवर्धक विकल्पों को रोचक नाम देने, उनको नकदी काउण्टर के नजदीक रखने; अस्वास्थ्यकर विकल्प खरीदने की प्रक्रिया को और अधिक समय लगने वाली बनाने) से पौष्टिक भोजन की जानकारी में वृद्धि हो सकती है।
3. सामाजिक मानदंडों पर जोर देना	<ul style="list-style-type: none"> ● किशोर अक्सर इस बात को अनावश्यक महत्व देते हैं कि उनके समकक्ष लोग सामाजिक रूप से वांछनीय व्यवहार के रूप में समझे जाने वाले व्यवहार के लिए अपेक्षाकृत अधिक उपभोग करने के लिए कितनी मात्रा में मादक पदार्थ और नशीले पदार्थों का सेवन करते हैं। उन व्यक्तियों की संख्या पर ध्यान केंद्रित करना जो शराब अथवा नशीले पदार्थों का सेवन नहीं करते हैं, अधिक प्रभावी हो सकता है। ● युवा वर्ग नशीले पदार्थों के अत्यधिक सेवन से किसी प्रसिद्ध व्यक्ति की मृत्यु होने के बाद ड्रग रोकथाम कार्यक्रम के प्रति अधिक प्रतिक्रियाशील होता है। ● सूचना अभियानों में “90 प्रतिशत चिकित्सक इस बात से सहमत हैं कि टीके सुरक्षित होते हैं” जैसे संदेश देने से बचपन के टीके के बारे में जनता की चिंता में अत्यधिक कमी आ सकती है, और इससे वह सामाजिक मानदंड स्थापित होता है कि टीकाकरण सुरक्षित होता है। ● आसपास के क्षेत्र के कितने व्यक्तियों ने स्वास्थ्य बीमा योजना लेने का चयन किया है और उस क्षेत्र में समान बीमारी के पीड़ित परिवारों को इससे हुए लाभों के संबंध में सूचना देने से नामांकन दरों में वृद्धि हो सकती है।
4. परिणाम प्रकटन	<ul style="list-style-type: none"> ● व्यक्तियों को उनके अपने समुदाय में अन्य व्यक्तियों द्वारा महसूस किए गए हाथ-धोने के लाभों और उनके द्वारा अनुभव की गई परिवार नियोजन पद्धतियों के लाभों के बारे में जानकारी देने से उनको इन स्वास्थ्य संबंधी आदतों को ग्रहण करने में समर्थ किया जा सकता है।
5. लगातार जोर देना	<ul style="list-style-type: none"> ● मरीजों को ये संदेश देने से कि मरीज को अपने अगले टीकाकरण को लेने के लिए योजनाबद्ध दिन और समय लिखना चाहिए, टीके की जानकारी में वृद्धि हो सकती है। ● लिखित प्रतिज्ञा अथवा मौखिक प्रतिबद्धता के लिए अस्पतालों में आने वाले रोगियों से चिकित्सकों के यह कहने से, विशेषकर प्रमाणित रोगी के किसी संबंधी की उपस्थिति में, जिसे “जवाबदेही पार्टनर” कहा जाता है, यह कहने से कि योग करें और टहलें, इस प्रकार की स्वस्थ जीवन शैली पद्धतियों को प्रोत्साहन मिल सकता है। “जवाबदेही पार्टनर” द्वारा प्रमाणित किए जाने के बाद, प्रण को अपनाने के लिए एक मासिक प्रशंसा (संयुक्त कूपन पुरस्कार) से इस प्रकार का व्यवहार कायम रह सकता है। ● गंभीर बीमारियों से ग्रसित बहुत से व्यक्ति अपनी दवाइयां नियमित रूप से नहीं लेते हैं। गोलीयों की शीशियों पर यह सामान्य सन्देश लिख देने से कि यदि सही समय पर नहीं खोला गया तो दवाई का प्रभाव नष्ट हो सकता है, दवाई के प्रति आसक्ति में वृद्धि हो सकती है। अपनी औषध निर्देश पच्ची की अनुसूची का पालन करने के लिए माह के अंत में प्रशंसा पत्र देने से दवाई के प्रति आसक्ति बनी रह सकती है।
6. उत्तोलन क्षति की विरति	<ul style="list-style-type: none"> ● वजन कम करने अथवा धूम्रपान रोकने जैसे लक्ष्यों को पूरा करने में लोगों को अक्सर कठिनाई होती है। व्यक्ति वेबसाइट पर उन बॉन्ड्स (जमा सविदाएं) और लॉटरी टिकटों को स्वैच्छिक रूप से ले लेते हैं जिन्हें उनको लौटा दिया जाएगा यदि वे अपने लक्ष्यों को प्राप्त कर लेते हैं, किन्तु ऐसा नहीं होने पर उनको जब्त कर लिया जाएगा, ऐसा करने से इन कठिन लक्ष्यों को पाने में उनकी मदद की जा सकती है।

7. संदेशों को मानसिक मॉडल के अनुरूप बनाना

- डायरिया के नियंत्रण में मानसिक प्रतिमान से बाधा पहुंचती है: यह मानसिक मॉडल अवबोधन कि घोल बच्चे के तरल पदार्थ लेने को कम करने के लिए और के अनुसार बनाना बच्चे को ‘शुष्क’ बनाए रखने के लिए होता है, और इसका निहितार्थ है कि मुंह से पुनर्जलीकरण घोल का प्रयोग कम मात्रा में किया जाना चाहिए। ओआरएस को ग्रहण करने से संबंधित सूचना अभियानों से इस त्रुटिपूर्ण मानसिकता को बदला जा सकता है।
- सरकारी अस्पतालों में संदेशों के बोर्डों और मीडिया में चिकित्सा विज्ञापनों के माध्यम से धूम्रपान बंद करने और निरोधी क्रिया को मजबूत करने के लिए माता का दूध पिलाने से होने वाले लाभों पर जोर दिया जाना चाहिए। इसी प्रकार से, यौन संचरित बीमारियों और मेमोग्राफी के लिए संदेशों में इनके नुकसानों पर फोकस किया जाना चाहिए ताकि क्रमशः दिखाकर इसका निवारण किया जा सके और इसके शीघ्र डाइग्नोसिस के लिए प्रोत्साहित किया जा सके।
- माँ का पूर्ण स्नेह (एमएए) कार्यक्रम अभियान इस संबंध (सास और बहू के बीच के संबंध) की भूमिका और जन्म के एक घंटे के भीतर शिशु को स्तनपान कराने के विचार को बल देने के लिए प्रतिबद्धता युक्तियों (“वादा” अर्थात् प्रोमिस) के विचार को शक्ति प्रदान करता है। इस क्षेत्र में स्वास्थ्य संदेशों को संस्कृति के अनुकूल बना देने से उनको स्तनपान कराना स्वीकार करने के लिए राजी किया जा सकता है।

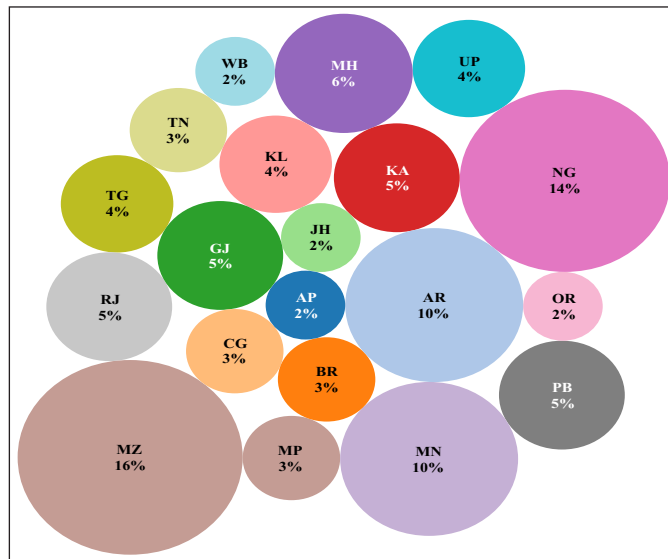
सब्सिडी के बारे में सोचें

2.26 “सब्सिडी छोड़ें” मुहिम ने गरीबी रेखा से ऊपर (एपीएल) के परिवारों को अपनी एलपीजी सब्सिडी स्वैच्छिक रूप से वापस करने के लिए प्रोत्साहित किया है। जिस परिवार ने सब्सिडी को छोड़ा है उसके बदले एक बीपीएल परिवार को एक गैस कनेक्शन मिलेगा। इस कार्यक्रम में आर्थिक प्रोत्साहनों के अभाव का अर्थ है कि यह अभियान व्यक्तियों के अपनी सब्सिडी स्वेच्छा से छोड़ने के लिए उनके बेहतर निर्णय पर समग्र रूप से निर्भर करता है।

2.27 जैसा कि चित्र 13 में दर्शाया गया है, यद्यपि “सब्सिडी छोड़ें” अभियान के तहत स्वैच्छिक रूप से सब्सिडी छोड़ने के रूप में एक महत्वपूर्ण परिवर्तन की घोषणा की गई है, फिर भी इस अभियान की समग्र प्रतिक्रिया में सुधार किया जा सकता है। मोटे अनुमान के

अनुसार उन बीस करोड़ व्यक्तियों में से जिन्हें सब्सिडी मिलती है, केवल एक करोड़ व्यक्तियों ने ही इस सब्सिडी को छोड़ा है। यह भी देखा जा सकता है कि अरूणाचल प्रदेश, नागालैंड, मणिपुर और मिजोरम जैसे उत्तरपूर्वी राज्यों में सब्सिडी वापस करने की दर अपेक्षाकृत अधिक सब्सिडी प्राप्त करने वाले बड़े राज्यों की तुलना में उच्चतर है। बेटी बचाओ बेटी पढ़ाओ और स्वच्छ भारत मिशन की तरह, “सब्सिडी छोड़ो” मुहिम भी व्यवहार में परिवर्तन पर निर्भर करती है। वास्तव में, सब्सिडी छोड़ने का कार्य बेटी बचाओ बेटी पढ़ाओ और स्वच्छ भारत मिशन की अपेक्षा कम दुष्कर कार्य है—जबकि बेटी बचाओ बेटी पढ़ाओ और स्वच्छ भारत मिशन कार्यक्रमों के लिए दशकों से विद्यमान धारणाओं को निकालने के लिए सतत प्रयास करना अपेक्षित है। “सब्सिडी छोड़ो” मुहिम के लिए केवल एक बार की कार्रवाई अपेक्षित होती है जो सबसे अधिक संपन्न परिवारों के लिए महत्वहीन होती है।

चित्र 13: गरीबी रेखा से ऊपर के उन उपभोक्ता का राज्य वार प्रतिशत जिन्होंने एलपीजी सब्सिडी को छोड़ा



स्रोत: पेट्रोलियम और प्राकृतिक गैस मंत्रालय से लिया गया डाटा।

2.28 व्यवहारात्मक आर्थिक व्यवस्था से हमें यह जानकारी मिलती है कि भले ही लोग अपनी सब्सिडी छोड़ने में वास्तव में दिलचस्पी रखते हों, फिर भी उनकी कार्रवाईयों उनके इरादे से भिन्न हो सकती हैं क्योंकि उनको एक विनम्र टहोका की सहायता से कार्रवाई करने के लिए प्रेरित करने की आवश्यकता होती है। एक उत्तम चुना गया संघटक इरादे और कार्रवाई के बीच के इस अंतर को पाटने में सहायता कर सकता है। 'इसे छोड़ो' जैसे अभियानों के लिए, वर्तमान विकल्प बहुत मायने रखता है। लोगों में जैसा चल रहा है वैसा चलने दो की प्रबल प्रवृत्ति होती है। वर्तमान विकल्प को परिवर्तित करने और उसके द्वारा अपने कार्यक्रमों की प्रभावोत्पादकता में वृद्धि करने के लिए अनेक सरकारों ने इस अन्तर्दृष्टि को बल प्रदान किया है। "गिव इट अप" के संदर्भ में इसी अन्तर्दृष्टि को लागू करने की आवश्यकता होती है। लोगों की अकर्मण्यता की प्रवृत्ति के कारण, उन उन्नीस करोड़ लोगों में से जिन्होंने अपनी सब्सिडी को नहीं छोड़ा, अनेक ऐसे लोग भी हो सकते हैं जिनकी अपनी सब्सिडी छोड़ने की दृढ़ इच्छा हो, लेकिन उन्होंने कार्रवाई के लिए सामान्य रूप से प्रेरित नहीं किए जाने मात्र से सब्सिडी छोड़ने की अपनी दृढ़ इच्छा को कार्रवाई में परिणत नहीं किया हो।

2.29 तथापि, सब्सिडी छोड़ो में अन्य व्यवहारात्मक अन्तर्दृष्टि शामिल होती हैं। किसी व्यक्ति का सब्सिडी छोड़ देना आसान होता है और लगभग प्रयास रहित होता है—और एक सहजानुभूत ऑनलाइन अंतरापृष्ठ सुनिश्चित करता है कि इस प्रक्रिया में कतिपय मिनट का ही समय लगता है। यह अनिवार्य है क्योंकि प्रत्येक अतिरिक्त मिनट जो सब्सिडी छोड़ने के विचार में व्यतीत की जाती है, उससे ऐसी संभावनाओं में वृद्धि हो जाती है कि व्यक्ति अपने इरादे को इस प्रक्रिया के बीच में ही बदल देगा।

2.30 इस मुहिम ने सामाजिक प्रतिमानों की शक्तियों के प्रभाव का भी प्रयास किया किंतु इसको सीमित सफलता ही प्राप्त हुई। लोग वही कार्य करते हैं जो दूसरे लोग कर रहे होते हैं। तथापि सूचना मुहिम ने पर्याप्त रूप से इस बात पर जोर नहीं दिया जो कि पड़ोसी क्या कर रहे हैं। "Give it up (गिव इट अप)" नाम की वेबसाइट पर चयन करने के विकल्प के रूप में "स्कॉल ऑफ़ ऑनर" (Scroll of honour) का आइकॉन सामने आता है किंतु यह विशेष विकल्प लोगों पर ही निर्भर रहता है और लोग ही सामाजिक प्रतिमान का चयन करते हैं न कि सामाजिक प्रतिमान का सक्रिय रूप से प्रचार करते हैं। "स्कॉल ऑफ़ ऑनर" पर क्लिक करके चयन करने से उपभोक्ता तीन गैस कंपनियों में से किसी एक का चयन कर सकते हैं, चूंकि उपभोक्ता की नाम सूची इन कंपनियों की वेबसाइट पर उपलब्ध होती है। इसलिए उक्त लंबी सूचियों में नाम ज्ञात करने के लिए व्यक्ति को अपनी "उपभोक्ता संख्या" की प्रविष्टि करनी होती है। अब यहां किसी अन्य उपभोक्ता की संख्या को ज्ञान रखने की संभावना बहुत कम होती है, इसलिए लोग अपने मित्रों, संबंधियों या पड़ोसियों (प्रतिवेशियों) के नाम नहीं जान पाते हैं।

2.31 सकारात्मक कार्य लोग तब करते हैं जब वे दूसरों को सकारात्मक कार्यों को करता देखते हैं और विशेषकर तब जब वे ऐसे किसी व्यक्ति से स्वयं का संबंध दिखला सकते हैं। वास्तव में लोग एक ही भौगोलिक स्थान से संबंध बताकर दूसरों से अपने संबंध को दिखलाते हैं जोकि एक अहानिकर विशेषता है। स्कॉल ऑफ़ ऑनर में इस निर्णायक अंतर्दृष्टि के प्रभाव को सम्मिलित नहीं किया गया, क्योंकि यहां लोग अपनी पहचान वाले दूसरे लोगों का पता नहीं लगा सकते थे अथवा दूसरे लोगों से संबंध को भी नहीं दिखा सकते थे। एक ही स्थान पर रहने

तालिका 6: "सब्सिडी के बारे में सोचें" के लिए व्यवहारात्मक सिद्धांतों का उपयोग

सिद्धांत	सिद्धांत का अनुप्रयोग
1. वर्तमान नियम को प्रभावी बनाएं	इसे छोड़ें (गिव इट अप) जैसे अभियानों के लिए, वर्तमान विकल्प बेहद मायने रखता है। लोगों में यथास्थिति के साथ जाने की प्रबल प्रवृत्ति होती है। वर्तमान विकल्प को संशोधित किया जा सकता है, ताकि एक निश्चित आय सीमा से ऊपर के परिवारों को अपनी सब्सिडी जारी रखने के लिए "ऑफ़ इन" के विकल्प का चयन करना पड़े, जहां सब्सिडी से "ऑफ़ आउट" होने का विकल्प भी मौजूद हो। यह सुनिश्चित करना महत्वपूर्ण है कि लोग अपनी सब्सिडी जारी रखने के लिए टेक्स्ट मैसेज, फोन-कॉल या कुछ क्लिक के माध्यम बहुत ही आसानी से ऑफ़ इन के विकल्प का चयन कर सकें।
2. चयन को सहज बनाएं	वे लोग जो आवेग में दान करते हैं, उनके मन में सब्सिडी छोड़ने का विचार उत्पन्न होने और सब्सिडी छोड़ने के बीच जो असमंजस की स्थिति रहती है, उसका समाधान कर देने से इस बात की संभावना अधिक हो जाएगी कि वे सब्सिडी छोड़ सकते हैं। यदि सब्सिडी छोड़ने का प्रपत्र तैयार करके और इसे लोगों को उपलब्ध कराकर सब्सिडी छोड़ने का एक आयाम तैयार किया जाता है तो उन लोगों द्वारा सब्सिडी छोड़ने के आवेदन को जमा करने की संभावना भी अधिक हो जाएगी। मोबाइल फोन और एप के माध्यम से भी आवेग में सब्सिडी छोड़ने के कार्य को आसान बनाया जा सकता है।

<p>3. सामाजिक मानदंडों को महत्व दें</p>	<p>लोगों को सब्सिडी छोड़ने के विषय में अच्छा महसूस कराकर आदर्श सामाजिक मानदंडों को स्थापित करने में सहायता प्राप्त हो सकती है। मध्यम वर्ग और तुलनात्मक रूप से समृद्ध लोगों को मिट्टी के तेल, रसोई गैस आदि की सब्सिडी के लिए नामांकन करने से रोकने के लिए, सरकार विशेष योजनाओं के अपने विज्ञापनों में कह सकती है कि इस योजना का उद्देश्य उन गरीबों की मदद करना है, जो कुल जनसंख्या के 7: हैं और प्रति माह 100 रुपये से कम आय का अर्जन करते हैं।</p> <p>विज्ञापन के माध्यम से यह संदेश प्रसारित किया जा सकता है कि नामांकन न करके, समृद्ध लोग देश से अत्यधिक गरीबी उन्मूलन में अपना योगदान दे रहे हैं।</p> <p>सोशल नेटवर्क के माध्यम से, लाइव “गिव इट अप” इवेंट का समर्थन किया जा सकता है, जहां लोग अपना ऑनलाइन प्रोफाइल बदलकर अपनी सहभागिता दिखा सकते हैं।</p> <p>छोटी राशि के दान को प्रोत्साहित करने के हमारे विचार को क्रियान्वित करने के लिए क्विक आउटलेट जैसे सामान्य फोन एप या भौतिक कियोस्क का निर्माण किया जा सकता है, जिससे धर्मार्थ होने के कुल समाजिक मानदंड का सृजन किया जा सकता है।</p> <p>दानकर्ताओं की बढ़ती दृश्यता, सब्सिडी छोड़ने के लिए लोगों को प्रोत्साहित कर सकती है, विशेष रूप से उन लोगों को जो किसी विशेष प्रयोजन के लिए दान देने पर विचार करते हैं और दान देते हैं। सिर्फ सब्सिडी छोड़ने ही नहीं, बल्कि दुनिया भर के सम्मानित व्यक्तियों के दान के महान कार्य को उजागर करने से देने की प्रवृत्ति में वृद्धि देखी जा सकती है।</p>
<p>4. परिणाम प्रदर्शित करें</p>	<p>सब्सिडी छोड़ देने वाले व्यक्तियों के नाम और तस्वीरों को वेबसाइट पर दिखाए जाने से सब्सिडी छोड़ने के कार्य में अत्यधिक वृद्धि होगी।</p>
<p>5. बार-बार सशक्त करें</p>	<p>सब्सिडी छोड़ने वाले व्यक्तियों को उनके सब्सिडी छोड़ने के प्रभाव को तुरंत और स्पष्ट रूप से दिखाकर, उन्हें अच्छा महसूस कराया जा सकता है। दानकर्ता सब्सिडी से लाभ प्राप्त करने वाले लोगों की व्यक्तिगत तस्वीरें और लाभार्थियों द्वारा धन्यवाद कहते हुए विडियो को देख सकेंगे।</p> <p>लोग टैक्स फाइलिंग के दौरान, प्रपत्र में दिए गए इस अतिरिक्त कॉलम को भर सकते हैं कि क्या वे राष्ट्र के लिए अपनी सब्सिडी (कर अदायगी के रूप में) छोड़ना चाहेंगे। दानकर्ता, व्यक्तिगत अनुस्मारक को साइन अप कर सकते हैं ताकि वह वर्ष के दौरान सब्सिडी छोड़ने के अपने लक्ष्य पर ध्यान दे सकें।</p>
<p>6. हानि विरति को प्रभावी बनाएं</p>	<p>हानि विरति का उपयोग यह समझाने के लिए किया जा सकता है कि अधिकांश एलपीजी उपयोगकर्ताओं ने अपनी सब्सिडी क्यों नहीं छोड़ी है। इसके माध्यम से ऑप्ट इन की आसान प्रक्रिया के साथ सब्सिडी स्कीमों को डिफॉल्ट रूप से ऑप्ट आउट के रूप में निर्धारित किए जाने की नीति को सुदृढ़ बनाया जा सकता है।</p> <p>लोगों को उस वक्त जब वे सबसे अधिक प्रेरित महसूस करें, संभवतः थिएटर में एक सामाजिक फिल्म देखने के समय, सब्सिडी की एक निश्चित राशि दान देने और बाद में इससे संबंधित भुगतान करने की प्रतिज्ञा करने के लिए कहने से देने की प्रवृत्ति को प्रोत्साहन प्राप्त हो सकता है। अग्रिम में देन क लक्ष्य निर्धारित करने के लिए उन्हें प्रोत्साहित किया जा सकता है, ताकि उनकी प्रगति का पता लगाया जा सके।</p>
<p>7. मानसिक मॉडल के साथ संदेश का मेल करें</p>	<p>व्यवहारत्मक तकनीकें, सब्सिडी कार्यक्रमों से वांछनीय परिणाम प्राप्त करने में सहायता कर सकती है और इसके साथ ही सब्सिडी की प्रभावी लागत को भी कम कर सकती है।</p> <p>कभी-कभी लोग टीकाकरण नहीं करा पाते हैं, क्योंकि वे या तो क्लिनिक का पता भूल जाते हैं या अपाइन्टमेंट का समय। यदि ऐसे लोगों के समूह को टीकाकरण के समय और स्थान के विषय में बार-बार स्मरण कराया जाए या एक ठोस योजना बनाने के लिए प्रोत्साहित किया जाए कि उन्हें कब और कहां टीकाकरण करवाना है तो टीकाकरण के लिए राजकोषीय सब्सिडी को अधिक लागत प्रभावी बनाया जा सकता है।</p>

वाले लोगों के नामों की केंद्रित सूची का अनुरक्षण करने तथा सभी साझेदारों की फोटो प्रदर्शित करने से स्कॉल ऑफ ऑनर की प्रभावोत्पादकता में वृद्धि हो सकती है। परिशिष्ट में दी गई तालिका 6 में “सब्सिड के बारे में सोचें” को कार्यान्वित करने वाले व्यवहार-सिद्धांतों के अनुप्रयोग का वर्णन किया गया है।

जन धन योजना

2.32 जबकि जन धन योजना के अंतर्गत छोटी समय

अवधि में बैंक खाते बड़ी संख्या में खोले गए हैं किंतु इस योजना की सफलता उन लोगों पर निर्भर करती है जो इन खातों का नियमित रूप से उपयोग करते हैं। कार्यक्रम का जनादेश न केवल खातों का खोला जाना है अपितु क्रेडिट, बीमा, पेंशन योजनाओं तथा अन्य सुविधाओं तक पहुंच का भी अधिकार देना है जिनका प्रावधान बैंक क्षेत्रक में किया गया है। अग्रवर्ती चरणों में इस कार्यक्रम में व्यवहार-अंतर्दृष्टिकोण को कार्यान्वित करने के विशाल अवसर हैं।

तालिका 7: जन धन योजना की प्रभावोत्पादकता में वृद्धि करने के लिए व्यवहार-सिद्धांतों का उपयोग

सिद्धांत	सिद्धांत का अनुप्रयोग
1. वर्तमान नियम प्रभावी बनाना	● बचत योजना में स्वतः नामांकन का किए जाने को और लोगों को इस चयन से बाहर जाने का विकल्प का दिया जाना।
2. चयन को सरल बनाना	● नियामक को यह सुनिश्चित करना होगा कि किसी निधन के लिए तैयार किए गए उत्पाद में अनेक विकल्प रखकर उसको हतबुद्धि न किया जाए।
3. सामाजिक प्रतिमानों पर बल देना	● सूचना मुहिमों में उन लोगों की संख्या को उजागर करना चाहिए जो स्थानीय ग्रामों में अपने बैंक खातों को उपयोग करते हैं। प्रत्येक उस व्यक्ति के पास एस.एम.एस. भेजा जाना चाहिए जिसमें उसके लेन-देन का वर्णन हो, उसके गांव के अन्य व्यक्तियों के नाम की सूचना हो तथा उसके संबंधी जो जन धन योजना से लाभ प्राप्त कर रहे हैं उनके नाम भी उसको मिलने चाहिए। इस सरल नीति से जन धन खातों का उपयोग सामाजिक प्रतिमानों के कारण बढ़ जाएगा।
4. परिणामों को प्रकट करना	● निष्क्रिय खातों के खाता धारकों को समय-समय पर उसके उन पड़ोसियों की संख्या की जानकारी दी जाए जो सक्रिय रूप से खातों के माध्यम से लेन-देन कर रहे हैं। खातों के माध्यम से नियमित रूप से लेन-देन करने वाले खाता-धारकों को एक सरल एस.एम.एस. द्वारा देशी बोली में इस प्रकार सूचित करना चाहिए “बधाई हो! आपने इस तरह तीन बार धन निकासी कर ली है।” इसके आगे एक प्रसन्न मनोभाव का चित्र लगा होना चाहिए। ऐसा करने से लोग सामाजिक प्रतिमानों को याद रखेंगे और बैंक खातों का उपयोग करते रहेंगे।
5. बार-बार पुनर्बलन करना	● “बचत” के संबंध में लोगों को सूचित करना कि उन्होंने जो अब तक बचत की है उससे उनके अच्छे व्यवहार का पता चलता है। लोगों से सरल भाषा में पूछना कि क्या वे अगले माह भी ‘बचत’ की योजना बना रहे हैं, तब वहां बचत के निश्चय का पुनर्बलन करना होगा। लोगों द्वारा एक निर्धारित राशि की बचत को सुनिश्चित करना भी बचत के निश्चय का पुनर्बलन करने में सहायक होता है।
6. हानि-विरति का प्रभाव	● जब-जब वेतन में वृद्धि होती है तब उस समय को अनुकूल समय समझना चाहिए तथा तब लोगों को अधिक बचत करने के लिए प्रेरित करना चाहिए इस समय जब बचत में वृद्धि हुई होती है तब वर्ष में किसी समय होने वाली हानि की तुलना में, इस समय होने वाली हानि पर लोगों का विचार कम जाता है। इस बड़ी हुई बचत को ‘वर्तमान नियम’ से जोड़ा जा सकता है जिससे स्वतः होने वाली बचत में वृद्धि हो जाए और लोगों को भी विकल्प दिए जाएं कि वे ऐसी स्वतः बचत वृद्धि का चयन कर लें।
7. सूचना-संदेशों को मस्तिष्क तक पहुंचाना	● किसी प्रयोजन से बचाए गए धन जैसे कि शिक्षा, का उपयोग किसी दूसरे प्रयोजन के लिए नहीं किया जाता है जबकि “सामान्य” रूप से बचाए गए धन का खर्च बड़ी तीव्रता से होता है। यहां लोगों से पूछा जा सकता है कि वे “गृह बचत योजना” अथवा “शिक्षा बचत योजना” किसका चयन करते हैं। बैंक से होने वाले सभी प्रचार-प्रसार में सावधानी से चयन किए जाने वाले उक्त विकल्पों पर विशेष बल दिया जाना चाहिए।

कर अनुपालन में सुधार

2.33 महान दार्शनिक प्लेटो ने सदियों पहले यह तर्क दिया था: “देश में जो सम्माननीय होता है, वही अनुकरण गीय भी होता है।” भारत में सैन्य सेवा पर विचार करें, जहां दुनिया में सशस्त्र कर्मियों का एक सबसे बड़ा समूह कार्य कर रहा है (14 लाख से अधिक)। यद्यपि सेना के कर्मियों को दिए जाने वाले प्रोत्साहन आकर्षक है, फिर भी एक बड़ा वर्ग सशस्त्र बलों में इसलिए शामिल होता है, क्योंकि सशस्त्र बलों में सेवा करना सम्मानजनक माना जाता है। इसी तरह, कर अनुपालन को बढ़ाने के लिए व्यवहारात्मक अंतर्दृष्टि को नियोजित किए जाने की आवश्यकता है ताकि “कर से बचना स्वीकार्य है” के सामाजिक मानदंड को बदलकर “ईमानदारी से करों

का भुगतान करना सम्मानजनक है” को स्थापित किया जा सके। फरवरी 2019 के बजट भाषण के माध्यम से इसकी एक शुरुआत की गई है। इस भाषण के माध्यम से शायद पहली बार सार्वजनिक और स्पष्ट रूप से ईमानदार करदाताओं को धन्यवाद देकर सम्मानित किया गया है।

2.34 देश भर में किए गए अनुसंधानों ने यह प्रकाश डाला है कि कर अपवंचन मुख्यतः कर संबंधी मनोदशा, अर्थात् किसी देश में कर का भुगतान करने वाले करदाताओं की आंतरिक प्रेरणा, द्वारा संचालित होता है। कर संबंधी मनोदशा स्वयं मुख्य रूप से दो धारणात्मक कारकों द्वारा संचालित होती है: (i) ऊर्ध्वाधार निष्पक्षता, अर्थात् मैं करों का जो भुगतान करता हूँ वह सरकार से सेवाओं के रूप में मुझे मिलने वाले लाभ के रूप में वापस प्राप्त हो जाता है; और (ii) क्षैतिज निष्पक्षता, अर्थात् समाज

के विभिन्न वर्गों द्वारा भुगतान किए गए करों में अंतर। उदाहरण के लिए, यदि नागरिकों को ऐसा लगता है कि उनके द्वारा भुगतान किए गए करों को व्यर्थ सार्वजनिक व्यय में उड़ाया जा रहा है या भ्रष्टाचार द्वारा अपव्यय किया जा रहा है तो उनके लिए ऊर्ध्वाधर निष्पक्षता कम होगी। इसी तरह, क्षैतिज निष्पक्षता की धारणाएं तब प्रभावित होती हैं जब कर्मचारी वर्ग को आयकर में अनुपातहीन अंशदान करने के लिए मजबूर किया जाता है, जबकि स्व-नियोजित वर्ग न्यूनतम करों का भुगतान करके इनसे बच निकलता है। ये दोनों धारणाएं देश में उच्च कर की चोरी में अपना महत्वपूर्ण योगदान देती हैं।

2.35 ऊर्ध्वाधर अनुचितता को ठीक करने के लिए (जो कर चोरी का कारण बन सकता है) सरकार को इस व्यवहारिक अंतर्दृष्टि का उपयोग करना चाहिए कि लोग अपने पड़ोस से पहचाने जाते हैं। किसी पंचायत/जिला में निर्माण परियोजनाओं में “काम पर कर का पैसा” दिखाने वाले साइनबोर्ड स्पष्ट रूप से नागरिकों को बताते हैं कि उनके घर का पैसा मूल्यवान सार्वजनिक वस्तुओं में उपयोग किया जाता है, जिससे ऊर्ध्वाधर अनुचितता की धारणा कम होगी। इसी तरह, पंचायत/जिले में एसएमएस, सूचना पट्ट आदि के माध्यम से अन्य करदाताओं, विशेष रूप से स्व-नियोजित व्यक्ति, द्वारा भुगतान किए गए कर को उजागर करने से क्षैतिज अनुचितता की धारणाओं को सही किया जा सकता है। ऐसी सूचनाएं यह सामाजिक मानदंड कि “ईमानदारी से करों का भुगतान करना सम्मानजनक है” का प्रचार कर सकती हैं।

2.36 जैसा कि लोग अक्सर अपनी सामाजिक स्थिति को व्यक्त करने के लिए विशिष्ट उपभोग में लिप्त हो जाते हैं, वैसे ही किसी जिले के भीतर शीर्ष 10 उच्चतम करदाताओं के नाम को उजागर किया जा सकता है और उनको एक पहचान दी जा सकती है तथा उन्हें वीआईपी स्टेटस देकर एक उच्च सामाजिक स्थिति (सोशल स्टेटस) प्रदान किया जा सकता है, जिसके माध्यम से वह व्यक्ति नियमित आधार पर अपनी शान दिखा पाने में समर्थ होगा। यह हवाई अड्डों पर शीघ्र बोर्डिंग, सड़कों और टॉल बूथों पर फास्ट-लेन विशेषाधिकार, आप्रवास काउंटरोल पर विशेष “राजनयिक” लेन आदि का रूप ले सकता है। इसके अलावा, एक दशक से अधिक अवधि तक के उच्चतम करदाताओं को, उनके नाम पर महत्वपूर्ण इमारतों, स्मारकों, सड़कों, पहलों, विद्यालयों और विश्वविद्यालयों, अस्पतालों और हवाई अड्डों का नाम रख कर एक पहचान दी जा सकती है। नारायण मूर्ति राजधानी एक्सप्रेस या जे.आर.डी. टाटा एयरपोर्ट क्यों नहीं हो सकता है? विचार यह है कि लोगों को ऐसे “क्लबों” की विशेष सदस्यता दिलाई जाए जो केवल उनकी सामाजिक प्रतिष्ठा को बढ़ाएं बल्कि उन्हें सम्मान भी दिलाएं। ऐसे कदम “ईमानदारी से करों का भुगतान करना सम्मानजनक है” जैसे सामाजिक मानदंड का प्रचार में सहायता कर सकती है। तालिका 8 में कर अनुपालन को बढ़ाने के लिए व्यवहारात्मक सिद्धांतों के प्रयोग का वर्णन किया गया है।

तालिका 8: कर अनुपालन को बढ़ाने के लिए व्यवहारात्मक सिद्धांतों का उपयोग

सिद्धांत	सिद्धांत का अनुप्रयोग
1. वर्तमान नियम को प्रभावी बनाएं	<p>कर की स्वचालित कटौती और धनवापसी की समस्त या कुछ अंश को बचत खाते में निर्देशित करने से बचत, जिसमें सेवानिवृत्त बचत भी शामिल है, को प्रोत्साहित किया जा सकता है।</p> <p>इस सुझाव के साथ लोगों को संदेश भेजना कि कर घोषित नहीं करना उनका सोचा-समझा और सुविचारित कार्य है। यह संदेश लोगों को उनके यथा स्थिति पूर्वाग्रह से बाहर आने में सहायता कर सकती है और इसके माध्यम से अनुपालन में सुधार भी किया जा सकता है।</p>
2. चयन को सहज बनाएं	<p>शून्य कर भुगतान के लिए भी कर विवरणी भरना।</p> <p>टैक्स फाइलिंग की बाधाओं - विलंब, फार्म भरने में परेशानी या शर्तों को समझने में विफलता, को दूर करके अनुपालन में सुधार किया जा सकता है।</p> <p>स्वचालित कर संग्रह के कारण व्यक्तियों को संग्रहित कर पर कम ध्यान देना पड़ता है (मुख्य प्रभाव)</p>
3. सामाजिक मानदंडों को महत्व दें	<p>करदाताओं को मुख्य व्यवहार के विषय में जानकारी होने से वे अपनी दर्ज आय को समायोजित कर सकते हैं।</p> <p>यदि कर भुगतान के संबंध में करदाताओं को नैतिक अपील के रूप में संदेश दिया जाता है तो इसका सीमित प्रभाव पड़ेगा।</p> <p>यदि करदाता कर सुविधाओं को अनुचित मानते हैं तो कर सुविधाओं के कारण कर अनुपालन में कमी आ सकती है। सुविधाओं के कारण सरकार की विश्वसनीयता कम हो सकती है और गलत सामाजिक मानदंड स्थापित होने से करदाताओं की आंतरिक प्रेरणा में कमी आ सकती है।</p>

4. परिणाम प्रदर्शित करें	जो लोग कर नहीं देते हैं, उन्हें सार्वजनिक रूप से शर्मिंदा करने पर गैर-अनुपालन में कमी आएगी, यदि वे तुरंत पुनः एकीकृत हो जाते हैं। हालांकि, लगातार सार्वजनिक शर्मिंदगी, कलंकित करने वाले प्रभावों के कारण, अनुपालन के लिए हानिकारक भी हो सकता है। यदि कर अपवंचन करने वाले व्यक्ति ऐसा महसूस करते हैं कि उनकी पहचान की संभावना बढ़ गई है, तो वह कर भुगतान स्वैच्छिक प्रकटीकरण कार्यक्रम के माध्यम से स्वेच्छा से अपने लंबित कर को प्रकट कर सकते हैं, जिससे कर अपवंचन की घटनाओं में वृद्धि हो सकती है, क्योंकि इस कार्यक्रम में कठोर दंड से बचने की संभावनाएं विद्यमान हैं।
5. बार-बार सशक्त करें	मानक अनुस्मारक पत्र के साथ बार-बार उपयुक्त और प्रमाणिक संदेश भेजना, जिसमें इस तथ्य का संदर्भ दिया हुआ हो कि (क) आपने स्थानीय समुदाय के अधिकांश लोग समय पर अपने करों का भुगतान करते हैं और (ख) ऐसे बहुत कम लोग हैं, जिन्होंने अभी तक ऐसा नहीं किया है। इससे देर से किए जाने वाले कर भुगतान में कमी आएगी।
6. हानि विरति को प्रभावी बनाएं	टैक्स फाइलिंग के समय धनवापसी के साथ कर रोक देने से कर अनुपालन और भुगतान किए जाने वाले कुल करों में वृद्धि हो सकती है। करदाताओं को टैक्स फाइल करने के समय उस समय ज्यादा चिंता होती है, जब उन्हें अतिरिक्त कर (हानि) का भुगतान करना होता है, बजाय इसके जब उन्हें धन वापसी (लाभ) की उम्मीद हो। कर में कटौती: छूट (हानि) के रूप में प्रस्तुत कर की कटौती की तुलना में बोनस के रूप में प्रस्तुत कर की कटौती के लिए व्यय किए जाने की संभावना अधिक है।
7. मानसिक मॉडल के साथ संदेश का मेल करें	कर दाताओं को यह स्मरण कराने से कि लोक हित सिर्फ कर अनुपाल के बदले ही किया जा सकता है, कर की नैतिक स्तर में वृद्धि होगी।

बॉक्स 5: कर अपवंचन, इरादतन चूक और पवित्र दायित्व का सिद्धांत

हिंदु धर्म में ऋण का भुगतान न करना एक पाप है और अपराध भी है। शास्त्र बताते हैं कि यदि किसी व्यक्ति के ऋण का भुगतान नहीं किया जाता है और ऋणग्रस्त अवस्था में उसकी मृत्यु हो जाती है, तो उसकी आत्मा को बुरे परिणामों का सामना करना पड़ सकता है। इसलिए, यह उनके बच्चों का कर्तव्य है कि वे उन्हें इस तरह की बुराइयों से बचाएं। अपने मृत माता-पिता के ऋण को चुकाने का कर्तव्य या दायित्व एक सामाजिक सिद्धांत पर आधारित है, जिसे “पवित्र दायित्व का सिद्धांत” के रूप में जाना जाता है।

इस्लाम के तहत, पैगंबर मुहम्मद ने भी वकालत की है—“अल्लाहुम्मनिया’, ऊधीबिका मिन अल-मा’ थमवा’ ल-मघरम (या अल्लाह ताला, मैं पाप और भारी ऋण से बचने के लिए तुम्हारे पास शरण चाहता हूँ)।” कोई भी व्यक्ति स्वर्ग में तब तक प्रवेश नहीं कर सकता है जब तक कि उसका कर्ज चुकता नहीं हो जाता है। उसके सभी धन का उपयोग ऋण का भुगतान करने के लिए किया जा सकता है और यदि यह अपर्याप्त है तो मृतक का एक या अधिक वारिस स्वेच्छा से उसके लिए भुगतान कर सकता है।

बाइबिल में कहा गया है कि “दूसरों को प्रेम करने के ऋण के अलावा अन्य किसी भी प्रकार के ऋण को बाकी न रहने दें, रोमन 13:8” और “दुष्ट उधार लेता है और चुकाता नहीं है, लेकिन धर्मी दया दिखाता है और देता है—स्रोत 37:21”।

इस प्रकार, अपने जीवन में ऋण की अदायगी को शास्त्रों के अनुसार धर्म में आवश्यक माना गया है। भारतीय संस्कृति में धर्म के महत्व को देखते हुए व्यवहारात्मक अर्थ व्यवस्था के सिद्धांत को इस “आध्यात्मिक/धार्मिक मानदंड” के साथ जोड़े जाने की आवश्यकता है, जिससे कि देश में कर अपवंचन और इरादतन चूक में कमी आ सके।

व्यवहारात्मक परिवर्तन के लिए आकांक्षात्मक कार्य सूचियों का कार्यान्वयन

2.37 पहले के खंड में बेटी बचाओ, बेटी पढ़ाओ से बेटी आपकी धन लक्ष्मी और विजय लक्ष्मी, स्वच्छ भारत से स्वस्थ भारत, एलपीजी सब्सिडी के लिए “इसे छोड़ें” से “सब्सिडी के बारे में सोचें”, और कर अपवंचन से कर अनुपालन तक के महत्वाकांक्षी एजेंडे की रूपरेखा को

रेखांकित किया गया है। हालांकि, भारत में विशेष रूप से जहां सामाजिक मानदंड इतने महत्वपूर्ण रूप से व्यवहार को प्रभावित करते हैं, वहां व्यवहारात्मक अर्थ व्यवस्था के सिद्धांत को नीति निर्माण के साथ नियोजित करने की संभावनाएं अधिक हैं। इनका लाभ प्राप्त करने के लिए, निम्नलिखित कार्य करने का सुझाव दिया जा रहा है।

2.38 पहले, व्यवहारात्मक अर्थ इकाई स्थापित करने

के प्रस्ताव को नीति आयोग में तुरंत सक्रिय किया जाना चाहिए। हालांकि, इकाई को स्थापित करने में सावधानी बरतनी चाहिए क्योंकि व्यवहारात्मक अर्थ व्यवस्था के सिद्धांतों को लागू करना सहज और भ्रामक रूप से सरल लगता है; अंत में, हर कोई मानव व्यवहार को समझने में एक विशेषज्ञ होने का दावा कर सकता है। हालांकि, व्यवहारात्मक अर्थव्यवस्था में किए गए अनुसंधान स्पष्ट रूप से यह प्रकाश डालते हैं कि, उपाख्यानो और औसत के बीच एक संसार के जितना अंतर है। जबकि सावधानीपूर्वक शोध से एकत्रित अंतर्दृष्टि, औसत पर भरोसा करती है। अनुभव प्रायः प्रत्येक दिन उपाख्यानो द्वारा संचालित होता है। चूंकि उपाख्यान द्वारा औसत की अपेक्षा बाह्य कारकों को प्रस्तुत किए जाने की संभावना अधिक है, इसलिए उपाखानात्मक साक्ष्य द्वारा संचालित व्यवहारात्मक नीति निर्माण लाभ से ज्यादा क्षति पहुंचा सकता है। इसलिए, जो लोग इस क्षेत्र में विशेषज्ञ नहीं हैं, उन्हें नियुक्त करने के प्रलोभन से बचना चाहिए।

2.39 दूसरे, कार्यान्वयन से पहले प्रत्येक कार्यक्रम का “व्यवहारात्मक अर्थव्यवस्था” लेखापरीक्षा की जानी चाहिए। इस लेखापरीक्षा में लेखा परीक्षा करने के दौरान उपरोक्त रेखांकित व्यवहारात्मक अर्थव्यवस्था के सिद्धांतों का पालन किया जाना चाहिए। इस तरह लेखा परीक्षा

और आशोधनों से कार्यक्रम की गुणवत्ता में बढ़ोतरी होगी। इस उपागम का एक सरल उपयोग नागरिकों के साथ होने वाले संप्रेषण में होता है। उदाहरण के लिए, राजस्व विभाग के हालिया अनुभव दर्शाते हैं कि “कर आतंकवाद” की बजाय सरकार की संप्रेषण भाषा में व्यवहारिकता का अनुसरण होना चाहिए। इसलिए, भाषा परिवर्तन के कार्य मात्र से ही विभाग और करदाताओं के बीच अनुकूल संबंध स्थापित हो सकते हैं और नकारात्मक प्रवृत्ति को दूर किया जा सकता है।

2.40 तीसरा, जैसा कि कई कार्यक्रम राज्य सरकारों द्वारा कार्यान्वित किए जाते हैं, व्यवहारात्मक अर्थशास्त्र टीम विभिन्न राज्य सरकारों के साथ काम करके न केवल उन्हें संभावित लाभों के बारे में सूचित कर सकती है, बल्कि इन मानदंडों को बदलने के लिए कार्यक्रमों की प्रभावकारिता में सुधार करने में मदद करती है।

2.41 जबकि भारत में सामाजिक मानदंड व्यवहार को महत्वपूर्ण रूप से प्रभावित करते हैं, इन मानदंडों को बदलने के लिए व्यवहारात्मक परिवर्तन को नियोजित करने की शक्ति पर्याप्त रूप से प्रयोग नहीं की गई है। इस अध्याय का एजेंडा लागू करना इस दिशा में एक महत्वपूर्ण कदम होगा।

अध्याय एक नजर में

- वास्तविक लोगों द्वारा लिए गए निर्णय पारंपरिक अर्थशास्त्र के सिद्धांतों के अव्यावहारिक जानकारों से हटकर होते हैं।
- मानव व्यवहार के मनोविज्ञान तक पहुंचते हुए व्यवहारात्मक अर्थशास्त्र लोगों को अपेक्षित व्यवहार को टहोका लगाने की अंतर्दृष्टि लेकर चलता है।
- व्यवहारात्मक अर्थशास्त्र के मुख्य सिद्धांत है “लाभदायक सामाजिक मानव पर जोर देना”, त्रुटिपूर्ण विकल्प को बदलना और बारंबार पुनर्बलन प्रदान करना।
- स्वच्छ भारत मिशन (एसबीएम) और बेटी बचाओ बेटी पढ़ाओ (बीबीबीपी) के अंतर्गत व्यावहारात्मक अंतर्दृष्टियों को सफलतापूर्वक उपयोग में लाया गया है।
- व्यवहारात्मक अर्थशास्त्र से अंतर्दृष्टि को सामाजिक परिवर्तन: (i) बेटी बचाओ बेटी पढ़ाओ (बीबीबीपी) से लेकर बेटी आपकी धनलक्ष्मी और विजय लक्ष्मी (बीएडीएलएवी) बदलाव तक; (ii) स्वच्छ भारत से लेकर सुंदर भारत तक; (iii) “एलपीजी की सब्सिडी छोड़ो” से लेकर “सब्सिडी के बारे में सोचें” तक और (iv) करों के अपवंचन से करों के अनुपालन तक, के लिए एक आकांक्षात्मक एजेंडा बनाने के लिए उपयोग किया जा सकता है।

संदर्भ

- Allcott, H., and S. Mullainathan. 2010. "Behavior and Energy Policy." *Science* 327(5970): 1204-5.
- Ashraf, Nava, Karlan Dean, and Wesley Yin. 2006. "Tying Odysseus to the Mast: Evidence From a Commitment Savings Product in the Philippines." *The Quarterly Journal of Economics* 121(2): 635-672.
- Baumeister, Roy F., Ellen Bratslavsky, Catrin Finkenauer, and Kathleen D. Vohs. 2001. "Bad is Stronger than Good." *Review of General Psychology* 5 (4): 323-370.
- Behavioral Insights Team, Cabinet Office. 2012. Applying behavioural insights to reduce fraud, error and debt. *London: Cabinet Office Behavioural Insights Team.*
- Beshears, J., James Choi, David Laibson, and Brigitte C. Madrian. 2005. "Early Decisions: A Regulatory Framework." *Swedish Economic Policy Review* 12 (2): 41-60.
- Desmond, Chris, Kathryn A. Brubaker, and Andrew L. Ellner. 2013. "Decision-making strategies: ignored to the detriment of healthcare training and delivery?" *Health psychology and behavioral medicine* 1(1): 59-70.
- Datta S., and S. Mullainathan. 2014. "Behavioral Design: A New Approach to Development Policy". *Review of Income and Wealth Series* 60 (1): 7-35.
- Dolan, P., M. Hallsworth, D. Halpern, Dominic King and I. Vlaev. 2010. "MINDSPACE: Influencing behaviour through public policy". Discussion Document. UK Cabinet Office. <https://www.instituteforgovernment.org.uk/sites/default/files/publications/MINDSPACE.pdf>.
- Ferraro, P., and M. Price. 2013. "Using Non-Pecuniary Strategies to Influence Behaviour: Evidence from Large Scale Field Experiment." *The Review of Economics and Statistics* 95(1): 64-73.
- Karlan, D., M. McConnell, S. Mullainathan, and J. Zinman. 2010. "Getting to the Top of Mind: How Reminders Increase Savings." NBER Working Paper No. 16205. *National Bureau of Economic Research*. <https://www.nber.org/papers/w16205.pdf>.
- Matjasko, Jennifer L., John H. Cawley, Madeleine M. Baker, and David V. Yokum. 2016. "Applying Behavioral Economics to Public Health Policy: Illustrative Examples and Promising Directions." *American Journal of Preventive Medicine* 50 (5): S13-S19.
- Nguyen, Trang. 2008. "Information, Role Models and Perceived Returns to Education: Experimental Evidence from Madagascar," *MIT Working Paper*. <https://www.povertyactionlab.org/sites/default/files/documents/Nguyen%202008.pdf>.
- Samson, Alain. 2014. "A simple change that could help everyone drink less." *Psychology Today*.
- Smith, Adam. 1759. The theory of moral sentiments. London: Printed for A. Millar, and A. Kincaid and J. Bell.
- Thaler, Richard H. 2000. "From Homo Economicus to Homo Sapiens." *Journal of Economic Perspectives* 14 (1): 133-141.
- Thaler, Richard H, and C. R. Sunstein. 2008. Nudge: Improving decisions about health, wealth, and happiness. *New Haven, CT: Yale University Press.*
- Tversky, A. and D. Kahneman. 1974. "Judgment under Uncertainty: Heuristics and Biases", *Science, New Series*, 185 (4157): 1124-1131.
- The World Bank. 2015. Mind, Society, and Behavior. World Development Report 2015. Washington, DC: World Bank. <http://www.worldbank.org/content/dam/Worldbank/Publications/WDR/WDR%202015/WDR-2015-Full-Report.pdf>.