

भारत सरकार
जल शक्ति मंत्रालय
पेयजल एवं स्वच्छता विभाग

लोक सभा
अतारांकित प्रश्न सं. 3917
दिनांक 12.12.2019 को उत्तर दिए जाने के लिए

खुले में शौच

3917. श्री सी.एन. अन्नादुरई:

क्या जल शक्ति मंत्री यह बताने की कृपा करेंगे कि:

(क) क्या सरकार इस बात से अवगत है कि बांग्लादेश ने यूनिसेफ और डब्ल्यूएचओ के निगरानी कार्यक्रम के अनुसार खुले में शौच को समाप्त कर दिया है और यदि हां, तो तत्संबंधी ब्यौरा क्या है;

(ख) हमारे देश के उन राज्यों का ब्यौरा क्या है जहां स्वच्छ भारत मिशन के अंतर्गत खुले में शौच को पूरी तरह से समाप्त कर दिया गया है;

(ग) हमारे देश में खुले में शौच के पूर्ण उन्मूलन का लक्ष्य कब तक प्राप्त कर लिया जाएगा; और

(घ) लोगों को शौचालय के निर्माण और उपयोग के लिए प्रोत्साहित करने के लिए क्या उपाय किए गए हैं/करने का विचार है?

उत्तर

**राज्य मंत्री, जल शक्ति
(श्री रतन लाल कटारिया)**

(क) 'घरेलू पेयजल, स्वच्छता एवं साफ-सफाई पर प्रगति 2000-2017' पर यूनिसेफ और डब्ल्यूएचओ की संयुक्त निगरानी कार्यक्रम (जेएमपी) रिपोर्ट के अनुसार, बांग्लादेश में खुले में शौच 1% से कम है।

(ख) और (ग) दिनांक 02.10.2019 की स्थिति के अनुसार, देश के सभी ग्रामीण क्षेत्रों ने स्वयं को खुले में शौच मुक्त (ओडीएफ) घोषित कर दिया है।

(घ) स्वच्छता मुख्यतः व्यवहार का मुद्दा है। इसके तहत, खुले में शौच की प्रथा को समाप्त करने और सुरक्षित स्वच्छता आदतों को अपनाने के लिए लोगों की मानसिकता में बदलाव लाना शामिल

है। एसबीएम (जी) के अंतर्गत, सबसे पसंदीदा दृष्टिकोण, स्वच्छता के लिए सामुदायिक दृष्टिकोण (सीएस) अपनाया है। जिसमें सभी समुदायों को प्रेरित करने और जागरूकता सृजन पर बल देने के साथ समेकित व्यवहार परिवर्तन प्राप्त करने पर अत्यधिक बल दिया जाता है। कार्यक्रम निधियों की 5 प्रतिशत तक राशि का व्यय राज्य एवं जिला स्तर पर सूचना, शिक्षा एवं संप्रेषण (आईईसी) और क्षमता संवर्धन कार्यविधियों पर किया जा सकता है और 3 प्रतिशत तक का उपयोग केंद्रीय स्तर पर किया जा सकता है। श्रव्य दृश्य (टीवी) और श्रव्य (रेडियो) उपकरणों का उपयोग करके राष्ट्रीय स्तर पर व्यापक मीडिया अभियान शुरू किए गए हैं। राज्य, अंतर वैयक्तिक संप्रेषण (आईपीसी) सहित आईईसी अभियान भी चला रहे हैं। नियमित अंतरालों पर सफाई व्यवस्था और जागरूकता अभियान चलाए जाते हैं। पारम्परिक आईईसी उपकरणों के अलावा, जन जागरूकता फैलाने के लिए सामाजिक मीडिया का भी उपयोग किया जा रहा है। एसबीएम(जी) के लिए एक फेसबुक पेज बनाया गया है और ट्विटर हैंड भी सक्रिय हैं। मीडिया के प्रसिद्ध व्यक्तियों को ब्रैंड एम्बेसडर बनाया गया है। वैयक्तिक पारिवारिक शौचालयों के निर्माण के लिए गरीबी रेखा से नीचे (बीपीएल) के परिवारों और गरीबी रेखा से ऊपर (एपीके) के कुछ निश्चित श्रेणी के परिवारों को 12,000 रु की वित्तीय सहायता भी प्रदान की जाती है।
